

Vol. III

# Ciências da Comunicação no Brasil

# 50

# ANOS

**Histórias para contar**

Século XXI  
Empirismo Crítico

Carlos Eduardo Lins da Silva  
José Marques de Melo  
Maria Cristina Gobbi  
Osvando J. de Morais  
Orgs.



Uma nova realidade no contexto da comunicação foi inaugurada no novo século, pautada pelo desenvolvimento vertiginoso dos *media*, reféns da aceleração das pesquisas científicas de base que alimentam as Ciências Aplicadas, e da implementação de tecnologias voltadas para o incremento e produção de instrumentos e artefatos utilizados nos processos comunicacionais com rapidez de obsolescência.

As instituições de mídia ganharam força. Assumem papéis importantes – tanto de caráter normativo como de formação do ‘juízo’ público –, confirmando sua condição de poder junto aos poderes do Estado, status já antevisto pelo historiador inglês, Thomas Carlyle, desde os meados do séc. XIX, e que é notadamente forte na área de telecomunicação, considerando suas qualidades de portabilidade, simultaneidade e ubiquidade, refletidas nas intercomunicações individuais e de grupo viabilizadas pela Internet.

Quase todas as grandes lutas que objetivaram consolidar o campo acadêmico da Comunicação no Brasil aconteceram por imposição de ideias e como consequência da visão do mundo. O propósito deste

Ciclo de Conferências é subsidiar as novas gerações de pesquisadores que resistem em seus espaços e fortalecer criticamente a área, estabelecendo um pensamento comunicacional brasileiro demandado pelas transformações cultural e o comunicacional.

A Comunicação em nosso país mudou no que diz respeito aos *media*, à indústria cultural, à pesquisa e ao ensino. Pode-se afirmar que a História da Comunicação não se separa dos grandes acontecimentos e dos grandes embates que possibilitaram a construção do universo multifacetado da Comunicação que temos hoje.

A cisão nos meios acadêmicos entre os puramente teóricos e os empíricos, que enfatizam a prática; e a cisão entre universidade e mercado, no que diz respeito às diferentes habilitações profissionais ofertadas aos que buscam o Ensino na área, serão alguns dos temas a serem examinados por intermédio dos livros de pesquisadores da área.

**Osvando J. de Morais**  
UNESP - Bauru

Vol. III

**Ciências da**  
**Comunicação no Brasil**



**ANOS**

**Histórias para contar**

Século XXI  
Empirismo Crítico

## **DIRETORIA EXECUTIVA - TRIÊNIO 2014 2017**

- Presidência** – Marialva Carlos Barbosa (UFRJ)
- Vice-Presidência** – Ana Sílvia Lopes Davi Médola (UNESP)
- Diretoria Financeira** – Fernando Ferreira de Almeida (METODISTA)
- Diretoria Administrativa** – Sonia Maria Ribeiro Jaconi (METODISTA)
- Diretoria Científica** – Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF)
- Diretoria Cultural** – Adriana Cristina Omena dos Santos (UFU)
- Diretoria de Projetos** – Tassiara Baldissera Camatti (PUCRS)
- Diretoria de Documentação** – Ana Paula Goulart Ribeiro (UFRJ)
- Diretoria Editorial** – Felipe Pena de Oliveira (UFF)
- Diretoria de Relações Internacionais** – Giovandro Marcus Ferreira (UFBA)
- Diretoria Regional Norte** – Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues (UFAM)
- Diretoria Regional Nordeste** – Aline Maria Grego Lins (UNICAP)
- Diretoria Regional Sudeste** – Nair Prata Moreira Martins (UFOP)
- Diretoria Regional Sul** – Marcio Ronaldo Santos Fernandes (UNICENTRO)
- Diretoria Regional Centro-Oeste** – Daniela Cristiane Ota (UFMS)

### **Conselho Fiscal**

- Elza Aparecida de Oliveira Filha (UP)
- Luiz Alberto Beserra de Farias (USP)
- Osvando J. de Moraes (UNESP)
- Raquel Paiva de Araujo Soares (UFRJ)
- Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão (USP)

### **Conselho Curador – quadriênio 2013-2017**

- Presidente** – José Marques de Melo
- Vice-Presidente** – Manuel Carlos da Conceição Chaparro
- Secretária** – Círcia Maria Krohling Peruzzo
- Conselheiro** – Adolpho Carlos Françoço Queiroz
- Conselheira** – Anamaria Fadul
- Conselheiro** – Antonio Carlos Hohlfeldt
- Conselheiro** – Gaudêncio Torquato
- Conselheira** – Margarida Maria Krohling Kunsch
- Conselheira** – Maria Immacolata Vassallo de Lopes
- Conselheira** – Sonia Virginia Moreira

### **Secretaria Executiva Intercom**

- Gerente Administrativo** – Maria do Carmo Silva Barbosa
- Web Designer** – Genio Nascimento
- Assistente de Comunicação e Marketing** – Jovina Fonseca

Volume III

**Ciências da Comunicação no Brasil**

50 anos: Histórias para contar

Século XXI: Empirismo Crítico

**Direção Editorial**  
Felipe Pena de Oliveira

**Presidência**  
Muniz Sodré (UFRJ)

*Conselho Editorial – Intercom*

Alex Primo (UFRGS)  
Alexandre Barbalho (UFCE)  
Ana Sílvia Davi Lopes Médola (UNESP)  
Christa Berger (UNISINOS)  
Cicília M. Krohling Peruzzo (UMESP)  
Erick Felinto (UERJ)  
Etienne Samain (UNICAMP)  
Giovandro Ferreira (UFBA)  
José Manuel Rebelo (ISCTE, Portugal)  
Jeronimo C. S. Braga (PUC-RS)  
José Marques de Melo (UMESP)  
Juremir Machado da Silva (PUCRS)  
Luciano Arcella (Universidade d’Aquila, Itália)  
Luiz C. Martino (UnB)  
Marcio Guerra (UFJF)  
Margarida M. Krohling Kunsch (USP)  
Maria Teresa Quiroz (Universidade de Lima/Felafacs)  
Marialva Barbosa (UFF)  
Mohammed Elhajii (UFRJ)  
Muniz Sodré (UFRJ)  
Nélia R. Del Bianco (UnB)  
Norval Baitelo (PUC-SP)  
Olgária Chain Féres Matos (UNIFESP)  
Osvando J. de Moraes (UNESP)  
Paulo B. C. Schettino (UFRN/ASL)  
Pedro Russi Duarte (UnB)  
Sandra Reimão (USP)  
Sérgio Augusto Soares Mattos (UFRB)

Volume III

# **Ciências da Comunicação no Brasil**

50 anos: Histórias para contar

Século XXI: Empirismo Crítico

Carlos Eduardo Lins da Silva

José Marques de Melo

Maria Cristina Gobbi

Osvando J. de Moraes

(organizadores)

São Paulo

FAPESP / INTERCOM / UNESP / ECA-USP

2015

**Ciências da Comunicação no Brasil**  
**50 anos: Histórias para contar**  
**Volume III – Século XXI: Empirismo Crítico**

Copyright © 2015 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM

**Editor**

Osvando J. de Moraes

**Projeto Gráfico e Diagramação**

Mariana Real e Marina Real

**Capa**

Mariana Real e Marina Real

**Revisão**

Carlos Eduardo Parreira

**Revisão geral**

José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi e Osvando J. de Moraes

**Ficha Catalográfica**

Ciências da Comunicação no Brasil 50 anos: Histórias para contar. Volume III – Século XXI: Empirismo Crítico / Organizadores, Carlos Eduardo Lins da Silva, José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi, Osvando J. de Moraes. – São Paulo: Fapesp / Intercom / Unesp / ECA-USP, 2015. 470 p. ; 23 cm

E-book

ISBN: 978-85-8208-079-5

Inclui bibliografias.

1. Comunicação. 2. Comunicação-Brasil-História. 3. Comunicação-São Paulo-História. 4. Teorias da Comunicação. 5. Telecomunicações-Brasil-História. 6. Telecomunicações-São Paulo-História. 7. Ensino. 8. Pesquisa. 9. Metodologia. I. Silva, Carlos Eduardo Lins da. II. Melo, José Marques de. III. Gobbi, Maria Cristina. IV. Moraes, Osvando J. de. V. Título.

CDD-300

CDD-3840981

Todos os direitos desta edição reservados à:

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM

Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros

CEP: 05415 – 012 – São Paulo – SP – Brasil – Tel: (11) 2574 – 8477 /

3596 – 4747 / 3384 – 0303 / 3596 – 9494

<http://www.intercom.org.br> – E-mail: [intercom@usp.br](mailto:intercom@usp.br)

# Sumário

## **Prefácio**

Ciências da Comunicação: Brasil, 50 anos. Por que enaltecer o pioneirismo de Luiz Beltrão?.....	17
José Marques de Melo	

## **Introdução**

Pioneirismo de Beltrão nos estudos Comunicacio- nais no Brasil .....	23
Maria Cristina Gobbi	

## **Transição Secular**

### **PARTE I – Ideias revisoras**

1. Um livro três-em-um .....	29
Monica Martinez	
2. Vencemos a exclusão digital? .....	37
Francisco Machado Filho	

<b>3. Comunicação e planejamento nas teias da cultura: Reflexões sobre o livro Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada .....</b>	<b>45</b>
Luiz Alberto de Farias	
<b>4. Comunicação, cultura, cibercultura: o estudo das mídias no compasso das transformações sociais e tecnológicas.....</b>	<b>47</b>
Vander Casaqui	
<b>5. Novos desafios para a literatura em Relações Públicas.....</b>	<b>55</b>
Valéria de Siqueira Castro Lopes	
<b>6. O lugar próprio em questão.....</b>	<b>59</b>
Rose Mara Vidal de Souza	
<b>7. As flores vencem o canhão .....</b>	<b>63</b>
João Anzanello Carrascoza	
<b>8. Atualizações para o estudo da folkcomunicação .....</b>	<b>71</b>
Iury Parente Aragão	
<b>9. Cinema Brasileiro - relações humanas e trabalho nos bastidores da evolução tecnológica - .....</b>	<b>85</b>
Fábio Lacerda Soares Pietraroia	
<b>10. Metáforas do discurso único, metonímias das culturas do trabalho .....</b>	<b>93</b>
Roseli Figaro	
<b>11. Da Genética de um Texto – um palimpsesto genettiano .....</b>	<b>99</b>
Paulo B. C. Schettino	

## **Século XXI**

### **PARTE II - Ideias instigadoras**

12. Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil.....115  
Regina Giora
13. O Brasil antenado: a sociedade da novela ..... 123  
Maria Aparecida Baccega
14. Palavras, Meios de Comunicação e Educação ..... 131  
Ana Luisa Zaniboni Gomes
15. Censura em Cena – Cristina Costa ..... 135  
Barbara Heller
16. Um olhar sobre os novos olhares da Recepção  
midiática e do espaço público..... 145  
Clarissa Josgrilberg Pereira
17. A comunicação mediada pelo mundo do trabalho.....151  
Claudia Nociolini Rebechi
18. Do capital social ao capital comunicativo..... 161  
Celso Figueiredo Neto
19. Censura a livros durante a ditadura..... 167  
Flamarion Maués

### **PARTE III – Ideias inquietadoras**

20. A compreensão da audiência da Rede Globo ..... 175  
Richard Romancini
21. A notícia como espetáculo ou o espetáculo da notícia ...185  
Maria Elisabete Antonioli

<b>22.</b> Olhares sobre a comunicação no limiar de um mundo global .....	195
Francisco Rolfsen Belda	
<b>23.</b> O estudo das histórias em quadrinhos para além dos condicionamentos da indústria cultural .....	205
Rozinaldo Antonio Miani	
<b>24.</b> Comunicação publicitária em Propaganda e linguagem. Trajetória, análise e evolução .....	213
Eneus Trindade	
<b>25.</b> Sinais de uma outra TV .....	219
Eduardo Amaral Gurgel	
<b>26.</b> Comunicação Popular Escrita: uma viagem comunicacional das ruas ao livro .....	239
Eliane Penha Mergulhão Dias	
<b>27.</b> As mídias na ficção .....	245
José Carlos Marques	
<b>28.</b> Cultura das Bordas: comunicação e cultura em movimentos .....	255
Laan Mendes de Barros	
<b>29.</b> A cultura gospel além das fronteiras do protestantismo ..	267
Paulo Ferreira	
<b>30.</b> Examinando as entranhas da obra Autópsias do Horror A personagem de terror no Brasil .....	279
Sônia Jaconi	
<b>31.</b> A imagem muito além do cinema .....	285
Marcos Corrêa	

32. Tratado de auditoria de imagem..... 293  
Isildinha Martins
33. “O rosto e a máquina” como introdução à *Nova Teoria da Comunicação*, e ao *Metáforo* como procedimento inovador de pesquisa ..... 301  
Ana Paula de Moraes Teixeira

## **PARTE IV – Ideias impulsionadoras**

34. O reencantamento pela Comunicação..... 313  
Renata Carvalho da Costa
35. Jornalismo sem fronteiras ..... 323  
Mariza Romero
36. A clareza do Barroco Boleiro ..... 333  
Matthew Shirts
37. Carpeaux: o jornalista como mediador cultural..... 339  
José Eugenio de O. Menezes
38. Personagens e trajetórias que marcaram a história de São Paulo ..... 347  
Tyciane Cronemberger Viana Vaz
39. A Dinâmica das Tecnologias Digitais e seu Impacto na Produção, Consumo e Difusão da Cultura Midiática.... 355  
Nanci Maziero Trevisan
40. Ombudsman: pago para criticar..... 365  
Ana Caroline Castro
41. A ALAIC na constituição da comunidade Latino-americana de Ciências da Comunicação ..... 373  
Lana Cristina Nascimento Santos

42. Histórias, personagens e ideias: a trajetória da radiodifusão da BBC no Brasil .....	379
Juliano Maurício de Carvalho	
43. O papel da informação na economia capitalista .....	389
Pablo Ortellado	
44. Estado e cinema no Brasil: educação, propaganda e diversão .....	395
João Elias Nery	
45. A implantação da TV digital aberta no Brasil .....	405
Dirceu Lemos da Silva	
46. Comunicação, ciência e convergência muito além dos tags .....	415
Daniel S. Galindo	
47. Os Sons ao Redor .....	423
Marcelo Bulhões	
48. Transgressão Sertaneja: obra que instiga à reflexão .....	431
Jane A. Marques	

## **Anexo**

Ciclo de Conferências Fapesp/Intercom 2013: Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos. A Contribuição de São Paulo.....	443
--	-----

## **Sumários dos Volumes I, II e III.....453**

# Prefácio



# Ciências da Comunicação: Brasil, 50 anos. Por que enaltecer o pioneirismo de Luiz Beltrão?

José Marques de Melo

Professor Emérito da ECA-USP

Diretor/Titular da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação

Neste ano de 2013, as ciências da comunicação celebram 50 anos de produção de conhecimentos no Brasil.

O foco dessa efeméride converge naturalmente para a cidade do Recife. Luiz Beltrão desenvolveu, naquela metrópole regional, estudos e pesquisas que delinearão um novo ramo do saber no âmbito das ciências sociais aplicadas. O ambiente era propício e a conjuntura favorável.

Captando os ventos da mudança, Luiz Beltrão antecipa-se aos centros universitários do sudeste e do sul. Não apenas funda um centro de pesquisas científicas em comunicação – o ICINFORM – Instituto de Ciências da Informação, no dia 13 de dezembro de 1963. Mais do que isso: instaura um clima de emulação entre os jovens. Conecta ensino, pesquisa e extensão. Integra lúdico e utilitário. Aproxima teórico e empírico.

Com o golpe de 1964, a equipe beltraniana se desfaz. Acuados pela mudança de cenário, alguns participantes migram para outros polos nacionais.

Nessa conjuntura, perfilando como locomotiva do campo comunicacional, São Paulo assume a dianteira do processo acadêmico.

Duas instituições paulistas assumem a vanguarda nacional dos estudos de comunicação. A Universidade de São Paulo, cria em 1966 sua arrojada Escola de Comunicações Culturais. A Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, então vinculada à PUC paulistana, funda em 1967 o Centro de Pesquisas em Comunicação Social.

Essas duas escolas assumem papel decisivo. Influenciam os rumos que os estudos de comunicação assumiriam em território nacional. Quando for resgatada a memória do campo comunicacional brasileiro esse fluxo cognitivo inevitavelmente vai emergir.

Revelador desse processo é o simbolismo evidenciado pelas duas instituições, reconhecendo o pioneirismo de Luiz Beltrão no campo acadêmico brasileiro.

Naquele ano de 1967, o jornalista pernambucano mereceu distinções, tanto da ECA quanto da FaCasper.

Ele foi convidado para proferir a conferência de abertura do ciclo de estudos sobre a pesquisa em comunicação que a Cásper Líbero promoveu para comemorar seus 20 anos de fundação, inaugurando as novas instalações da faculdade na Avenida Paulista.

Por sua vez, a ECA-USP demonstrou a sua reverência a Luiz Beltrão, convidando-o para ministrar a Aula Magna do seu primeiro seminário de atividades extracurriculares. Esse evento foi realizado na Biblioteca Municipal Mário de Andrade, em pleno centro da cidade, na Praça Dom José Gaspar, para onde convergia a intelectualidade paulistana, naquela época.

Permanecendo São Paulo, ainda hoje, como o carro-chefe da engrenagem comunicacional brasileira, é natural que seja um ato evocativo dos 95 anos de nascimento de Luiz Beltrão, o ciclo de palestras organizado pela FAPESP/INTERCOM para comemorar os 50 anos das ciências da comunicação no Brasil.

De agosto a outubro de 2013, uma centena de livros e respectivos autores produzidos e/ou publicados em São Paulo foi revisada criticamente por acadêmicos e profissionais atuantes em instituições paulistas para emular os pesquisadores da nova geração a prosseguir contribuindo com o avanço dos sistemas de comunicação e em consequência com a universalização dos benefícios civilizatórios em nossa sociedade.

O ciclo foi organizado de modo a contemplar dois momentos do itinerário investigativo de São Paulo no campo comunicacional. O século 20 foi estudado

no auditório Carvalho Pinto da FAPESP (bairro da Lapa) e o século XXI passou por exame crítico no teatro Miroel Silveira (no Conjunto das Artes, Cidade Universitária, bairro do Butantã).

A seleção de livros e autores foi feita de modo a contemplar todas as gerações de pensadores e abranger todas as correntes de pensamento. A intenção foi a de organizar uma visão panorâmica do conhecimento comunicacional estocado em São Paulo, de modo a socializá-la com os jovens que se preparam para o exercício de atividades intelectuais no interior das indústrias cognitivas, além de estimular novas pesquisas em território nacional.

O pensamento comunicacional paulista inclui autores situados em disciplinas humanísticas, mas cujas ideias enraizaram ou dinamizaram o saber midiático, bem como pensadores contemporâneos ancorados no campo da comunicação, mas que estão sintonizados com as demandas socioculturais da sociedade no sentido de produzir bens simbólicos utilitários.

No primeiro caso, destacamos Sergio Buarque de Holanda, Antonio Candido, Florestan Fernandes, João Alexandre Barbosa, Ecléa Bosi, Renato Ortiz, Samuel Pfromm Neto, Jerusa Pires Ferreira ou Ladislau Dowbor. Do segundo bloco fazem parte Paulo Emilio Salles Gomes, Carlos Eduardo Lins da Silva, Eugenio Bucci, Bernardo Kucinski, Lucia Santaella, Maria Immacolata V. Lopes.

Outro conjunto relevante é o que abrange os exegetas do pragmatismo utópico. Tanto aqueles devotados à produção crítica de mercadorias que preenchem as aspirações populares, como Cicilia Peruzzo, Cremilda Medina, Carlos Chapparro, Caio Tulio Costa, Cristina Schmidt; quanto os que atuam como críticos dos bens culturais disseminados pela engrenagem midiática, a exemplo de Carlos Vogt, José Arbex, Laurindo Leal Filho, Eugenio Trivinho, Esther Hamburger etc.

Há também aqueles intelectuais orgânicos que interligam dialeticamente as metas da academia e as demandas sociais, contribuindo de modo eficaz para impulsionar a geração do conhecimento novo. Aqui se encontram autores produtivos como Anita Simis, Sandra Reimão, Cristina Costa, Margarida Kunsch, Adolpho Queiroz.

Ao final do ciclo de palestras, as organizações promotoras estão disponibilizando nos três volumes de Ciências da Comunicação no Brasil os textos das resenhas críticas elaboradas pelos expositores para constituir uma amostra do pensamento comunicacional paulista. A obra coletiva servirá como fonte de consulta para os estudantes de graduação e pós-graduação em Comunicação Social, no sentido de ampliar horizontes cognitivos, suscitar debates pedagógicos e iluminar controvérsias ontológicas.



# Introdução



# Pioneirismo de Beltrão nos estudos Comunicacionais no Brasil

Maria Cristina Gobbi<sup>1</sup>

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Na atualidade evidenciam-se ações e formas de apropriações da cultura popular pelos meios de comunicação, nem sempre perceptíveis aos menos atentos. São costumes, credos e outras formas de participação social, presentes em manifestações culturais diversas e que repercutem intensamente nas camadas mais

- 
1. Livre-docente em História da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina pela UNESP (Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”), Pós-doutora em Integração Latino-Americana pelo PROLAM-USP (Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo), Vice-Coordenadora do PPGTVD (Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital), Professora do Departamento de Comunicação e do PPGCom (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) da FAAC (Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação) da Unesp, Câmpus Bauru. E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

populares, revelando um mosaico sociocultural que rompe o isolamento social. No Brasil, a teoria da Folkcomunicação, definida por Luiz Beltrão, considerada a primeira Teoria da Comunicação nacional, vem incorporando ao universo simbólico das comunidades periféricas as possibilidades de fixação de seus valores culturais no mundo globalizado, sem perder as especificidades que desenham os contornos do mapa das singularidades regionais.

Estudiosos, sob a batuta de pesquisadores pioneiros como: Roberto Benjamim, José Marques de Melo, Oswaldo Trigueiro, Antonio Hohlfeldt entre outros e de desbravadores, como: Betania Maciel, Cristina Schimidt, Fabio Corniani, Guilherme Fernandes, Jacqueline Dourado, Karina Woitowicz, Marcelo Pires de Oliveira, Maria Érica de Oliveira, Severino Lucena etc, vem estimulando as novas gerações para o conhecimento sobre o amplo campo de pesquisas que é Folkcomunicação.

O mestre Beltrão, em vários de seus textos, definiu a Folkcomunicação como “[...] conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais”. Esse conjunto de procedimentos, que se refere Beltrão, pode ser entendido como as múltiplas formas que essas audiências utilizam para realizar o processo de comunicação, que muitas vezes não estão ligadas aos meios de massa, mas a cultura popular e suas múltiplas formas de manifestações. Sim, a folkcomunicação é um processo de intercâmbio de mensagens, mas não é o estudo da cultura popular ou do folclore. Como bem definiu Hohlfeldt<sup>2</sup> (2011), “[...] é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos”.

É interdisciplinar, como a própria Comunicação, pois esquadrinha a partir de outras ciências, algumas já consolidadas, empréstimos para amparar seus saberes, muitas vezes contraditórios, pois seus estudos estão sempre a margem de teorias mais estabilizadas. O campo da Folkcomunicação é um espaço em construção, porquanto os princípios básicos definidos por Beltrão, na década de 1960, estão em constante processo de reinterpretação e reside, neste ponto, a importância e o grande desafio de sua incorporação no espaço acadêmico. Através da junção teoria e prática é possível revisitar a obra pioneira, mas e também trazer, por

---

2. Informação oral. Texto apresentado durante a conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais, no ano de 2011.

meio dos estudos que vem sendo realizados, outros olhares, que são capazes de permitir novos entendimentos e práticas, desafiando as jovens gerações para a construção de um arsenal teórico-conceitual amplo, apropriado para atender as demandas da atual comunicação globalizada e digital, por exemplo.

Assim, o ciclo de palestras organizado pela FAPESP/INTERCOM comemorando os 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil, tendo como aguilhão os 95 anos de nascimento de Luiz Beltrão, através desta publicação, oferece a possibilidade de rever clássicos e para muitos o conhecimento sobre o legado de um grupo de pesquisadores que, por meio de olhares interdisciplinares, saíram de suas singulares conceituais e construíram um arsenal amplo e rico de conceitos para a consolidação do campo comunicacional. Os três volumes compostos por obras e autores minuciosamente escolhidos e revisitados criticamente por pesquisadores e profissionais se constituem em um legado excepcional para a área, oferecendo a nova geração um amplo manancial conceitual.

Sob a coordenação geral do professor José Marques de Melo, o apoio da FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo) e da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) os volumes evidenciam a contribuição paulista para os estudos da área.

O volume 3, *Século XXI: Empirismo Crítico*, está dividido em 4 partes. Na primeira - Ideias revisoras - são revistados os autores: Edvaldo Pereira Lima por Mônica Martinez, Sergio Amadeo da Silveira por Francisco Machado Filho, Margarida M. K. Kunsch por Luiz Alberto de Faria, Lúcia Santaella por Vander Casaqui, Luiz Alberto de Farias por Valeria Siqueira Castro Lopes, Fabio Josgrilberg por Rose Mara Vidal de Souza, Adolpho C. F. Queiroz por João Anzanello Carraschoza, Cristina Schmidt por Iury Parente Aragão, Paulo B. C. Schettino por Fabio Lacerda Soares Pietraroia, Luis Roberto Alves por Roseli Figaro e Osvando José de Moraes por Paulo B. C. Schettino.

*Século XXI, parte II - Ideias instigadoras* - estão as contribuições de Waldomiro Vergueiro, Paulo Ramos e Nobu Chinen por Regina Giora; Esther Hamburger por Maria Aparecida Baccega; Adilson Citelli por Ana Luisa Zaniboni Gomes; Cristina Costa por Barbara Heller, Mauro Wilton de Souza por Clarissa Josgrilberg Pereira; Roseli Figaro por Claudia Niciolini Rebecchi; Heloisa Matos por Celso Figueiredo Neto e Sandra Reimão por Flamarion Maues.

*Ideias Inquietadoras, parte III*, estão os textos e análises de Silvia Borelli por Richard Romancini; José Arbex por Maria Elisabete Antonioli; Ladislau Dowbor por Francisco Rolfsen Belda; Roberto Elísio dos Santos por Rozinaldo Antonio Miani; Elizabeth Moraes Gonçalves por Eneus Trindade; Cicilia M. K.

Peruzzo por Eduardo Amaral Gurgel; Américo Francisco Pellegrini por Eliane Penha Mergulhão Dias; Marcelo Bulhões por José Carlos Marques; Magali Cunha por Paulo Ferreira; Jerusa Pires Ferreira por Laan Mendes de Barros; Marcelo Briseno por Sonia Jaconi; Fernão Pessoa Ramos por Marcos Corrêa; Wilson da Costa Bueno por Isildinha Martins e Ciro Marcondes Filho por Ana Paula de Moraes Teixeira.

A última etapa que compõe o volume - Ideias impulsionadoras - estão disponibilizados os trabalhos de Malena Contreras por Renata Carvalho da Costa; Dimas Kunsch por Mariza Romero; José Carlos Marques por Matthew Shirts; Mauro de Souza Ventura por José Eugenio de O. Menezes; Antonio Adami e Carla Longhi por Tyciane Cronenberger Viana Vaz; Ana Maria Balogh por Nanci Maziero Trevisan; Caio Tulio Costa por Ana Carolina Castro; Maria Cristina Gobbi por Lana Cristina Nascimento Santos; Laurindo Leal Filho por Juliano Mauricio de Carvalho; Ruy Sardinha por Pablo Ortellado; Anita Simis por João Elias Nery; Sebastião Squirra e Valdecir Becker por Dirceu Lemos da Silva; Rosemaria de Melo Rocha e Luis João Carrascoza por Daniel S. Galindo; José Eugenio Menezes e Marcelo Cardozo por Marcelo Bulhões e Sonia Jaconi por Jane Marques.

A obra, uma referência para estudiosos da Comunicação, é uma fonte rica de ideias consolidadas, mas analisadas sob a esguelha de múltiplas óticas. Trata-se de um referencial teórico documental extraordinário para todos aqueles que desejam conhecer as diversas possibilidades ofertadas pelos estudos na área.

Transição Secular

Parte I – **Ideias  
revisoras**



# 1.

## Um livro três-em-um

Monica Martinez<sup>1</sup>

UNISO – Universidade de Sorocaba

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas**. Campinas: EdUnicamp, 1993

Escrever sobre o livro *Páginas Ampliadas – o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*, de Edvaldo Pereira Lima, é um desafio prazeroso. Primeiro pela complexidade do pensamento do autor, um atualizador no melhor sentido do proposto por este módulo do Ciclo de Conferências 50 Anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a experiência de São Paulo – uma iniciativa da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (INTERCOM) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

Afinal, nem é preciso consultar o dicionário para saber que um atualizador, neste contexto, é alguém que está atualizado sobre determinada situação numa

---

1. Professora do Programa de Pós-Graduação da Uniso. E-mail: monica.martinez@prof.uniso.br

área do conhecimento e, talvez mais importante, que introduza nela aperfeiçoamentos que modernizem conceitos, produtos e processos.

Não há dúvida de que o autor de *Páginas Ampliadas* esteja alinhado com esta palavra-chave. Na verdade, seu pensamento não só a contempla, como rompe várias fronteiras, uma vez que uma das chaves para sua compreensão decididamente reside na questão da transdisciplinaridade.

Contudo, antes de mergulharmos na análise da obra e, conseqüentemente, no pensamento comunicacional do autor, é bastante esclarecedor para sua compreensão discorrer sobre alguns pontos biográficos de Edvaldo Pereira Lima.

Em primeiro lugar, ele é paranaense, nascido em Colúmbia em 2 de abril de 1951. Filho de pequenos comerciantes, a família transitou por estradas e Estados até fixar-se, em 1960, no município mineiro de Três Marias. Encravada num cruzamento que levava migrantes e materiais para a construção de Brasília, Três Marias possibilitou ao jovem eternamente em trânsito um passaporte para o mundo. Explica-se: foi lá que o jovem que não sabia jogar futebol – um fardo para um menino brasileiro – foi beneficiado pelo *Programa Corpo da Paz*, uma iniciativa do governo estadunidense para estreitar relações com países em desenvolvimento durante a Guerra Fria. Os dois anos de curso de inglês com a voluntária Ann Iodice não apenas o munem com a língua franca contemporânea – que até hoje domina à perfeição –, mas também rendem o convite para morar com a família da docente na Costa Rica, em 1968 (com o conseqüente aprendizado do espanhol) e, no ano seguinte, em Watertown, na Grande Boston, EUA.

Morar a cinco minutos de viagem de ônibus do campus da Universidade Harvard, na efervescência do movimento da contracultura do final dos anos 1960, teve impacto decisivo na formação do docente, tanto quanto a leitura semanal da revista *Realidade* havia tido no Brasil. A modalidade do Jornalismo Literário, bandeira que defende até hoje na comunidade científica, implantara-se ali em seu DNA, na forma mais pulsante: a leitura dos textos de expoentes do movimento, como Gay Talese e Tom Wolfe, em revistas como a *The New Yorker*, *Esquire* e *Rolling Stones*. Esta vivência com a cultura estadunidense, portanto, é uma marca de seu pensamento. Ela não é acrítica, uma vez que destaca as características ufanista, individualista e o espírito competitivo do *life style* estadunidense. Contudo, numa perspectiva do pensamento complexo e dialógico, ela certamente transcende a visão imperialista dos Estados Unidos que é professada por muitos dos seus pares da academia e propõe pontes entre o pensamento comunicacional dos dois países.

Estar em trânsito, como no início da vida, é uma das marcas do pensamento do autor. Não por acaso, sua primeira graduação é em Turismo na Faculdade de Turis-

mo Morumbi (hoje Universidade Anhembi-Morumbi), que cursa de 1971 a 1975. Tempos depois, as narrativas de viagem como gênero seriam um de seus campos prediletos de estudo. Seu primeiro livro-reportagem publicado, *Colômbia Espelho América: dos piratas a García Márquez, viagem pelo sonho da integração latino-americana* (Perspectiva e Edusp, 1989), também pertence a esta área de interesse.

Outro marco de sua carreira foi o mestrado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, iniciado em 1978. Do ponto de vista comunicacional, sua dissertação de mestrado, defendida em 1982, é um dos pilares de toda sua produção intelectual. Em “*O jornalismo impresso e a teoria geral dos sistemas: um modelo didático de abordagem*”, concluída em 1982, Edvaldo introduz no jornalismo a teoria do biólogo austríaco Ludwig von Bertalanffy (1901-1972). Nos agradecimentos da obra, entre outros, está o nome do professor doutor Flávio Queiroz de Moraes Jr., que lhe apresentou a teoria dos sistemas ao longo da disciplina *Sistemas Jornalísticos*.

Inicia-se também, no doutorado, a parceria intelectual frutífera com o orientador, Gaudêncio Torquato – que seguiria no doutorado feito de 1984 a 1990. Torquato foi, para Lima, um orientador que encorajava o espírito independente e autodidata do aluno, possibilitando espaço para crescimento pessoal e profissional. Lima não havia ainda concluído o doutorado quando passou num concurso para professor e passou a integrar o corpo docente da ECA, em 1984.

## Realidade e potencialidade jornalísticas

Ao defender, em 1990, a tese de doutorado “O livro reportagem como extensão do jornalismo impresso: realidade e potencialidade”, Edvaldo estaria lançando as bases do que viria a ser o livro pelo qual é mais conhecido: *Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Uma busca simples no *Google Scholar*, o sistema de busca acadêmico do Google, revela que a obra é a mais citada de toda sua produção.

Entre a defesa da tese em 1990 e o lançamento da primeira edição de *Páginas Ampliadas*, realizado em 1993 pela editora da Unicamp, passaram-se três anos. Neste período, o docente ministrou sua primeira disciplina em pós-graduação na ECA/USP. Muito do teor da disciplina e de sua produção no período remete ao subtítulo da obra: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura.

Duas questões podem ser ressaltadas a partir deste subtítulo. A primeira é a de que numa fase anterior ao *boom* da mídia digital, o livro-reportagem era a principal via de escape para o material excedente colhido durante as reportagens, que não era aproveitado na maioria dos casos por falta de espaço. Esta questão até hoje é atual, dada à quantidade de reportagens e, sobretudo, narrativas biográficas que são lançadas no formato livro – agora *e-books* inclusos. A segunda é uma discussão de fundo, antiga, sobre a interface entre o jornalismo e a literatura.

O interessante é que a consulta ao sumário da obra permite analisar que, mesmo na época do lançamento, *Páginas Ampliadas* já transcendia esta fronteira, uma vez que discutia vários itens, como o conceito de livro-reportagem; contemplava uma proposta de classificação; abordava os procedimentos da extensão propriamente dita, discutindo elementos como pauta, captação – aqui inseridas práticas como a entrevistas de compreensão e a observação participante, esta advindo das Ciências Sociais –, bem como fruição do texto. *Páginas Ampliadas*, em sua primeira edição, também contemplava os pioneiros brasileiros, como o autor do clássico *Os Sertões*, Euclides da Cunha (1866–1909) e o cronista João do Rio (1881–1921). Falava, igualmente, dos recursos do Novo Jornalismo, como a construção de cena, o uso de diálogos, o símbolo de status e vida e os pontos de vista apontados pelo escritor estadunidense Tom Wolfe como os elementos que permitiam à fruição das narrativas (WOLFE, 1973).

Acima de tudo, a primeira versão de *Páginas Ampliadas* transcendia o subtítulo, trazendo para a academia o diálogo com outras áreas do conhecimento. No capítulo 4, por exemplo, batizado de *Impulsos quânticos para um jornalismo holístico*, Lima dialogava com autores como o físico alemão naturalizado estadunidense Albert Einstein (1879–1955), o físico austríaco Fritjof Capra, a bióloga estadunidense Lynn Margulis (1938–2011) e os pesquisadores britânicos James Lovelock e Rupert Sheldrake. A visão transdisciplinar, tão falada e pouco praticada na academia, já era defendida por Lima em seu doutorado. Ele ia além, portanto, das discussões sobre Jornalismo Literário enquanto uma interface entre o jornalismo e a literatura, lançando a proposta do Jornalismo Literário Avançado que o diferencia entre seus pares desta área do conhecimento.

Depois do lançamento da primeira edição do *Páginas Ampliadas*, o docente foi administrando os desafios da vida profissional. Em 1994, assume a assessoria de imprensa da Viação Aérea São Paulo (VASP). Em 1995, aos 44 anos, lança o livro-reportagem *Ayrton Senna – Guerreiro de Aquário* (Brasiliense), sobre o ex-piloto de Fórmula 1 – uma de suas áreas de interesse. No ano seguinte, 1996, organiza o livro *Econautas: ecologia e jorna-*

lismo literário avançado (ULBRA/Peirópolis). Em 1997, assume a direção do curso de Comunicação Social da Universidade de Uberaba (MG). Em 2001, outra iniciativa transdisciplinar: faz pós-doutorado em Educação na Universidade de Toronto, no Canadá.

O ano de 2004 é especial para *Páginas Ampliadas*. A segunda edição da obra, editada pela Editora Unicamp, já estava esgotada há algum tempo sem que houvesse interesse por parte da editora de reimpressão. Ainda haviam poucas obras dedicadas ao assunto em português até então, caso de *Revista Realidade: 1966-1968* – tempo de reportagem na imprensa brasileira (Age, 1999), de José Salvador Faro, da Umesp.

Assim, em 2004, a editora Manole lança a terceira edição, revista e atualizada, de *Páginas Ampliadas*. Com mais de 40 anos de tradição no mercado editorial, esta editora tem como carros-chefes as obras de Ciências da Saúde e Direito, mas também publica livros universitários de outras áreas do conhecimento, como Comunicação e Linguagem. Na nova casa, a obra ganhou capa e diagramação novas. O conteúdo, no entanto, como o autor fez questão de deixar claro na apresentação do livro, é praticamente o mesmo. “Este livro é sua versão ligeiramente modificada e esta edição atualizada de *Páginas Ampliadas* inclui referências à evolução recente do livro-reportagem no mercado editorial brasileiro. Os conceitos básicos, os instrumentos de observação, as técnicas narrativas e o conteúdo de caráter teórico aqui discutidos, originários da primeira versão, continuam pertinentes nestes primeiros anos do século XXI” (LIMA, 2004: XVIII).

Dois anos depois do relançamento da obra, em 2006, Edvaldo Pereira Lima é um dos cofundadores da ABJL (Academia Brasileira de Jornalismo Literário), o único curso em Jornalismo Literário em nível de lato senso do país. Esta iniciativa segue até hoje, quando ele é o presidente da entidade, que atualmente oferece cursos de pós-graduação nas cidades de São Paulo (SP) e em Curitiba (PR). No mesmo ano, por motivos familiares e depois de quase 20 anos de colaboração, Edvaldo Pereira Lima se aposenta da Universidade de São Paulo. Muitos acham que se tratou de um afastamento precoce, que deixou uma lacuna nos quadros docentes da Universidade até agora não suprida.

Apesar de abordagens diferentes, nos anos seguintes outras obras contribuíram para o pensamento da modalidade. É o caso de *Jornalismo Literário* (Contexto, 2006), de Felipe Pena (UFF), e de *Jornalismo e Literatura em Convergência* (Ática), de Marcelo Bulhões, da Unesp, entre outras.

Talvez para dialogar com os novos pares, o autor lança pela Manole, em 2009, uma quarta edição, revista e ampliada. Agora sim há novidades e, seguramente, é esta edição que deve ser adquirida por interessados, seja por meio da compra de exemplares novos ou usados. É fácil identificá-la, não apenas pela ficha catalográfica, mas também porque debaixo do subtítulo aparece, agora, o termo Jornalismo Literário. Em primeiro lugar, houve a adição de índices, o onomástico e o remissivo, que facilitam grandemente a consulta da obra. Em segundo lugar, e principalmente, há um novo capítulo 5, *Simbiose com o Jornalismo Literário e o Futuro*.

Este novo capítulo (MARTINEZ, 2008) traz o coração do pensamento do autor sobre o tema. Ele discute os pilares do Jornalismo Literário na visão do autor (a saber exatidão e precisão; contar história; humanização; compreensão; universalização temática; estilo próprio e voz autoral; imersão; simbolismo; criatividade; responsabilidade ética). Trata-se de uma reflexão de Lima sobre algumas premissas básicas ao gênero que haviam sido delineadas pelo acadêmico estadunidense Mark Kramer (KRAMER, 1995).

Outra adição significativa é sobre gêneros e formatos. No novo *Páginas Ampliadas*, Edvaldo Pereira Lima propõe os seis gêneros principais que atribui à modalidade: reportagem temática; biografia; perfil; memórias; ensaio pessoal; jornalismo literário de viagem. Talvez o ensaio pessoal, gênero muito usado nos Estados Unidos, seja o que soe mais diferente em relação às demais propostas. De acordo com Lima, o ensaio pessoal é “derivado do ensaio tradicional, cujo princípio básico é a discussão de um tema à luz da reflexão do autor. A versão mais moderna deste gênero, no jornalismo literário atual, mescla narrativa e reflexão, sempre com forte conotação pessoal. Significa que o autor escreve sobre um tema por que há um motivo individual muito forte que o impele a fazer isso, de caráter emocional ou intelectual, ou ambos. Há uma necessidade premente de compreensão” (LIMA, 2009, p. 431).

Finalmente, o novo capítulo 5 aborda a espinha dorsal do Jornalismo Literário Avançado, incorporando aportes da Psicologia Humanista. Convém ressaltar que Lima foi casado por 19 anos com a psicóloga junguiana Lucy Coelho Penha (1947-2012), ela mesma uma brilhante pensadora em sua área. Como não poderia deixar de ser, a parceria intelectual refletiu-se no trabalho do autor e vice-versa. Ainda na questão do Jornalismo Literário Avançado, o novo *Páginas Ampliadas* aborda a mitologia, em particular a *Jornada do Herói* como “método de estruturação de narrativas a textos da realidade. Método nascido da conjun-

ção de estudos Joseph Campbell<sup>2</sup> e Jung<sup>3</sup>, foi sistematizado por Christopher Vogler, consultor de roteiros de cinema nos Estados Unidos, sendo empregado por cineastas como Spielberg e George Lucas. Adaptada para narrativas do real por Edvaldo Pereira Lima [...]. Seu primeiro experimento no ensino de jornalismo está avaliado na tese de doutorado de Monica Martinez e já disponível em livro” (LIMA, 2009, p. 443; MARTINEZ, 2008).

Depois de lançar a 4ª. edição de *Páginas Ampliadas*, o autor seguiu publicando. Em 2009, lançou *Escrita Total: escrevendo bem e vivendo com prazer, alma e propósito*. No ano seguinte, lançou *Jornalismo Literário Para Iniciantes*. Ambas obras chegaram ao mercado por meio de uma editora independente, o *Clube de Autores*.

Até hoje, *Páginas Ampliadas* – em qualquer uma de suas edições, mas em particular na 4ª. edição – segue como uma obra de referência para quem estuda narrativas contemporâneas. Em alguma medida, é uma obra em trânsito, em constante evolução. Neste sentido, reflete fielmente o espírito de seu autor.

## Referências

BERTALANFFY, Ludwig Von. **Teoria Geral dos Sistemas**. São Paulo: Vozes, 1975.

KRAMER, Mark (1995). Breakable Rules for Literary Journalists. In: SIMS, Norman; KRAMER, Mark. **Literary Journalism**. New York: Ballantine Books.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Escrita Total: escrevendo bem e vivendo com prazer, alma e propósito**. São Paulo: Clube de Autores, 2009.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo Literário para Iniciantes**. São Paulo: Clube de Autores, 2010.

\_\_\_\_\_. **O Que é Livro-Reportagem**. São Paulo-SP: lo.: Brasiliense, 1993.

---

2. Trata-se do mitólogo estadunidense Joseph Campbell (1904-1987).

3. O psiquiatra suíço Carl Gustav Jung (1865-1961), idealizador da psicologia analítica.

\_\_\_\_\_. **Páginas Ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Quarta edição ampliada. São Paulo: Manole, 2009.

\_\_\_\_\_. **Páginas Ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Terceira edição. São Paulo: Manole, 2004.

\_\_\_\_\_. **Páginas Ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Segunda edição. Campinas/SP: Educamp, 1995.

\_\_\_\_\_. **Páginas Ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Campinas/SP: Educamp, 1993.

MARTINEZ, Monica. **Jornada do Herói**: estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2008.

\_\_\_\_\_. O novo capítulo 5: jornalismo com alma. **Líbero**. Revista do Programa de Pós Graduação da Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, ano XI, n. 22, 2008. Disponível em: <[http://www.facasper.com.br/pos/libero/libero\\_n22.php](http://www.facasper.com.br/pos/libero/libero_n22.php)>. Acesso em: 12 jun 2009.

NICOLESCU, Basarab. **Manifesto da Transdisciplinaridade**. São Paulo: TRIOM, 1999.

Wolfe, Tom. **The New Journalism**. New York: Harper and Row, 1973.

## 2. Vencemos a exclusão digital?

Francisco Machado Filho<sup>1</sup>

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Exclusão Digital**: a miséria na era da informação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001. 48p.

A recente divulgação da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios - PNAD 2012<sup>2</sup> - aponta uma significativa melhora do Brasil nos aspectos sociais e econômicos ao longo dos 12 anos que separam a publicação da obra de Sérgio Amadeu até nossos dias e o presente texto. O que se pretende aqui é fazer uma

- 
1. Professor da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. E-mail: [fmachado@faac.unesp.br](mailto:fmachado@faac.unesp.br)
  2. Disponível em <[http://biblioteca.ibge.gov.br/d\\_detalhes.php?id=759](http://biblioteca.ibge.gov.br/d_detalhes.php?id=759)> Acesso em 12 de out. 2013, às 00h28m.

exposição das ideias e argumentos que motivaram Amadeu a investigar a questão da exclusão digital em uma época na qual a internet no Brasil era um produto caro e inacessível para a maioria da população brasileira. Amadeu é um pesquisador atuante sobre a sociedade digital e suas problemáticas. Mesmo passado todo este tempo decorrido e o contexto social e econômico não serem mais os mesmos, Amadeu lança questionamentos importantes e que ainda hoje trazem à tona o outro lado da sociedade da informação. Contudo, é preciso compreender a nova configuração da sociedade brasileira e a questão da inclusão digital a partir das novas relações sociais e econômicas que estão ditando as regras ao acesso à rede mundial de computadores atualmente, além da apropriação da tecnologia pelos indivíduos, do controle dos fluxos de informação e das disputas pelos países desenvolvidos no controle da tecnologia em questão. Um tema extremamente atual, de importância estratégica e de soberania nacional em nossos dias.

De acordo com o sítio Wikipédia, Sérgio Amadeu da Silveira “é um sociólogo brasileiro, geralmente lembrado como defensor e divulgador do software livre e da inclusão digital no país”<sup>3</sup>. Contudo, seu currículo é mais extenso do que isso.

É graduado em Ciências Sociais (1989), mestre (2000) e doutor em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (2005). É professor adjunto da Universidade Federal do ABC (UFABC). Integra o Comitê Científico Deliberativo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber). Consultor de Comunicação e Tecnologia. Foi professor titular do Programa de Mestrado da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero (2006–2009). Presidiu o Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (2003–2005). É membro do Comitê Gestor da Internet no Brasil. Pesquisa as relações entre comunicação e tecnologia, práticas colaborativas na Internet e a teoria da propriedade dos bens imateriais. Autor dos livros: *Exclusão Digital: a miséria na era da informação* e *Software Livre: a luta pela Liberdade do conhecimento*. Desenvolve trabalhos nos seguintes temas: exclusão digital, tecnologia

---

3. Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A9rgio\\_Amadeu\\_da\\_Silveira](http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A9rgio_Amadeu_da_Silveira)> Acesso em 12de out. 2013, às 01h45m.

da informação e comunicação, sociedade da informação, economia informacional, cidadania digital e Internet. É parecerista AD-HOC da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo.<sup>4</sup>

De fato, Amadeu é defensor e incentivador do uso de softwares livres, mas também milita a favor da inclusão digital. Acredita que a partir dela, a pobreza e a desigualdade social podem ser combatidas, pois as características da sociedade informacional que vem se configurando a partir dos anos de 70 e 80, principalmente por meio da popularização do computador pessoal e da internet, permitem ao indivíduo ampliar sua capacidade de pensar. O que para Amadeu é essencial nesta nova economia.

Enquanto a primeira e a segunda revoluções tecnológicas ampliaram a capacidade física e a precisão das atividades humanas, esta revolução amplifica a mente. Eis o maior perigo de se chegar atrasado a ela. Essa revolução, exatamente por fundar-se em tecnologias de inteligência amplia exponencialmente as diferenças na capacidade de tratar informações e transformá-las em conhecimento (AMADEU, 2001, p. 15-16).

Por isso, o temor de Amadeu de que a exclusão digital aprofunde ainda mais a distancia entre ricos e pobres. E, à época em que Amadeu apresentou seus argumentos (2001), o pessimismo e a preocupação eram plenamente justificáveis. Naquele ano, os índices negativos econômicos no Brasil eram significantes e, para muitos, um computador e uma linha telefônica eram itens realmente inacessíveis.

A política fiscal entre 1994 e 1998 não criou limites ao endividamento do setor público, e o resultado foi um crescimento muito forte dessa dívida (o valor nominal cresceu aproximadamente dez vezes entre 1994 e 1998). Ademais, a valorização cambial e os juros reais muito altos (em torno de 20% ao ano no período 1995 a 2002) foram utilizados como ferramentas da política anti-inflacionária. Isso propiciou o crescimento substan-

---

4. Texto informado pelo autor em seu currículo Lattes. Disponível em <<http://lattes.cnpq.br/6800442072685268>> acesso em 03 de out. 2013, às 19h00m.

tivo das importações, a entrada de capitais especulativos externos e a elevação dos empréstimos de empresas privadas, nacionais e estrangeiras no sistema financeiro internacional, como estratégia de fugir dos elevados juros domésticos. Esses fatores resultaram em rápido crescimento da dívida externa entre 1994 e 1998. Os crescentes déficits em conta-corrente no período 1994 a 1999 foram determinantes para a não continuidade do crescimento econômico sustentado nesse momento. Após a desvalorização cambial e a imposição de superávits primários do setor público de 3,25% do PIB em 1999, a economia brasileira iniciou o controle desses dois níveis de endividamento, o interno e o externo. Como toda política austera, o resultado foi o reduzido crescimento econômico nesse período. (OLIVEIRA, NETO, 2005)<sup>5</sup>

Para Amadeu, a “exclusão digital ocorre ao se privar as pessoas de três instrumentos básicos: o computador, a linha telefônica e o provedor de acesso”. (2001, p. 18). Sua linha de raciocínio segue essa lógica e sua obra apresenta como principais tópicos:

- a conscientização de que a inclusão digital deve ser fruto de uma agenda pública;
- chama a atenção para o processo histórico da sociedade pós-industrial e o momento de transição para a nova sociedade informacional e a ampliação da desigualdade causada pelo processo de desindustrialização no ocidente;
- com a chegada da internet aponta os benefícios e a urgência de se utilizar esta nova plataforma como meio de inclusão e ampliação do saber;
- liga o desenvolvimento socioeconômico ao acesso à informação proporcionada pela internet e à rede de computadores ligados a ela.

---

5. OLIVEIRA, André Mourthé de. NETO, Antonio Carvalho. Análise da conjuntura econômica brasileira: o crescimento sustentado é viável? Disponível em <<http://www.iceg.pucminas.br/espaco/revista/E%20&%20G%20n%2011%20art%2007%20Conjuntura.pdf>> Acesso em 08 out. 2013, às 18h08m.

Este é um ponto chave na obra de Amadeu: a possibilidade do avanço do bem estar social por meio da inclusão digital. Para ele, “a pobreza não será reduzida com cestas básicas, mas com a construção de coletivos sociais inteligentes, capazes de qualificar as pessoas para a nova economia e para as novas formas de sociabilidade” (AMADEU, 2001, p. 21), pois a configuração da sociedade informacional permite essa possibilidade, tanto quanto a industrialização dos séculos XIX e XX. Contudo, em um país desigual como o Brasil e, ainda mais, à época de sua reflexão, Amadeu não se furtou a questionar se esse desenvolvimento informacional seria mesmo possível e questionava se a inclusão social a partir da inclusão digital poderia realmente ocorrer. Para Amadeu sim, a partir de três argumentos. Primeiro, ele nos lembra de que a revolução ainda em curso destinou à informação um lugar estratégico. Segundo que a organização da economia e do trabalho no mundo rico será cada vez mais mediada por dispositivos informacionais. Terceiro, o uso em massa da tecnologia da informação pode gerar uma sinergia vital para o desenvolvimento sustentado em nossa sociedade.

Passados doze anos da publicação de sua obra, pode-se verificar um crescimento significativo no acesso da população à comunicação em rede. Os números utilizados por Amadeu evidenciavam um cenário diferente do que encontramos hoje no país. Para seu embasamento utilizava dados do Censo do ano de 2000, que apontava que o Brasil possuía entre 10 a 20 usuários de informática por 100 mil habitantes e havia apenas 5 milhões de brasileiros com acesso à internet. Hoje os números são bastante diferentes. 56% da população brasileira tem acesso à internet<sup>6</sup>. O número de indivíduos alcança um total de 106,3 milhões de acessos em banda larga, sendo que 80% deste total se dá por banda larga móvel.<sup>7</sup> Do total de municípios brasileiros, 3.414 possuem cobertura 3G, o que representa 89% da população<sup>8</sup>. A Cisco, empresa do ramo da infraestrutura de redes, aponta em estudo que em 2017, o vídeo será 72% do tráfego móvel

---

6. Informação verbal apresentada no Congresso SET 2013. Palestra: TV e Internet a união dos mundos Broadcast e Broadband. Aguinaldo Bomquiani. São Paulo, 22 de agosto de 2013.

7. Informação disponível em <<http://www.teletime.com.br/23/07/2013/brasil-tem-106-3-milhoes-de-acessos-de-banda-larga-em-junho/tt/348425/news.aspx>> Acesso em 08 out. 2013, às 20h08m.

8. Informação verbal apresentada no Congresso SET 2013. Palestra> Convivência da TV e da Banda Larga. Eduardo Levy. São Paulo 21 de agosto de 2013.

na internet brasileira. Deve-se lembrar que o Brasil ainda irá implantar a tecnologia 4G, que possibilitará maior tráfego de dados em velocidade ultrarrápida. Outra tecnologia não abordada por Amadeu é a TV Digital e sua possibilidade de inclusão via a interatividade. Tecnologia que ainda estava em fase inicial de estudos em 2001 no Brasil e impossível de ser analisada na obra em questão.

Assim, podemos imaginar que a inclusão digital no Brasil está ocorrendo em um processo mercadológico natural? Do ponto de vista ao acesso puro e simples, talvez seja possível dizer que sim, mas isso em si mesmo não quer dizer que inclusão esteja ocorrendo de fato. Cardoso (2010, p. 58) nos lembra de que “a internet é apropriada de forma diferente por várias pessoas e nem todas realizam usos que a diferenciem do que outras mídias poderiam oferecer”. O autor cita que essa condição é mais perceptível em sociedades em transição, estritamente ligada à dimensão educativa e de geração.

Há algo nas sociedades em transição que as faz enfatizar mais as diferenças. Ou seja, nas sociedades em transição as divisões entre quem usa e quem não usa tecnologias como a internet são mais fortes e tendem a tornar ainda mais o seu uso dependente da geração a que se pertence: quanto mais jovens e maior o nível de educação, maior a utilização. (CARDOSO, 2007, p. 59)

Desta forma, o alerta de Amadeu de que a revolução da informação pode acentuar o distanciamento entre ricos e pobres é verdadeiro ainda hoje. “Ou seja, os interesses convergentes do mercado na inclusão digital são muitos genéricos, superficiais e impotentes”. (AMADEU, 2001, p. 24) Portanto, não basta ter acesso ao equipamento. É de extrema importância que este acesso venha acompanhado de políticas públicas que permitam que as diferenças no uso da tecnologia pelos diferentes grupos sociais sejam minimizadas. A questão é que essas políticas ocorrem em uma velocidade mais lenta do que os interesses do mercado.

Além disto, a inclusão digital está ganhando outro importante viés. Não apenas no campo econômico, mas também no campo democrático e da liberdade de expressão. As redes sociais como, facebook, inexistente em 2001, é o segundo sitio mais acessado no país e o Brasil e ocupa a terceira posição

mundial em número de usuários<sup>9</sup>. As redes sociais estão contribuindo para troca de mensagens e mobilização social em uma escala de tempo e número nunca vistos anteriormente. O que gera outro grave problema: a liberdade da rede e na rede passa a ser um ponto de interesses não só comercial, mas político e ideológico. Denúncias noticiadas pela imprensa em geral, demonstraram que é possível quebrar a segurança das redes informação e permitir a espionagem tanto de pessoas, como até mesmo de governos por parte de quem detém a tecnologia. Soma-se a isto, o controle do conteúdo e fluxo da informação a ser enviado pela internet e a possibilidade dos provedores de acesso em privilegiar este ou aquele conteúdo. A neutralidade da rede é um debate que muito em breve irá ser tão crucial quanto as barreiras econômicas entre os países.

Cabe ao Estado, em suas três esferas de governo (municipal, estadual e federal), articular e implementar planos de inclusão digital que busquem ampliar a cidadania a partir do uso intensivo das tecnologias da informação, inserir as camadas mais pauperizadas da informação do conhecimento e tornar o acesso à rede mundial de computadores um direito básico. (AMADEU, 2001, p. 43)

Infelizmente a inclusão no Brasil está ocorrendo do ponto de vista mercadológico. O PNLB - Plano Nacional de Banda Larga, apresentado em 2010 pelo governo federal e que pretendia concretizar a universalização do acesso à internet alcançando os lugares que não atraíssem os interesses comerciais da iniciativa privada, foi abandonado pelo governo, nas palavras de Rogério Santana, presidente da Telebrás demitido em 2011, exatamente por não concordar com os caminhos que o projeto estava tomando após a entrada de Paulo Bernardo no Ministério das Comunicações. Portanto, não vencemos a exclusão digital. Se anteriormente ela estava diretamente ligada à compra dos instrumentos que possibilitavam o acesso à internet, hoje a exclusão se dá pela falta de uma política pública de envergadura nacional, desatrelada dos interesses das operadoras de telefonia e dos fabricantes de dispositivos eletrônicos. Por certo, existem

---

9. Disponível em <<http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>> Acesso em 11 de out. 2013, às 23h38m.

iniciativas localizadas e práticas que objetivam o acesso por meio de escolas, bibliotecas públicas, telecentros, etc. e que por certo minimizam o problema, mas não o enfrentam diretamente.

Assim, o chamamento de Amadeu para a luta e o combate à exclusão digital ainda é tão atual quanto em 2001. O percurso acadêmico do autor demonstra que novos ingredientes foram adicionados ao tema, tais como o uso do software livre e o marco regulatório da internet brasileira, deixando claro que esta demanda ainda tem um longo caminho pela frente a ser seguido e que a participação da sociedade civil é necessária e importante para a construção de um ambiente igualitário e livre da dominação hegemônica exercida pelos detentores da tecnologia.

## Referência

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

### 3.

## Comunicação e planejamento nas teias da cultura: Reflexões sobre o livro *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*

Luiz Alberto de Farias<sup>1</sup>

ECA – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São  
Paulo / UAM – Universidade Anhembi-Morumbi

KUNSCH, Margarida M K. **Planejamento de Relações Públicas na  
comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

A obra da relações-públicas Margarida M. Krohling Kunsch é ampla. É baseada em larga e profunda produção. Com o volume de uma pesquisadora extremamente experiente e com vasto trânsito internacional, suas pesquisas e seus livros são base para o estudo de relações públicas e comunicação organizacional no Brasil e referência em todo o mundo.

---

1. E-mail: lafarias@usp.br

Destaca-se em sua obra o aspecto do planejamento associado de forma basilar ao pensamento em comunicação. Isso sem dúvida se deve a uma cuidadosa e profunda revisão da literatura feita ao longo da vida pela autora. A inspiração de se aprofundar na pesquisa em torno da chamada comunicação organizacional também potencializou no país a criação de um campo de pesquisa em torno desse tema.

Com ampla contribuição à academia, como professora e pesquisadora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, seu trabalho também fez efeito na criação ou consolidação de diversas entidades profissionais ou científicas nacionais e internacionais, como se destaca na Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), na Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), na Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación (Alaic), na Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Científicas de Comunicação (Socicom), dentre outras.

Vale lembrar também a sua preocupação em consolidar a área de pesquisa por meio do apoio a publicações científicas. Foi desse pensamento que surgiram revistas consagradas como a *Revista da Alaic* e a *Organicom Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, disseminadores do trabalho de cientistas brasileiros e de todo o mundo.

A capacidade de Margarida Kunsch em aproximar academia e mercado sempre foram um diferencial. E isso pode ser percebido por sua produção em todos os níveis. Mais uma vez retomamos o conceito de uma extensa teia de relações de significado que gera conexões permanentes, fruto da filosofia do planejar. É daí que sua presença também junto a organizações do primeiro, segundo e terceiros setores se justifica, como uma conselheira sagaz, com a capacidade de antever tendências e orientar processos rumo à comunicação excelente.

Margarida Kunsch trabalha todo o tempo com a ideia de comunicação integrada, o que a credencia a discutir com profissionais e pesquisadores de diferentes áreas. É com essa política que valoriza o profissional que atua de forma estratégica, que conecta diversos pontos de vista, que ela estimula novos sentidos e novas percepções. Essa visão dialógica fez escola, criou novos pesquisadores – seus orientandos ou não – com um olhar mais cuidadoso sobre a comunicação e a sua importância no desenvolvimento de um mundo mais justo e humanizado.

## 4.

# Comunicação, cultura, cibercultura: o estudo das mídias no compasso das transformações sociais e tecnológicas

Vander Casaqui<sup>1</sup>

ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003. 357p.

## Introdução

*Culturas e artes do pós-humano* é daquelas obras de maturidade acadêmica, que nasce da confluência de saberes adquiridos no percurso e da inquietude com os novos cenários que surgem no horizonte. É também um rigoroso mapeamento dos principais temas que desembocam na cultura digital, traçando perspectivas históricas e confrontando vertentes teóricas díspares a cada campo de conhecimento mobilizado. Sem a pretensão de descrever com minúcias o amplo espectro

---

1. PPGCOM ESPM – email: [vcasaqui@espm.br](mailto:vcasaqui@espm.br)

de debates desenvolvidos pelo livro, este artigo estabelece uma reflexão a partir de seus eixos principais, com o objetivo de situá-lo em seu contexto de produção e estabelecer conexões, tanto com alguns precursores quanto com o cenário atual.

Na perspectiva dos atualizadores do campo da comunicação no Brasil, a leitura do livro de Lucia Santaella apresenta, logo de início, dois aspectos muito evidentes. Primeiramente, há o sentido da atualização do olhar da própria pesquisadora para as questões que mobilizam ao ato de investigação, revelada na apresentação da obra; essa atualização pessoal está em compasso com a renovação dos cenários tecnológicos e sociais que lhe servem de objeto. A comunicação vista em perspectiva histórica é analisada como processo, que envolve o próprio ato de sua pesquisa. Esse é um dos pontos de destaque da obra em questão.

Em síntese, elegemos três aspectos centrais de sua contribuição, como estudo atualizador dos questionamentos e abordagens do campo da comunicação brasileiro:

- a) O livro apresenta um estado da arte dos estudos midiáticos e amplia o seu espectro, com a inclusão das tecnologias digitais e as transformações derivadas de sua incorporação às práticas sociais;
- b) Trata-se de um estudo precursor no cenário brasileiro, ao fundamentar e sistematizar a abordagem comunicacional das relações entre homens e técnicas/tecnologias, a partir do advento da cultura digital;
- c) A obra renova o olhar semiótico aplicado ao estudo da cultura, elaborando uma macroanálise social a partir das transformações das linguagens, dos códigos e das mensagens associados às tecnologias digitais.

*Culturas e artes do pós-humano* é, de acordo com Santaella, uma espécie de segundo volume de seu livro *Cultura das mídias*, de 1992. Quando da escrita da primeira obra, a autora revela perceber um processo que só viria a compreender plenamente na cena consolidada no momento da elaboração no livro seguinte, no momento de ampla disseminação da cultura das redes a transformar de forma acentuada os modos de produção, circulação e consumo das mídias. É do delineamento do conceito de cultura das mídias que Santaella aponta para o lugar da cibercultura:

Ela [a cultura das mídias] não se confunde nem com a cultura de massas, de um lado, nem com a cultura digital ou cibercultura de outro. É, isto sim, uma cultura intermediária, situada entre ambas. Quer dizer, a cultura digital não brotou direta-

mente da cultura de massas, mas foi sendo semeada por processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais a que chamo de “cultura das mídias” (2003, p.13).

Dessa forma, adota uma perspectiva histórica organizada em ciclos, que, se não são estanques, e sim atravessados por permanências e elementos residuais das eras anteriores, emergem a partir de predominâncias, de visões hegemônicas, de posicionamentos privilegiados das práticas comunicacionais em determinados contextos históricos e culturais. Temos, assim, um percurso diacrônico elaborado a partir da comunicação, por meio de seis eras, ou seis tipos de formações culturais, a saber: *cultura oral*; *cultura escrita*; *cultura impressa*; *cultura de massas*; *cultura das mídias*; *cultura digital*.

A discussão sobre as formações culturais tem como fundamento uma exaustiva revisão sobre as correntes teóricas que articulam o conceito de cultura. Sendo, em síntese, “a parte do ambiente que é feita pelo homem” (SANTAELLA, 2003, p.31), desdobra-se em significados a partir de suas concepções humanistas e antropológicas, articulando-se e sobrepondo-se muitas vezes à noção de civilização. A autora propõe, afinal, a partir de alguns autores clássicos, como Roland Barthes, Umberto Eco, Mikhail Bakhtin, um diálogo entre a semiótica e os estudos culturais, que contribui para alçar o olhar semiótico ao campo da comunicação, tendo como enfoque específico a cultura midiática, ampliada pela dinâmica da cultura digital e seus aparatos tecnológicos, sua interatividade, convergência e mobilidade.

No decorrer de sua reflexão sobre a semiose do pós-humano, Santaella questiona as dicotomias entre natureza e cultura, natureza e técnica, ao considerar que “cultura é mediação” (p.219). Ou seja, há uma relação indissociável entre vida e cultura, e é por meio da observação da complexidade humana e dos diversos níveis de sua produção cultural que se pode compreender a vida, o universo. Corpo e máquina se combinam na reconfiguração do ser humano e da vida de maneira geral; as máquinas criadas pelo homem servem à produção de si, à transformação de seu cérebro e sua complexificação. Os meios e máquinas de produção de linguagens expandem a noção de corpo, ao tornarem-se extensões da capacidade humana de elaborar signos cada vez mais elaborados, de arquitetar um universo simbólico cada vez mais complexo. É por meio da análise da produção artística e suas concepções de corpo que Santaella compreende o ambiente digital como um tubo de ensaio, como um laboratório do homem que está por vir.

A cultura digital, contemplada no livro, é gestada a partir de elementos já presentes na fase anterior; trata-se da fase em que a proliferação midiática que permeia a cultura contemporânea (cuja gênese foi amplamente discutida pela Escola de

Frankfurt de Adorno e Horkheimer, e posteriormente pelo situacionismo de Guy Debord, por meio de sua tese da sociedade do espetáculo) ganha nuances próprias, com o advento de meios e mensagens segmentados, diversificados, híbridos. Cultura de massas e cultura das mídias são eras de transformações importantes nos modos de produção simbólica e nas formas comunicacionais, que promoveram mutações nos seres humanos. Sobre as bases dessas culturas emerge a era digital, sem que haja um sentido de evolução, de progressão linear nessas passagens.

A hibridação de mensagens e dos próprios meios tornam-se marcas dessa era. As questões principais que interessam aos estudos do campo comunicacional são as mudanças nos tipos de signos colocados em circulação pelos meios digitais; nos tipos de mensagens e nos processos derivados de seus usos; e nas formas de interatividade entre produtores e consumidores simbólicos. Santaella, dessa forma, lança um olhar para esses processos a partir de sua longa história como semioticista, uma das principais pesquisadoras da vertente peirceana, alçando a outro patamar a contribuição da semiótica para a compreensão do cenário social em torno dos fenômenos comunicacionais. Sua leitura, no entanto, estabelece uma série de outras conexões para construção de um olhar complexo para o quadro que analisa – dentre os quais, destacamos a aproximação com dois autores clássicos, Walter Benjamin e Marshall McLuhan.

Ao concluir que as mutações nos processos comunicacionais moldam o pensamento e promovem transformações na sensibilidade humana, Santaella dialoga com a tese do novo sensorio elaborada por Benjamin. Essa conexão permite compreender o que há de continuidade e as variâncias entre as formações culturais de diferentes eras: cada era contribui com afetações específicas promovidas por técnicas, por tecnologias, por formas de comunicar. Trata-se, essencialmente, de uma leitura fundamentada na observação da linguagem a constituir o elo social, como um *continuum* agregador das inovações e transformações em perspectiva histórica; essa linguagem mutante tem conexão direta com o novo sensorio de cada época. Dessa forma, Santaella encontra um caminho sólido para a análise da cultura digital, sem cair na mitológica entusiasta em torno da cibercultura – a tônica de grande parte dos estudos desenvolvidos nesse período sincrônico à ampla difusão da internet e das redes digitais nas práticas culturais. Sem deixar de problematizar os fenômenos que observa, a autora se distancia da crítica apocalíptica, que atribui às tecnologias o poder de afastar os sujeitos da experiência com o “mundo real” (em oposição à virtualidade do ciberespaço).

Nesse ponto, Santaella avança a partir da revisão do legado de McLuhan, quando afirma que o meio é a linguagem, e que por ela compreendemos o advento do pós-humano. Avesa ao fetiche das mídias digitais (ao qual as teses de

McLuhan são utilizadas como suporte, em releituras contemporâneas), percebe a linguagem como extensão do homem. A hibridação do ser humano com a máquina, produtora de novos códigos, signos e mensagens, é um processo que se aprofunda com a atual conjunção entre os computadores e a cultura das redes, o que vai atualizar e dar novos significados ao imaginário pós-humano que surge a partir dos anos 1980. Nesse período anterior, andróides, ciberpunks, ciborgues são alegorias que povoam a arte (literatura, cinema, música pop, *graphic novels*) e a escrita de teóricos sintonizados com os avanços das ciências e das técnicas. Informatização, biotecnologia, realidade virtual, inteligência artificial, estão entre os elementos que compõem essa emergência do pós-humano na cultura, como alegoria de uma época que vai fomentar o que vem a seguir, a era digital.

## Caminhos para a discussão do pós-humano

Em um momento de instantaneidade e efemeridade da cultura digital, em que o imaginário tecnológico entrelaça presente e futuro, Santaella se vale da trilha percorrida por outros teóricos importantes, dentre os quais Benjamin: aproxima-se da arte para encontrar pistas, teses, formulações sobre o futuro. Se Benjamin se valeu da poesia moderna de Baudelaire e da prosa de Kafka para refletir sobre o sujeito moderno, seus dilemas e suas mutações sensoriais, diante das transformações sociais, culturais e estéticas em curso a partir do século XIX, as teorias não verbais e poéticas da arte digital servem a Santaella para discutir sobre o homem contemporâneo que se projeta ao futuro, pelas relações e interfaces com as máquinas.

No começo do século XX, o imaginário do futuro concebia a figura do robô, o homem-máquina criado como espelho do homem, muitas vezes se rebelando contra seu criador. O autor tcheco Karel Tchépek utilizou esta denominação pela primeira vez em sua peça teatral *A fábrica de robôs*, publicada originalmente em 1920. A palavra “robô” tem como significado na língua tcheca a noção de “servidão, trabalho forçado”. Essa alegoria serviu de forma potente ao drama distópico de Tchépek, que criticava, entre outras coisas, a desumanização impingida pelo trabalho fabril, representado aos moldes do taylorismo/fordismo predominante no sistema produtivo da época. Como se pode perceber no trecho de um diálogo da peça:

O jovem Rossum inventou um trabalhador com um menor número de necessidades. Teve que simplificá-lo. Eliminou tudo o que

não servia diretamente para o trabalho. Assim, de fato, ele jogou fora o ser humano e fez o robô. Cara senhorita Glory, os robôs não são pessoas. São mecanicamente mais perfeitos que nós, têm uma inteligência, um raciocínio enorme, mas não têm alma. Senhorita Glory, o produto do engenheiro é tecnicamente mais aprimorado do que o produto da natureza (TCHÁPEK, 2010, p.40).

No mundo ficcional construído pelo autor tcheco, o ser humano e o robô são corpos distintos. Por mais que a alegoria do robô seja uma alusão direta ao ser humano, a identificação entre a máquina e o ser de carne e osso problematiza a desumanização do trabalho operário, é representada como distorção de um sistema produtivo que escraviza, que explora a mão de obra e aliena os sujeitos. A ironia do texto faz do ideário do progresso, materializado pela capacidade do homem de conceber um produto que é seu espelho “mais aprimorado”, um motivo de reflexão crítica sobre a sistematização da vida a partir da lógica da produção. Há uma fronteira entre ser humano e máquina, enfim.

Na passagem ao imaginário do pós-humano, essa fronteira é derrubada, e tantas outras: a ruptura com a visão dialética marca a sua lógica. Como define Haraway, autora do Manifesto Ciborgue: “um ciborgue é um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção” (2009, p.36). A autora avança na leitura de uma experiência humana entrelaçada com as máquinas, regida por hibridações, por atravessamentos e reconfigurações:

No final do século XX, neste nosso tempo, um tempo mítico, somos todos quimeras, híbridos – teóricos e fabricados – de máquina e organismo; somos, em suma, ciborgues. O ciborgue é nossa ontologia; ele determina nossa política. O ciborgue é uma imagem condensada tanto da imaginação quanto da realidade material: esses dois centros, conjugados, estruturam qualquer possibilidade de transformação histórica (HARAWAY, 2009, p.37).

Santaella vai compreender esse imaginário na sua leitura renovadora do conceito de mídia; a tecnologia computacional vai gerar novas formas de consumo midiático, rearticulando assim a vida cotidiana e a sensibilidade humana. Em suas palavras, as “formas eletrônicas de extensão humana se tornaram essenciais à vida social e se constituem nas condições para a criação da cibercultura” (SANTAELLA, 2003, p.105). O pós-humano, de certa forma, naturaliza-se com a ampliação do alcance dessas tecnologias; em perspectiva futura, a autora apon-

tava para a miniaturização e ubiquidade progressiva dessas extensões, que, “daqui a não muito tempo, encontrarão novos habitats no corpo humano” (idem). A incorporação das próteses simbólicas, ou das próteses semióticas, extensões que “produzem, reproduzem e processam signos que aumentam a memória e a cognição de nossos cérebros” (idem, p.225), já é uma realidade neste momento histórico (basta observar no entorno a quantidade de *smartphones*, *tablets*, *ipods* e outros *gadgets* indissociáveis do corpo de tantos sujeitos em sua vida cotidiana) e uma tendência que acompanha a transformação dos processos comunicacionais.

## Considerações finais

Passados dez anos de sua publicação, podemos perceber mais nitidamente a contribuição do livro de Lucia Santaella para os estudos comunicacionais. Por mais que as tecnologias sejam sempre renovadas em seus formatos, mantêm uma base fundamental, articulada à cultura baseada no processamento, circulação e armazenamento de códigos e mensagens. Sua proposta de extensão do estudo da cultura das mídias à cibercultura atualiza os estudos das práticas em torno dos aparatos tecnológicos, como fenômenos que são incorporados ao *continuum* da linguagem.

No contexto da troca multidirecional de informação característica da era digital, a produção midiática é descentralizada, é difundida pela sociedade de maneira geral, por mais que ainda se preservem movimentos maciços, audiências globais para determinados eventos da cultura. Santaella aponta para a necessidade de avançarmos para além da noção de comunicação de massa, que alimentou grande parte da produção científica do campo em décadas passadas, e cuja lógica ainda é preservada em estudos de fenômenos comunicacionais recentes. Os fluxos discursivos contemporâneos apresentam novos desafios para a análise dos papéis de produtores e receptores e das formas de poder em jogo.

Seguindo o alerta lançado pela autora, ao analisarmos os processos comunicacionais no cenário contemporâneo, é importante não aderir aos extremos. Observar de maneira complexa os fenômenos que acercam as práticas dos sujeitos, sem considerar efusivamente que vivemos uma era de “empoderamento” dos consumidores midiáticos, pura e simplesmente. Sem também descambar para a crítica radical de que vivemos somente uma era de “empobrecimento” da experiência humana e da perda da autonomia para as corporações transnacionais da econo-

mia digital. Simultaneamente, multitudes convergem para plataformas digitais que compõem os espaços público-privados contemporâneos; nesses espaços, não há somente alienação e falsificação da vida – devemos considerar a experiência humana traduzida em novas formas de produção, circulação e consumo dos códigos, das mensagens. As tecnologias comunicacionais, desenvolvidas como espelhos dos sujeitos, trazem consigo contradições e paradoxos. Nas hibridações contemporâneas se produz, gradativamente, o homem do futuro – para o bem e para o mal, complementar e sincronicamente.

## Referências

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura [Obras escolhidas, vol. 1]. São Paulo: Brasiliense, 1994.

HARAWAY, Donna J. “Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX”. In: HARAWAY, D. [et al.]. **Antropologia do ciborgue**: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica, 2009, p.33-118.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (*understanding media*). [1964]. São Paulo: Cultrix, 1995.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1992.

SARLO, Beatriz. **Siete ensayos sobre Walter Benjamin**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2011.

TCHÁPEK, Karel. **A fábrica de robôs**. [1920]. São Paulo: Hedra, 2010.

## 5.

# Novos desafios para a literatura em Relações Públicas

Valéria de Siqueira Castro Lopes<sup>1</sup>

ECA-USP – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo

FARIAS, Luiz Alberto de. **A literatura de Relações Públicas:** produção, consumo e perspectivas. São Paulo: Summus, 2004. 166p.

As transformações provocadas pela globalização e pela revolução tecnológica, iniciadas no Brasil ao final do século XX e ainda em curso no começo do terceiro milênio, exigiram das organizações a busca pelo diálogo, coordenação de interesses com seus *stakeholders* e transparência comunicativa, preceitos teóricos das Relações Públicas e fatores que explicam o aumento da produção científica, também incentivada pela expansão dos cursos de pós-graduação

---

1. Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo Escola de Comunicações e Artes Universidade de São Paulo. E-mail: [valeriacastro@usp.br](mailto:valeriacastro@usp.br)

Stricto Sensu, e a valorização da atividade, ampliam as possibilidades de atuação profissional e exigem dos atores do campo das Relações Públicas uma renovação de suas reflexões e práticas (LOPES, p.155-156).

Diante deste cenário, Luiz Alberto de Farias propõe-se a conduzir uma análise da produção da literatura em Relações Públicas no Brasil para, a partir dela, refletir sobre o exercício da profissão em sua dissertação de mestrado. Ao compreendermos o contexto em que se encontra a pesquisa, da qual se origina a obra aqui resenhada, verificamos a pertinência da vinculação de Farias ao grupo de autores situados como “Atualizadores da Comunicação”, tendo em vista a discussão por ele proposta a respeito das conexões entre a produção acadêmica, o mercado literário e o campo profissional das Relações Públicas.

Para tanto, o pesquisador e docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e da Fundação Cásper Líbero, conduziu uma pesquisa documental com o objetivo de verificar as editoras cujo acervo fosse constituído de obras vinculadas diretamente ao campo das Relações Públicas. Nesta etapa da pesquisa empírica foram levantados dados mercadológicos das editoras, os critérios de seleção de novas obras para publicação, por elas adotados, bem como suas expectativas com relação à produção literária do campo.

Naquele momento, os resultados apontaram para uma produção literária com reduzido número de obras, em sua maioria, de natureza instrumental, concentrada em poucas editoras com volume de título no segmento e vinculada a uma lista restrita de autores. Tanto o relacionamento informal entre cursos e editoras quanto a falta de critérios para publicação da produção científica, a serem estabelecidas pelos cursos de pós-graduação, foram apontados pelo pesquisador como causas prováveis do cenário encontrado. Este cenário seria agravado pela ausência de uma política de encaminhamento dos egressos da graduação à pós-graduação, possibilitando um fluxo contínuo de dissertações e teses passíveis de publicação.

Entretanto, ainda que não tenhamos realizado uma pesquisa recente com propósito de verificar eventuais alterações no quadro então descrito pelo autor, é possível perceber pelos lançamentos nos últimos três anos que o número de obras publicadas no campo aumentou, ampliando conseqüentemente o número de autores e editoras voltados ao segmento. As eventuais alterações no cenário editorial podem ser explicadas pelo aumento da produção de teses e dissertações, decorrente da ampliação da oferta de cursos iniciada naquele momento. Entretanto, o caráter desta produção ainda se caracteriza por títulos voltados à demanda de mercado, cujo interesse ainda está voltado às questões de natureza técnica.

O autor aponta como alternativa para alteração da realidade por ele encon-

trada e com a qual o campo ainda convive, o desenvolvimento por parte das universidades de programas de incentivo a publicações acadêmicas com o intuito de aproximá-las do mercado editorial. Tais programas estabeleceriam critérios de seleção de dissertações e teses a serem encaminhadas para publicação pelas editoras, sem perder de vista a necessidade de compatibilizar os interesses de parte a parte, e conseqüentemente, sem prejudicar um dos princípios da produção científica: a difusão do conhecimento.

A expansão do campo das Relações Públicas, ocorrida a partir das mudanças de ambiente já mencionadas no início deste artigo, incentivou a publicação de obras dedicadas a discutir e acompanhar as temáticas emergentes ao invés de títulos que se propõem aprofundar os conceitos fundamentais de área e a construir um conhecimento sólido a seu respeito. Com isso, observa-se que a predominância de títulos voltados às questões técnicas e a necessidade de programas de incentivo a publicações acadêmicas mantêm-se como realidade do campo.

Em complementação ao estudo realizado junto ao mercado editorial, foram conduzidas entrevistas para que fossem identificadas as principais questões relacionadas à atuação profissional de Relações Públicas. A amostra foi composta por representantes do mercado, profissionais de Relações Públicas com vasta experiência e tidos como referência na área. A academia também foi ouvida e representada por coordenadores de graduação e pós-graduação em Relações Públicas das duas instituições de ensino superior consideradas na ocasião por diferentes fontes as melhores no ensino de Relações Públicas do Brasil (ECA-USP e Faculdade Cásper Líbero).

Os resultados obtidos nesta etapa da investigação vão ao encontro das descobertas realizadas junto ao mercado editorial. No que se refere à atuação profissional, os entrevistados indicam a diversidade de funções e atribuições que podem ser desempenhadas pelo profissional de Relações Públicas, vinculada à maior complexidade das táticas e ferramentas por ele empregadas na sua condução, como variáveis que acarretam uma visão pouco objetiva da profissão e, conseqüentemente, falta de identidade.

Outro ponto levantado por Farias foi a segmentação do mercado e da produção acadêmica, o que na perspectiva de parte dos entrevistados traria certa fragilidade ao campo. Porém esse fenômeno pode ser avaliado por seu aspecto positivo e indicado por parte da amostra como fator que agregaria valor à atividade na medida em que evidenciaria a polivalência do profissional. A nosso ver, a abordagem positiva se sobrepôs às limitações vinculadas a esse evento, uma vez que por meio dele novos pesquisadores despontaram como referência em temáticas específicas do campo e, atualmente, são (re)conhecidos tanto no mercado quanto em âmbito acadêmico.

A falta de integração entre academia e mercado fora apontada por ambos os estratos da amostra como uma barreira ao fortalecimento da atividade a ser suplantada. Os acordos de cooperação entre academia e mercado propostos por Farias seriam uma alternativa ao distanciamento, ainda observado atualmente, no que diz respeito tanto à produção científica quanto à literária conjuntas. A troca de conhecimento e experiência propiciaria as condições para a condução de pesquisas experimentais alinhadas às demandas do mercado e da academia, bem como à extinção de uma visão equivocada a respeito dos profissionais de Relações Públicas, estabelecida pelos próprios atores do campo de maneira determinista e que os categoriza de acordo com sua atuação – acadêmica ou mercadológica.

Passada quase uma década da publicação da obra, observa-se que o debate proposto por Farias continua atual. Embora, à primeira vista, o mercado editorial e a produção acadêmica demonstrem sinais de evolução, é possível constatar que muitos dos fatores cotejados pelo autor em sua pesquisa permanecem na pauta do dia os quais, diante das mudanças de cenário ocorridas neste período, acabam por impor novos desafios à comunidade acadêmica e profissional de Relações Públicas, relacionados não apenas à necessidade de reflexão, mas, principalmente, de ações que visem a consolidação do campo.

## 6.

# O lugar próprio em questão

Rose Mara Vidal de Souza<sup>1</sup>

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

JOSGRILBERG, Fabio B. **Cotidiano e Invenção**: os espaços de Michel De Certeau. São Paulo: Escrituras, 2005.

Temos um modo de “ver” dominante no mundo moderno: um olhar distante, “neutro” que nos ensinaram/ aprendemos a olhar... (MICHEL DE CERTEAU)

Com uma formação eclética e contemporâneo do pensador Michel Foucault, Michel De Certeau (França, 1925 - 1986) é um dos intelectuais de maior referência nas áreas de religião e história dos séculos XVI e XVII.

---

1. Doutoranda em Comunicação Social UMESp, Mestre em Comunicação UMESp. Jornalista. Diretora Editorial Politicom. Pesquisadora JITA/UFES. Pesquisadora colaboradora Cátedra da UNESCO-UMESP.

De Certeau que estudou filosofia e teologia entrou para a ordem dos Jesuítas em 1950 e foi ordenado em 1956, além de ter lecionado em diversas universidades espalhadas por todo o mundo, como Genebra, San Diego e Paris. Participou das manifestações políticas em 1968 e durante as décadas de 1970 e 1980, publicou uma série de trabalhos que deixaram nítido seu interesse pelo misticismo, fenomenologia e psicanálise. Trabalhando numa crítica ao sistema educacional e à ineficácia das instituições sociais define este pensador.

No livro do professor Fábio B. Josgrilberg se abre este leque para a discussão da obra de De Certeau e a comunicação, as relações de poder e os consumidores. Segundo o Prof. Luiz Roberto Alves, que prefacia a referida obra, “dois temas causam especial impacto no texto de Fabio Josgrilberg. O primeiro trata das questões sobre cultura popular e das indicações sensíveis acerca da cidade, onde mostra que o discurso intelectual moderno é incapaz de analisar e interpretar as culturas populares, pois o ato de nomeação contido nele circunscreve a exclusão, o afastamento. O segundo tema diz respeito à cidade. As reflexões de Certeau sobre os lugares e os espaços dizem muito se as encarnarmos no cotidiano e nas tomadas de decisão política dos atores e protagonistas das gestões urbanas. Principalmente se virmos a cidade como o laboratório da complexa cidadania contemporânea, lugar de novas práticas na reinvenção da vida solidária.”

Josgrilberg (2005, p.75) ainda mostra que ocupando-se em evidenciar, nas pesquisas do cotidiano, as “astúcias dos consumidores”, as “criações anônimas”, o rumor da vida coletiva, a realidade de poderes e de instituições, “micro resistências que fundam micro liberdades”, De Certeau nos convida a mudar o foco, a inverter o modo de interpretar as práticas culturais contemporâneas, recuperando o que chama “astúcias anônimas das artes de fazer” – esta arte de viver a sociedade de consumo. Com sua teoria das práticas cotidianas, chama a atenção para as táticas (usar, caminhar, ler,...) que compõem uma arte – “a arte do fraco”, a arte que é a teoria das táticas e suas práticas de dizer, e que operam dentro do lugar.

A grande contribuição das pesquisas de Certeau vem ao encontro desse novo olhar que nos escapa a cada segundo de nossa existência. Como lembra Certeau, “o estudo de algumas táticas cotidianas não deve, no entanto, esquecer o horizonte de onde vêm e, no outro extremo, nem o horizonte para onde poderiam ir” (1994, p.105). Ao pensarmos apenas na interpretação do significado das coisas baseado no significante que nos é imposto, perdemos também parte de nós mesmos. Só uma profunda reflexão de nossos próprios olhares e a busca por outros que nos podem fazer reverter esta condição a que somos submetidos cotidianamente.

## Referências

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

JOSGRILBERG, Fabio B. **Cotidiano e invenção**: os espaços de Michel de Certeau. São Paulo: Escrituras Editora, 2005.



## 7. As flores vencem o canhão

João Anzanello Carrascoza<sup>1</sup>

ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

QUEIROZ, Adolpho (org.). **Na arena do marketing político** – Ideologia e propaganda nas campanhas presidenciais brasileiras. São Paulo: Summus, 2006. 338p.

Em tempos de manifestações populares, como em 2013, é natural lembrar que elas colocam em circulação, novamente, hinos e canções de protesto, em geral oriundos de outros contextos, mas que, por vezes, ganham novos sentidos ou, o que é mais comum, revelam-se presos a um ideário ultrapassado.

No ensaio “MPB: uma análise ideológica”, publicado em seu livro *Saco de gatos*, Walnice Nogueira Galvão, ao analisar canções do final da década de 1960 e do início dos anos 1970, da autoria de Geraldo Vandré, Edu Lobo, Chico Buarque,

---

1. E-mail: [jcarrascoza@espm.br](mailto:jcarrascoza@espm.br)

Caetano Veloso e Gilberto Gil, nos mostra que elas não traziam, no fundo, nenhuma proposta de ação, a não ser o seu próprio cantar. As letras nada propunham, eram, em verdade, consoladoras e fatalistas, materializando a ideologia de uma parte da classe média – a intelectualizada –, que deplorava a situação e se embalava na certeza de que a mudança, mais dia menos dia, aconteceria por si só.

Uma dessas canções, *Para não dizer que não falei das flores*, de Vandr , traz os seguintes versos: “Pelas ruas marchando indecisos cordões/ Ainda fazem da flor seu mais forte refrão/ E acreditam nas flores vencendo o canhão”. Tais versos nos levam diretamente às páginas do livro *Na arena do marketing político – Ideologia e propaganda nas campanhas presidenciais brasileiras*. A obra, pioneira do gênero no Brasil, é uma compila o de artigos, uma antologia, ou, noutras palavras, um “florilégio”.

Poderíamos dizer, se motivados unicamente pelas nuances polêmicas que o assunto (marketing político) suscita e pelo espírito sombroso de Baudelaire, que temos em mãos uma cole o de “flores do mal”, mas, ao contrário, a leitura atenta garante que estamos diante de uma árvore de conhecimento e cada texto é um de seus frutos.

Como todo objeto novo de estudo,   difícil, numa só visada, dar conta de enquadrá-lo sem deixar descoberto algum de seus ângulos, e, nó obstante a sua reconhecida maturidade acadêmica, Adolpho Queiroz, o organizador da obra, reuniu junto a si, para enfrentar a tarefa, uma equipe experiente de pesquisadores.

Estruturalmente, a coletânea tem seus artigos espalhados nos eixos síncrono e diacr nico.

No primeiro deles, com título homônimo ao livro, “Na arena do marketing político”, estão reunidos três estudos que contemplam, num *continuum*, o passado, o presente e as tendências já observadas em trabalhos científicos sobre esta temática.

“Ideologia e propaganda política na literatura latino-americana”, do próprio organizador, abre esta parte da obra, apresentando um vigoroso resumo das investiga es acadêmicas, a respeito do marketing político, feitas na América Latina. No ensaio, Queiroz faz justiça às obras que fundaram os estudos deste assunto entre nós, como *Marketing político e governamental*, de Gaudêncio Torquato, *O que   propaganda ideológica* e *Sadismo, sedu o e silêncio*, de Nelson Jahr Garcia, *Comunica o e populismo*, de José Marques de Melo, e *Comunica o e política*, de Antonio Rubim. E, ao final, pontua sobre o legado, ainda pequeno mas valoroso, de uma bibliografia sobre elei es, que vem ganhando contribui es de outras áreas, como a psicologia, a história, a sociologia, entre outras.

Na sequência, o texto “A linguagem textual e imagética na formação da opinião do eleitor”, de Maria das Graças Conde Caldas e Elizabeth Moraes Gonçalves, traz um excelente estudo da cobertura feita pelos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* dos debates televisivos entre os presidenciáveis durante o primeiro turno da eleição de 2002. Apoiando-se em três vetores analíticos – a significação do silêncio (Orlandi), a observação dos verbos introdutórios de opinião (Marcuschi) e os operadores argumentativos (Koch) –, as autoras se detêm, tanto na esfera verbal quanto visual, em distintos tipos de material jornalístico, como chamadas de capa, editoriais, artigos de articulistas, charges, reportagens, cartas de leitores, além de notas e notícias. A análise revela qual dos candidatos os jornais apoiavam e o modo pelo qual buscaram influenciar os seus leitores.

O último artigo dessa primeira parte, “Internet e política: comunidades virtuais e paraísos artificiais no *front* digital”, de Eduardo Rubi Cavalcanti e Sebastião Carlos de Moraes Squirra, aborda a esfera pública recriada no universo digital, discutindo se o potencial democrático das novas mídias se concretizará efetivamente, já que os grandes conglomerados empresariais são também aqueles que dominam o mundo virtual. O ativismo *on-line* de certas comunidades virtuais começa a demonstrar que houve um incremento de participação democrática no uso dos meios de comunicação mediada por computador.

A seguir, temos o outro feixe de “flores”, “Ideologia e propaganda nas campanhas presidenciais”, que corresponde ao subtítulo da obra e cujo conteúdo contempla o seu eixo diacrônico.

Esta longa segunda parte traz, em ordem histórica, um conjunto de textos que analisam, sob diferentes recortes do marketing político, as campanhas de propaganda dos candidatos que venceram as eleições e se tornaram presidentes do Brasil, cobrindo, assim, quase todo o nosso período republicano – de Prudente de Moraes (1894) a Fernando Henrique Cardoso (1998).

No primeiro destes artigos, Maurício Guindani Romanini nos mostra porque Prudente de Moraes foi o precursor da propaganda política no país, o fundador de uma vigorosa tradição de políticos brasileiros – os “fazedores de obras” – e como soube se valer dos jornais e do telégrafo (através do qual a entrega da informação, à época, se tornou mais rápida que os meios de transporte).

Karla Amaral investiga o uso da propaganda ideológica na construção do líder e do “mito” Getúlio Vargas, enfocando a propaganda do Estado Novo lastreada na doutrina nacionalista, as suas estratégias ao longo da Segunda Guerra Mundial e o controle da informação por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). A autora cita, como exemplo desse controle,

a censura feita à letra de um samba de Ataulfo Alves. Os versos originais “O bonde de São Januário/ leva mais um sócio otário:/ sou eu que não vou trabalhar” se transformam, pela ação do DIP, em “O bonde de São Januário/ leva mais um operário:/ sou eu que vou trabalhar”.

As estratégias de comunicação política, que contribuíram para eleger Juscelino Kubitschek à presidência da república em 1955, são apresentadas detalhadamente por João Carlos Picolin. Entre outras “armas” utilizadas, como os apartes do político nos comícios, os *slogans* de confiança (“50 anos em 5”, “Deus poupou-me o sentimento do medo”), a exploração do binômio energia e transporte e o cinema (filmes sobre a gestão de JK em Minas Gerais), o autor realça o poder mobilizador da música na campanha do candidato por meio de *jingles* derivados da clássica canção folclórica *Peixe vivo*.

A seguir, Eduardo Grossi parte de sua dissertação de mestrado sobre a propaganda na campanha presidencial de Jânio Quadros em 1960 e acrescenta, em seu ensaio, uma análise de conteúdo de peças publicitárias janistas produzidas por líderes de opinião, apoiando-se em pressupostos da folk comunicação. O pesquisador discute outras representações metafóricas da vassoura além de símbolo, assumido pelo candidato, de uma administração que varreria a corrupção e ampliaria os princípios morais no país. Demonstra que o político soube se valer não apenas dos meios de comunicação tradicionais, mas também contou com estratégias e táticas específicas dos comunicadores de folk favoráveis à sua plataforma. E analisa peças de propaganda elaboradas espontaneamente por simpatizantes de Jânio Quadros. São folhetos, de teor humorístico e moralista, que mimetizavam o texto de bula de remédio (vassouricilina), boletins com versos de cordel, acrósticos, manifestos contra seu concorrente principal Marechal Lott – enfim, materiais quase sempre com erros ortográficos para gerar empatia junto às classes subalternas. Destaca-se deste conjunto de peças a “Oração dos desiludidos”, paródia da oração cristã do pai-nosso: “PRESIDENTE NOSSO, que estaes no ar, voador seja o vosso nome, seja feita a vossa viagem, assim de Avião como de Elicóptero... o feijão nosso de cada dia, e um pedacinho de carne, de vez em quando nos DAE hoje... perdoai a nossa revolta, assim como nós perdoamos aos vossos eleitores... não nos deixeis morrer de fome, e livrae-nos do Lott, AMEM”.

Hebe Maria Gonçalves de Oliveira se incumbem de identificar os elementos do marketing político que contribuíram para a construção da imagem do candidato Tancredo Neves à presidência da república. Seu ensaio se esmera em descrever o contexto político da época e a esclarecer os aspectos comunicacionais daquela campanha de propaganda atípica tanto quanto a própria eleição

(indireta), pois tratava-se de convencer não a população a votar em Tancredo, mas os parlamentares. Para isso, foi criado um *pool*, composto inicialmente por dez das mais importantes agências de publicidade do Brasil, às quais, ao longo da campanha, se somaram mais outras vinte de diversas cidades do país. A pesquisadora demonstra como os comícios, os discursos de Tancredo, as pesquisas (que guiaram a definição do tema da campanha e o seu espírito popular) e a adesão de vários segmentos da sociedade (artistas, estudantes etc.) foram determinantes para a vitória do candidato da “conciliação nacional”.

Com a eleição de Tancredo Neves, e pouco tempo depois a sua morte, sem que tivesse tomado posse, o seu vice, José Sarney, assume a presidência. Paulo César D’Elboux, então, vai estruturar seu artigo enfocando a carreira política de Sarney (câmara dos deputados, governo do Maranhão, presidência da república, senado federal pelo Estado do Amapá), e os elementos de marketing político mobilizados em cada uma dessas campanhas, revelando a habilidade e os expedientes de Sarney como comunicador (somados à sua vocação de escritor), “independentemente” de sua família ser proprietária do maior grupo privado de comunicação do Estado do Maranhão.

À Ricardo Costa coube versar sobre o planejamento rigoroso e as técnicas de persuasão utilizadas na campanha presidencial de Fernando Collor de Mello, que o levaram à vitória. O pesquisador descreve e discute essas técnicas, como o *slogan* “O caçador de marajá”, as mensagens em camisetas (que buscavam colar ao candidato uma imagem de jovem esportista), os atos de indignação de Collor contra os abusos de vencimentos do funcionalismo público (com ampla repercussão nos meios de comunicação, sobretudo na mídia eletrônica, que lhe concedia generosos espaços), a exploração de pesquisas de opinião pública (até então não utilizadas, em sua plenitude, pelos políticos), os comícios (que adotavam o formato de shows) e a própria proposta do candidato (revestida de uma aura salvadora populista). Também investiga o Disque Brasil Novo (canal para ouvir a opinião dos eleitores sobre a plataforma política do candidato e recolher sugestões para aprimorá-la), as ações autopromocionais (que mantinham Collor em evidência na mídia) e o apoio da imprensa escrita que dava visibilidade à sua “caça” aos marajás e às suas prometidas ações contra a corrupção caso ele fosse eleito.

Seguindo a linha do tempo, Aparecida Amorim Cavalcanti apresenta um extrato de sua pesquisa de mestrado sobre a imagem política de Itamar Franco na mídia impressa brasileira, depois que ele alcança a presidência da república, de maneira circunstancial, em virtude do *impeachment* sofrido por Fernando Collor de Mello. O texto apresenta uma análise de conteúdo de matérias publicadas em

jornais (reportagem, charges etc.) sobre a proposta do presidente Itamar Franco de reiniciar a produção do automóvel da VW apelidado de “fusca”, que marcou época nas décadas de 1960 e 1970 no Brasil. A estudiosa conclui que, apesar das críticas, numerosas e contundentes, à proposta de se ressuscitar um carro obsoleto, caro e contraproducente como o fusca, a imagem pública de Itamar Franco não foi maculada – certamente porque a ideia estava em sintonia com o que o próprio presidente aparentava ser: simples e popular. O relançamento do fusca desencadeou certa satisfação social, já que o trabalhador brasileiro sonhava com um carro zero-quilômetro e não conseguia obtê-lo naquele contexto econômico.

O último texto desse recorrido histórico sobre o marketing político utilizado nas campanhas presidenciais vitoriosas no Brasil é escrito pelo organizador Adolpho Queiroz, que, então, aborda as “armas de sedução” na propaganda de Fernando Henrique Cardoso, em sua reeleição em 1998. Queiroz, nesse artigo que fecha o volume, discute a campanha publicitária de lançamento das novas moedas do real, componente de marketing estratégico que passou despercebido por muitos, mas que beneficiou sobremaneira a recandidatura do presidente FHC. O pesquisador também aponta semelhanças e diferenças entre a publicidade de produtos e a propaganda de candidatos políticos, afirmando que a campanha presidencial de 1988 se respaldou num marketing requentado. Tal expressão é perfeita para designar uma certa tradição da propaganda político-ideológica no Brasil, que repete procedimentos e estratégias já explorados. O *slogan* de Tancredo Neves “Muda Brasil” requeenta um dos *slogans* de Juscelino Kubistchek “Novos rumos para o Brasil”; o *slogan* de Fernando Collor de Mello “O caçador de marajá” requeenta o *slogan* de Jânio Quadros “Varre, varre, vassourinha”; o verso de um dos *jingles* de Luiz Inácio Lula da Silva “Sem medo de ser feliz” requeenta o *slogan* de Juscelino Kubistchek “Deus poupou-me o sentimento do medo”, entre outros exemplos.

Em suma, este florilégio inspirador nos conduz, por extensão, à ideia de que outros estudos poderiam ser feitos, seguindo seus moldes, sobre campanhas políticas na esfera estadual e municipal, universos que, inegavelmente, congraçam inúmeros casos expressivos, à espera ainda de investigações. Como contribuição para a evolução dos estudos da área, seriam fundamentais também pesquisas sobre as campanhas perdedoras, já que – o próprio título da obra nos lembra –, os conflitos eclodem primeiramente na “arena discursiva”.

Ao contrário do que Walnice Nogueira Galvão apurou nas letras da MPB de décadas atrás, as flores (os artigos) deste livro lançam sementes para novos

estudos sobre o marketing político no Brasil. Como conhecimento novo, são formas de ação intelectual, que podem, sim, impulsionar mudanças, sem que seja necessário o embate com os canhões. Elas são “a história na mão” e nos trazem, de fato, “uma nova lição”.



## 8.

# Atualizações para o estudo da folkcomunicação

Iury Parente Aragão<sup>1</sup>

SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. [2006]. São Paulo: Ductor, 2006. 316p.

Este texto tem por objetivo mostrar os debates trazidos pelo livro *Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos*, organizado pela professora doutora Cristina Schmidt e publicado no ano de 2006 pela editora Ductor. Inicialmente será mostrada uma breve biografia da organizadora do livro para entendermos a relação dela com a temática e também os motivos da elaboração da obra. Na segunda parte os principais pontos da publicação serão abordados.

---

1. Doutorando e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Graduado em Educação Física pela Universidade Federal do Piauí (UFPI) e em Jornalismo pelo Centro de Ensino Unificado de Teresina (CEUT). Diretor Financeiro da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação e editor da revista Bibliocom. E-mail: iparagao@yahoo.com.br

## Cristina Schmidt

Cristina Schmidt é paulistana, nascida no bairro da Liberdade, mas foi criada no bairro Eldorado, às margens da represa Billings, na cidade de Diadema, onde teve contato com a cultura caipira e com as festas populares, como a de Nossa Senhora dos Navegantes. Formou-se jornalista em 1983 pelo Instituto Metodista de Ensino Superior, teve como professores Luís Roberto Alves, Carlos Eduardo Lins da Silva, Ismar de Oliveira Soares, Regina Festa e José Marques de Melo e foi alfabetizadora treinada por Paulo Freire.

Ela também participou de manifestações populares, tendo contato com migrantes que foram morar na periferia do ABC paulista, nos quais observou o fortalecimento das identidades culturais e a fixação deles na nova terra.

No mestrado, realizado na Universidade Metodista da São Paulo, produziu a dissertação *New caipira: a recriação da cultura caipira em Piracicaba*, temática que a acompanha desde a infância. No doutorado, feito na PUC-SP, estudou a Festa de São Benedito da cidade de Aparecida – SP, na qual verificou “a hierarquia da cultura local, descrevendo os códigos que historicamente constituem a Festa de São Benedito e as apropriações feitas pelas mídias regionais e globais para a produção de conteúdos jornalísticos, educativos e religiosos” (SCHMIDT, 2012, p.49). A pesquisa foi publicada com o título de *Viva São Benedito! Festa popular e turismo Religioso em tempo de globalização*, pela Editora Santuário.

Em 2002 sua ação no campo da Folkcomunicação ganhou grande destaque, sendo nomeada presidente e tendo a missão de liderar a criação da Rede Folkcom, na qual, juntamente com toda a diretoria, trabalhou para “criar condições para que a rede se transformasse em uma entidade não governamental de pesquisa científica”, conseguindo, em 2004, institucionalizar a *Rede Folkcom de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação*. Em 2006, no final do mandato, ela publicou o livro tema deste artigo, no qual, em suas palavras:

[...] participam pesquisadores que foram alunos diretos de Luiz Beltrão, fundador da teoria de Folkcomunicação. Também pesquisadores recentes que se voltam para estudar os fenômenos populares a luz dessa teoria. E autores que trazem reflexões dos grupos marginalizados para o contexto da cibercultura, pontuando os processos de folkcomunicação. Ainda, há um grupo de autores que apresentam uma construção epistemológica desse campo. (SCHMIDT, 2012, p.50)

E no intuito de expor as reflexões mais recentes sobre a Folkcomunicação, “com textos atualizados que avançam nas concepções teóricas e metodológicas” (SCHMIDT, 2006, p.14), participaram da obra, de 18 capítulos, 22 autores, como José Marques de Melo, Joseph Luyten, Roberto Benjamim, Osvaldo Trigueiro, Antonio Hohlfeldt, Carlos Nogueira, Maria Cristina Gobbi.

## A obra

A Folkcomunicação – que tem como proposta estudar a relação entre o folclore e a comunicação, ou melhor, o folclore como meio de comunicação, como meio de as classes marginalizadas difundirem suas ideias, seus valores, tradições e desejos de mudança – foi elaborada como uma teoria durante a década de 1960 e defendida por Luiz Beltrão como tese de doutoramento em 1967. Porém a realidade brasileira passou por profundas alterações nos últimos 40 anos, com novos questionamentos surgindo e novas reflexões devendo ser feitas para que aspectos provenientes da relação comunicação-cultura popular possam ser entendidos.

Cristina Schmidt, na *Apresentação* do livro, salienta a evolução das pesquisas em Folkcomunicação no intuito de entender os contextos atuais. Ela também destaca o valor (cultural, comercial e comunicacional) do folclore no século XXI e relembra conceitos utilizados por Luiz Beltrão e por autores contemporâneos, tornando claro que essa teoria estuda

[...] os procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (SCHMIDT, 2006, p.13).

A *Introdução do Folkcomunicação na Arena Global* foi escrita por José Marques de Melo, na qual defendeu que os estudos da comunicação através do folclore mostram-se robustecidos. No texto é exibido um paralelo entre Marshall McLuhan e Luiz Beltrão, realçando que a *Aldeia Global* não fez morrer costumes, pois “padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, re-

gional ou local ressuscitam profusamente. Facilitando a interação entre gerações diferentes, eles permitem o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento” (MARQUES DE MELO, 2006, p.19). Isso possibilita que grupos antes empurrados ao isolamento sejam conhecidos e se façam ver, havendo interação dialética, renovação e difusão de tradições.

A primeira parte do livro, intitulada de *Teoria e Metodologia*, possui sete artigos, sendo o primeiro *Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação*, de Joseph M. Luyten, que traz um breve histórico das pesquisas em folclore, citando William John Thoms, Luís da Câmara Cascudo, Mário de Andrade, Luiz Beltrão. O autor mostra as mudanças que ocorreram nas pesquisas em folclore, defendendo que com o êxodo rural ficou difícil manter as investigações conforme os folcloristas da velha escola que “teimavam em somente considerar Folclore tendo que ser necessariamente: oriundo do povo, aceito atemporalmente por determinada sociedade e de produção anônima” (LUYTEN, 2006, p.40). E que os pesquisadores começaram a se interessar pela comunicação de massa, em como ela se apropriou e passou a difundir aspectos ligados à cultura popular, surgindo assim, dessa nova relação, a *Folkmídia*, “significando a interação entre Cultura de Massa e a Popular” (LUYTEN, 2006, p.40).

No decorrer do texto, Luyten recupera reflexões de três autores importantes para a área da Folkcomunicação: Luiz Beltrão, José Marques de Melo e Roberto Benjamim. O primeiro mostrou que as manifestações folkcomunicacionais são artesanais e horizontais. O segundo atuou divulgando as ideias de Beltrão, ajudando a criar na Universidade Metodista de São Paulo a matéria *Folkmídia*, escreveu artigos na *Revista Imprensa* e, podendo ser acrescentado, ajudou a dar espaço à matéria nos Congressos da Intercom, da ALAIC, no Ibercom e a fundar a Rede Folkcom. O terceiro, Roberto Benjamim, foi “quem mais de perto seguiu as pegadas de seu também ex-professor, mestre e amigo Luiz Beltrão” (LUYTEN, 2006, p.44), e defendeu que a *Folk media* e a Folkcomunicação se equivalem.

O segundo capítulo, *A teoria da folkcomunicação e o pioneirismo de Luiz Beltrão*, escrito por Roberto Benjamim, mostra a delimitação da pesquisa em Folkcomunicação, dizendo que a área observa os agentes, as opiniões, as atitudes e os meios de expressão dos grupos marginalizados. O autor também discorre sobre os *líderes de opinião*, que atuam “traduzindo” mensagens dos meios massivos ao público folk, e sobre os *ativistas midiáticos*, os quais levam mensagens de determinados grupos à indústria midiática.

O uso de novas tecnologias pelos marginalizados é apontado, como, por

exemplo, nas produções de cordéis: “Utilizando o computador, José Honório imprime o número de folhetos que considera possível vender de imediato e guarda os mesmos na memória eletrônica, realizando novas tiragens na medida em que as pequenas edições se esgotam” (BENJAMIM, 2006, p.54).

Por fim, o autor mostra que o contato entre a cultura de massa e a cultura Folk gera a apropriação de conteúdos televisivos pelos grupos folclóricos, como também de elementos destes pelos meios de comunicação de massa (MCM). E aproveita para propor que os estudiosos também pesquisem a apropriação dos conteúdos folclóricos reinterpretados pelos meios massivos de comunicação.

Antonio Hohlfeldt escreveu o terceiro capítulo, *Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século*, no qual levanta importantes questões que envolvem a Folkcomunicação como um campo de estudo, destacando o seu caráter inter e multidisciplinar e deixando claro que ela ainda deve ser debatida para ser, de fato, consolidada: “Porque se a consolidação existisse, de fato, não precisaríamos a cada momento revisar os primórdios desses estudos, como o fazemos”. (HOHLFELDT, 2006, p.63).

O autor vai expondo as principais ideias da Folkcomunicação, mostrando que ela é horizontal, dialógica e participativa, que é uma comunicação de resistência, que as classes populares não se sentem atendidas pelos MCM e valem-se destes “apenas como uma fonte a mais para sua inspiração, criação, qualificação e ampliação de suas próprias estratégias”. (HOHLFELDT, 2006, p.66).

Hohlfeldt também aproxima o estudo de Folkcomunicação dos Estudos Culturais de tradição britânica:

Sobretudo se levarmos em conta que sua ótica corresponde à coincidência, contemporaneidade e alteridade de processos comunicacionais específicos – em relação àqueles das sociedades urbanas industrializadas – a folkcomunicação se coloca na melhor tradição dos chamados estudos culturais de tradição britânica que, a partir de Birmingham, e hoje em dia, na América Latina, com Canclini, Barbero e José Marques de Melo, reivindicam espaço próprio para se estudar, compreender e avaliar processos comunicacionais populares (HOHLFELDT, 2006, p.67).

As principais linhas de pesquisa sobre Folkcomunicação, especificamente as trazidas por Roberto Benjamim no livro *Folkcomunicação no contexto de massa*, publicado em 2001 pela EDUFPA, são apontadas: A) A comunicação (interpessoal e

grupais) que ocorre na cultura popular; B) A mediação dos canais populares para a recepção da comunicação de massa; C) A apropriação de tecnologias da comunicação de massa e o uso dos canais massivos pelos portadores da cultura popular; D) A presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura popular; E) A apropriação de elementos da cultura popular pela cultura de massa e pela cultura erudita; F) A recepção da cultura popular de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massa (HOHLFELDT, 2006, p.68).

No quarto capítulo, *Folkmídia: a folkcomunicação nos veículos de massa*, de Alfredo Dias D’Almeida, é discutido o termo *Folkmídia* e é mostrada a evolução da Folkcomunicação, passando pelo ensaio *O ex-voto como um veículo jornalístico*, de 1965, pela tese de Beltrão, defendida em 1967, e pelo livro *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*, de 1980, no qual Beltrão expôs “a maneira pela qual outros grupos sociais, sem acesso aos meios de massa, comunicam” (D’ALMEIDA, 2006, p.78). Um ponto bastante interessante no texto de D’Almeida está em lembrar que embora os *Líderes de opinião* façam parte do arcabouço teórico da Folkcomunicação, esse conceito foi revisto por Beltrão, pois, para este, a comunicação ocorre de maneira horizontal e que os conteúdos difundidos são passíveis de serem reinterpretados, se afastando do modelo funcionalista norte-americano e se aproximando do pensamento dialógico de Paulo Freire.

Assim, o texto de Alfredo Dias D’Almeida se mostra relevante por ir contando como se deu a formação e a evolução da Folkcomunicação. Um texto denso e bastante interessante para os estudiosos da área.

Cristina Schmidt produziu o quinto capítulo, *Folkcomunicação: conceitos pertinentes ao campo de estudo*, onde é destacada a relação entre o folclore e a sociedade capitalista na qual vivemos, mostrando que a cultura popular se adapta e se torna comercializável.

A autora também recupera alguns conceitos de folclore, começando com William John Thoms, depois com o I Congresso Brasileiro de Folclore, em 1951, explana sobre o que é folclore para Rossini Araújo, Câmara Cascudo e a crítica feita por Florestan Fernandes aos folcloristas, dizendo que estes “isolam os fatos do contexto e fazem um estudo positivista e funcional” (SCHMIDT, 2006, p. 95).

A autora, após resgate teórico e epistemológico de o folclore sendo ou não ciência, nos traz três importantes princípios a serem observados pelos comunicólogos: 1) O folclore deve ser considerado objeto de estudo de ciências afins e que podem gerar, inclusive, pesquisas interdisciplinares; 2) Esses limites entre o tradicional e o “moderno” apresentados pelos folcloristas, estagnando um em detrimento de uma identidade e impulsionando o outro em razão de um desenvolvimento necessário, não podem ser considerados no campo da

comunicação; 3) O folclore não é ciência, nem tão pouco há uma separação entre folclore e cultura popular, assim como não é possível localizar tão facilmente os limites entre o que se define como cultura popular, cultura erudita e cultura de massa. (SCHMIDT, 2006, p. 96).

Por fim, a autora trata da realidade pós-moderna, com as manifestações folclóricas passando por mudanças, com a hibridação do rural com o urbano, com comercialização de artesanatos, com o hibridismo de culturas. Também fala que a mídia do mundo globalizado não enterrou as culturas marginalizadas, mas as mostrou, “facilitando a interação entre gerações diferentes, permitindo o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenadas ao esquecimento” (SCHMIDT, 2006, p. 96). E que a Folkcomunicação se coloca como um caminho capaz de analisar essa realidade híbrida, dialética na qual o folclore se encontra no mundo globalizado.

O sexto capítulo, *Folkcomunicação: metodologias possíveis*, escrito por Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho, tem como foco as metodologias a serem utilizadas nas pesquisas de Folkcomunicação. A autora começa o texto com um histórico das investigações de Beltrão, que usou questionários e enquetes, mas que também fez uso de entrevistas e respostas abertas.

Ela fala das opções metodológicas, partindo do cuidado que se deve ter com o planejamento da pesquisa, com a opção pela pesquisa quantitativa, qualitativa ou quanti-qualitativa e apresenta passos que devem ser seguidos, como descrever a pergunta básica a ser investigada, definir a “unidade de análise” e os instrumentos para a coleta de dados, ter firmeza dos conceitos teóricos, etc.

Em seguida relembra os procedimentos metodológicos utilizados por Beltrão para fazer suas pesquisas em Folkcomunicação, mostrando qual foi a pergunta norteadora da tese – “Como se informavam as populações rudes e tardes do interior de nosso país continental?” (BELTRÃO apud CASTELO BRANCO, 2006, p.107) – e a coleta de dados baseada em pesquisa bibliográfica e de campo.

Concluindo, Samantha Castelo Branco defende que a Folkcomunicação “não adota arsenal metodológico específico, permitindo aos pesquisadores múltiplas escolhas, que podem se definir a partir da vasta literatura brasileira acerca de métodos e técnicas de pesquisa, especialmente as obras que se dirigem à área de Comunicação” (CASTELO BRANCO, 2006, p.113).

O último capítulo da primeira parte é *A pesquisa de campo em folkcomunicação – escolhas de métodos de coleta de dados*, de Armindo Boll e Marcelo Pires de Oliveira, no qual os autores tratam de questões metodológicas que podem ser utilizadas nas pesquisas em folkcomunicação, especialmente a

História Oral e a pesquisa de campo. Em investigação feita sobre os figureiros de Taubaté, os autores realizaram pesquisa participante, fazendo visitas constantes e periódicas ao grupo estudado. Imersos, conseguiram realizar entrevistas, observar o processo de produção do artesanato, elaborar pequenas biografias de importantes artistas do grupo e fotografar as figureiras e as peças. Pelo artigo, os passos para a realização de pesquisa participante podem ser percebidos e servir de guia para estudantes que pensem em trabalhar com esse tipo de metodologia.

*Gêneros e formatos* é a segunda parte do livro, composta de cinco artigos. Rosa Nava escreveu *O jornal do povo: folkcomunicação como processo jornalístico*, mostrando como o Ex-voto e literatura de cordel atuam como elementos jornalísticos, informando, compartilhando, propondo ação. E que as manifestações populares chegam aos jornais impresso, fazendo parte deles, por exemplo, através dos classificados, os quais expõem ex-votos, simpatias e rezas.

Oswaldo Trigueiro, no texto *O ex-voto como veículo de comunicação popular*, defende que os estudos de comunicação social vão além dos meios tradicionais (rádio, televisão, revistas, internet), especialmente numa sociedade tão desigual quanto a brasileira. Inúmeros meios de comunicação (cordel, ex-votos, danças, músicas folclóricas) são inventados/ utilizados pelas classes populares e têm potência de se infiltrarem nos meios comunicacionais tradicionais.

Tendo como foco o ex-voto, Trigueiro o conceitua, explica como ocorrem os pagamentos de promessas e como agraciados pelos santos se apropriaram das novas tecnologias, como por exemplo da fotografia, que, para o autor, é um ex-voto midiático e representativo importante, pois

exerce uma função social e de fé da representatividade do favor conseguido. Ou seja, é mais um instrumento midiático – câmara fotográfica – apropriado pelos produtores dos sistemas folkcomunicacionais. As graças alcançadas representadas através das fotografias são importantes dispositivos técnicos que possibilitam detectar uma série de configurações e concepções culturais, onde se coloca o divino na vida cotidiana das classes populares. (p.161).

O terceiro capítulo da segunda parte do livro é o *As literaturas orais e marginalizadas*, de Carlos Nogueira, que expõe o intercâmbio que há entre as culturas tradicionais e midiáticas, dizendo que “O intercâmbio entre o patrimônio oral

e artístico-verbal e os meios de comunicação de massa configura uma curiosa forma moderna de compatibilização entre o antigo, o integral ou residual da tradição oral, o progresso tecnológico acelerado e a voragem cada vez mais intensa da publicidade” (p.167). Assim, o massivo se apropria do popular e o difunde, adaptando o folclórico ao seu interesse. E o folclore, todavia, não fica refém dos MCM para se fazerem ver, pois, por exemplo, os violeiros divulgam seus trabalhos através de CDs, e os cordelistas fazem uso de novas tecnologias e não perdem sua força estética para conseguirem sobreviver.

Antonio Teixeira de Barros em *Heranças da casa-grande no folclore e na cultura popular* propôs que os estudos de folkcomunicação utilizem ideias de Gilberto Freyre, como observar o papel da casa na sociabilidade, nas relações de vizinhança, de amizade e a maneira pela qual ela ajuda a estabelecer uma rede, que vincula as pessoas aos interesses do grupo.

Finalizando a segunda parte do livro há o texto *Folkcomunicação na arena global: a difusão radiofônica da música folclórica*, de Esmeralda Villegas Uribe, que fala da música tradicional colombiana da região andina e da sua difusão pelo rádio. A autora também relata a tensão entre a tradição e a mudança na música folclórica colombiana e que a realidade vivida interfere (e é matéria-prima) na produção musical, com, por exemplo, os compositores e intérpretes cantando “as transformações que sofrem os camponeses que vão para a cidade e depois não desejam voltar mais para o campo porque na cidade vêem outras possibilidades” (p.199) ou falando da FARC (Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia) ou da AUC (Autodefesas Unidas de Colômbia).

A música folclórica na Colômbia também é feita por jovens que cantam suas novas realidades, e Uribe vê com bons olhos as mudanças existentes, pois “Conservar, registrar, inventariar o patrimônio folclórico é indispensável para fixar a memória do cultural, mas restringir-se ao conservá-lo, é ignorar seu caráter vivo, é confiná-lo ao cemitério, é pretender dar uma visão congelada de algo que é essencialmente dinâmico” (JESÚS apud URIBE, 2006, p.215). Porém essas canções, mesmo havendo lei para que esse gênero musical seja veiculado, não são muito tocadas nas rádios colombianas.

E a autora, no fim do texto, traz várias propostas de grupos que visam a proteção das “manifestações da cultura tradicional”, como: A) A “Necessidade de propor políticas conjuntas que apoiem o patrimônio cultural imaterial, memória e história que gera identidade aos povos” (p.215); B) “Estabelecer uma porcentagem de tempo e espaço radial, televisivo ou outro, destinado particularmente à difusão e promoção do folclore e às práticas culturais” (p.216).

Em *Política e Contemporaneidade*, a terceira parte do livro, Fabio Corniani e Marco Antonio Bonito publicaram o capítulo *Folkcomunicação e Orkut: os culturalmente marginalizados*, no qual recuperam a base teórica da folkcomunicação, buscando alguns conceitos trazidos por Luiz Beltrão, como o de *líder de opinião* e o de grupos urbanos, rurais e culturalmente marginalizados, e mostram como os marginalizados utilizam a internet para difundir e encontrar pessoas que possuam as mesmas crenças. Um exemplo citado foi da comunidade do Orkut *Padre Cícero Romão Batista – Juazeiro do Norte no Ceará (O Cearense do Século) – Padim Cícero*, a qual possuía, em 21 de maio de 2006, cerca de 1200 membros que usavam o fórum para conversar sobre o Padre Cícero.

*O uso de expressões populares como estratégia de apelo eleitoral*, de Sérgio Luiz Gadini, é o segundo capítulo da terceira parte, e analisa “as marcas de estratégias mais comuns e presentes na disputa eleitoral do legislativo (vereadores) de 2004 em Ponta Grossa/PR” (p.235), sendo elas: A) Quais os assuntos mais frequentes; B) A identificação profissional do candidato; C) A base geográfica e eleitoral; D) O tempo de apresentação de cada candidato; E) Os bordões e frases de efeito.

Os candidatos buscam criar aproximação com os eleitores, e para isso tentam encontrar vínculos como, por exemplo, A) Profissionais: “Jailton da Farmácia”, “Carlinho, o verdureiro”; B) De identidade gaúcha: “Duda Gaúcha”, “Gino Gaúcho”; C) Religiosos: “Ministros e todo povo de Deus! Chegou o momento de dizer que Ponta Grossa pertence ao sr. Deus. Vote Wanderlei dos Santos... E direção ao caminho certo”. D) Da causa feminina: “até hoje a política é um campo dominado pelos homens. É hora de a mulher ter mais representação na política. É hora da mudança pra valer” (p.239). E) Geográficos: “Daniel, da Vila Romana”; “Ronaldo do São Marcos”. Também há referências a músicas conhecidas: “Quem sabe faz a hora não espera acontecer. Vem vamos embora. Vamos com Valmir King”. E também fazem uso de símbolos ou imagens que tornem o candidato presente na memória do eleitor: “O candidato Dêga (do PSDB – 40.333) se apresentava com uma bola na mão. Prometendo ‘incentivo ao jovem, esporte e grupo de melhor idade’, finalizando os poucos segundos disponíveis com o bordão ‘em três de outubro, não tem nega, vote no Dêga’” (p.241).

O autor verificou que as eleições de 2004 em Ponta Grossa foram marcadas “pelo uso freqüente de elementos da cultura popular que aparecem miscigenados ou imbricados nas estratégias de marketing da campanha política via horário eleitoral televisivo” (p.243).

José Carlos Aronchi fecha a parte *Política e Contemporaneidade* com um relato sobre a organização da 1ª Mostra Folkcom Imagem e Som, que ocorreu na 8ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação, no Centro de Ensino Unificado de Teresina (CEUT), na cidade de Teresina (PI), no ano de 2005.

O tema foi *A comunicação dos pagadores de promessas: do ex-voto à indústria dos milagres* e contou com grande participação de trabalhos de São Paulo e do Piauí, tendo destaque o mapeamento dos locais de devoção feito pelo grupo *Caçadores de Milagres*, composto por estudantes e coordenado pela professora Jacqueline Dourado.

De acordo com Aronchi (p.248), “O importante da 1ª Mostra Folkcom Imagem e Som é que ela conseguiu difundir as pesquisas em várias mídias. Nos dois dias, o público conferiu as produções que totalizaram 64 trabalhos, sendo 53 fotografias, 8 vídeos, 3CD/DVD e um programa de rádio”.

*Festividades e Turismo* é a quarta e última parte do *Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos*, e contém três textos. O primeiro é o *A folkcomunicação nas festas populares: rituais do Cordão de São João de Corumbá/MS no roteiro turístico brasileiro*, de Marlei Sigris, no qual a autora descreve e analisa a festa supracitada, observando a folkcomunicação dos pagadores de promessas, como a cerimônia de levantamento do mastro, os versos cantados, o café-da-manhã, a procissão, o banho do santo, o baile e a apropriação da festa pela indústria do turismo e pelos MCM, provocando algumas mudanças:

Então, a partir da ênfase dada pela televisão à festa de São João de Corumbá durante o noticiário local, as pessoas foram se adaptando à nova ordem do mercado: capricham na estética pessoal e do andor, pois serão alvos de imagens gravadas, provocando concorrência entre grupos de classes sociais diferentes. A Secretaria de Cultura de Corumbá absorve a festa do espaço público como um acontecimento cultural e, portanto, um atrativo para o turismo. Isso vai propiciar o surgimento de novos arraiais fechados, agora não mais voltados à religiosidade, à promessa, mas organizados pela parceria de redes hoteleiras e Prefeitura, visando aos pacotes vendidos às centenas de turistas que participam das festividades (SIGRIST, 2006, p.263).

A autora (p.264-265) chega à conclusão de que, durante a festa de Corumbá, o transporte do santo à igreja mostra a aliança que existe entre o devoto e o santo, comunica que o santo faz milagres; o chá (a refeição coletiva) é momento de socialização, de troca de informações, de agradecer e fazer novos pedidos; o canto demonstra a fé e as crenças; e os MCM e a indústria do turismo se apropriam da festa para fazê-la mercadoria.

O segundo texto é *Discursos organizacionais e o folkmarketing no contexto da Festa Junina*, de Severino Lucena Filho, que observa nas festas juninas e o folkmarketing, que é entendido como a conversão das festas populares em “conteúdo midiático de natureza mercadológica e institucional, via apropriação do universo da festividade, como estratégia comunicacional, pelas empresas que são parceiras/gestoras e patrocinadoras dos eventos culturais” (p.269).

O São João da cidade de Campina Grande (PB), por exemplo, foi patrocinado por inúmeras marcas, como Antártica, Montilla, Banco do Brasil, Cômssul, Natura, Bradesco, Caixa econômica Federal, Nescafé, Rexona, Elma Chips, recebendo investimentos, em 2004, que ultrapassaram os dois milhões de reais.

As marcas se associam a essas festas tentando criar vínculo com a cultura popular. Um exemplo citado por Severino Lucena Filho (p.274) foi o da Antártica explicando o porquê do vínculo com o São João: “A Antártica valoriza como ninguém a cultura nordestina. E para provar, está em dia com a terra da maior e melhor festa junina do mundo. É patrocinadora oficial do ‘São João’ de Campina Grande e Caruaru, capitais da festa no Brasil”. As empresas tentam se aproximar do mercado regional e dos seus consumidores reforçando a identidade e a cultura local e valorizando a cultura regional através de ações comunicativas (p.275).

Por fim temos *A folkcomunicação nas romarias do catolicismo rústico*, escrito por Betania Maciel, que analisa o santuário do Padre Cícero, em Juazeiro do Norte (CE). A autora verifica que no museu do santo não canônico em questão há mediadores responsáveis e os mais diversos ex-votos, como esculturas, pinturas, diplomas, patentes militares, cheques, notas publicadas em jornais, roupas. Os ex-votos foram classificados em figurativos, representativos, discursivos, midiáticos e pictóricos. A novidade se dá na proposta da autora em classificar a fotografia em uma nova categoria, a *mediacional*:

Enfim, observamos uma perda da qualidade artística e da função do ex-voto como uma representação, na medida em que esta representação passa a ser uma representação direta, instantânea, ausente da interpretação e reconstrução do significado e carente da riqueza plástica que os ex-votos artesanais (por classificá-los de alguma forma) possuem. Assim, acreditamos que as fotografias deveriam ser classificadas dentro de uma nova categoria, que teria características tan-

to pictóricas como representativas, para constituir a *categoria mediacional* (MACIEL, 2006, p.291).

E fechando o livro temos o *Posfácio* escrito por Maria Cristina Gobbi, que traz a biografia de Luiz Beltrão e as suas contribuições ao jornalismo, às teorias da comunicação e às pesquisas em comunicação, como o Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) e a revista Comunicação & Problemas, o primeiro periódico acadêmico de comunicação editado no Brasil, que circulou de 1965 a 1969. A autora também relembra o surgimento e o desenvolvimento da Folkcomunicação, apoiada por grupos de estudos que existem na América Latina e na Europa e pela Cátedra Unesco/Methodista, que, por exemplo, ajuda na realização da Conferência Brasileira de Folkcomunicação. Por fim, Gobbi destaca o Anuário Unesco/Methodista nº10, que é dedicado a Luiz Beltrão, e o *Portal Luiz Beltrão*, que possui importantes informações, como biografia, bibliografia, acervo fotográfico e “registros dos mais variados trabalhos realizados, tendo a obra do mestre como escopo principal” (p.313).

Assim, o livro *Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos* é um marco para os estudos de Folkcomunicação, pois recupera importantes contribuições de autores da área e traz atualizações teóricas e metodológicas, além de revelar, com os estudos empíricos, como tem ocorrido a comunicação através do folclore na sociedade contemporânea.

## Referências

SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006.

SCHMIDT, Cristina. **Memorial**. Bertioga, 2012.



## 9.

# Cinema Brasileiro - relações humanas e trabalho nos bastidores da evolução tecnológica -

Fábio Lacerda Soares Pietraroia<sup>1</sup>

FIAM-FAAM

SCHETTINO, Paulo B. C. **Diálogos sobre a tecnologia do cinema brasileiro**. 1ª ed. Cotia-SP: Ateliê Editorial, 2007. 400p.

Por ocasião do Ciclo de Conferências promovido conjuntamente pela INTERCOM e pela ECA-USP, com apoio da FAPESP, entre setembro e outubro de 2013, o livro de Schettino foi lembrado como uma das obras de destaque da produção brasileira na área dos estudos de comunicação

---

1. Fábio Lacerda Soares Pietraroia é cientista social, economista e mestre em ciência política pela UNICAMP, e doutor em ciências da comunicação pela ECA-USP. Atualmente leciona sociologia e geopolítica na FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado) e no Colégio ALEF (ex-Bialik) em São Paulo. E-mail: fape2@yahoo.com

dos últimos 50 anos – tendo o autor sido classificado como um “atualizador das ciências da comunicação”. Durante o Ciclo, a exposição da obra de Schettino destacou-se por aguçar a curiosidade de outros pesquisadores e por ter servido como base para um debate acadêmico bastante frutífero.

Ao longo do presente artigo, recuperamos algumas das principais contribuições trazidas pelo estudioso, objetivando familiarizar o leitor com suas ideias, contudo sem termos a pretensão de esgotar a riqueza de detalhes, temas e fatos históricos que caracterizam os *Diálogos sobre a tecnologia do cinema brasileiro*.

A pesquisa desenvolvida por Schettino deu continuidade aos estudos sobre o cinema previamente elaborados pela sua orientadora, a professora Maria Rita Eliézer Galvão, nos quais a mesma já havia se debruçado – dentre outros objetos – sobre os pioneiros do cinema paulistano, bem como sobre a tentativa de formação de uma indústria cinematográfica paulista na década de 1950. Assim, Schettino – na dissertação de mestrado que originou os *Diálogos* – concentrou-se nas décadas de 1950, 1960 e 1970<sup>2</sup>, inspirando-se também no legado que Ecléa Bosi nos deixa em *Memória & Sociedade – Lembranças de Velhos*.<sup>3</sup>

No início da década de 1950, o cinema em São Paulo procurava se industrializar. Havia três grandes estúdios: o Vera Cruz (estabelecido no fim da década de 1940), o Maristela e o Multifilmes. Também nos anos 1950, chega a TV. Em meados da década, aqueles estúdios entram em crise e proliferam-se os “produtores independentes”, muitos dos quais acabavam sendo realizadores de apenas um filme. Assim, o cinema “como uma fênix ressurcida das próprias cinzas” passa por várias fases e ciclos.

Mas, diferentemente do cinema de ficção, o cinema publicitário teve um crescimento contínuo e foi responsável, muitas vezes, pela sobrevivência dos cineastas e pelas melhorias técnicas, graças à riqueza de recursos direcionados para o setor.

Qualquer tentativa que se faça aqui de reconstituir toda a amplitude de temáticas abordadas no livro de Schettino estará fadada a ser injusta com a obra,

---

2. Cabe ressaltar que as reflexões dos *Diálogos*, por várias vezes, ultrapassam o período citado. Na conversa entre Schettino e Zaíra Rodrigues, só para darmos um exemplo, são feitas várias especulações sobre a “nova onda de profissionalização” do cinema brasileiro relacionadas à lei Rouanet e à produção cultural que, a partir de 1993, passou a ser chamada de “Cinema da Retomada”, especialmente a partir do filme “Carlota Joaquina”.

3. BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade – Lembranças de Velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

pois ela trata de um número incrível de assuntos, tais como os vários estilos de cinema (da Boca-do-Lixo, passando pela Pornochanchada, até o Cinema Novo). Trata também de dezenas e dezenas de filmes e suas influências, aborda centenas de técnicos e cineastas, além – é claro – dos impactos do desenvolvimento tecnológico e das técnicas de filmagem, de iluminação, de montagem, de trucagem, da criação de efeitos como o *fade in*, *fade out*, *flash back* (ou lembranças), das convenções cinematográficas etc.

Uma característica muito interessante do livro de Schettino é que seu foco está direcionado para a maioria silenciosa dos trabalhadores da indústria cinematográfica, ou seja, para aqueles que às vezes beiram o anonimato, ou até mesmo caem nele. Em sua abordagem, poderíamos seguramente dizer que a questão humana se sobrepõe à mera evolução tecnológica ou aos interesses econômicos que permeiam o cinema.

O autor resgata a história de pessoas (muitas delas estrangeiras) que criaram as bases para o desenvolvimento de uma indústria cinematográfica no Brasil, suas vidas, seus desafios, as dificuldades técnicas ou econômicas, bem como sua importância na formação dos profissionais da indústria de cinema nacional. Ao longo dos *Diálogos*, delineiam-se também as condições políticas, técnicas e econômicas por que passaram os vários interlocutores, dentro e fora do Brasil.

Por exemplo, no diálogo com Juan Carlos Landini (argentino que foi trabalhar no Maristela), os leitores encontram uma interessante explanação sobre como o avanço da televisão atraiu a publicidade e acabou com os cinejornais.<sup>4</sup> Não obstante, é mostrado também como o peronismo fez com que Landini e sua esposa imigrassem para o Brasil, num momento em que o nosso país tinha uma imensa carência de técnicos como ele:

Landini – [...] estávamos numa situação muito difícil. Tínhamos que trabalhar, tínhamos que fazer um filme que a direção presidencial, que o secretariado da presidência mandava. Então se tornava uma situação muito difícil para você poder fazer um filme. Todos os filmes deviam ser relacionados com algum fato

---

4. Fica aqui uma sugestão para reflexões e trabalhos futuros, visto que esta hipótese se contrapõe à tese de Burke & Briggs, os quais defendem que o surgimento de novas mídias **não** extinguem as anteriores, mas apenas as modificam e complementam. Vide: BURKE, Peter e BRIGGS, Asa. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

atribuído ao governo do Perón. Então, a coisa se tornava muito difícil! Porque vai se gastar dinheiro, fazer um filme desse relacionado com algum fato do governo Perón e ninguém vai ao cinema. Eram tão poucas as pessoas que iam ao cinema, que era um fracasso.

Paulo Schettino – No fundo, a Eva acabou perseguindo o pessoal com quem ela trabalhou.<sup>5</sup>

Já na conversa com Mauro Alice (que atuou décadas na qualidade de “montador” de filmes), os leitores aprendem muito sobre como se deu a divisão de funções e a profissionalização dos trabalhadores da indústria de cinema. Aprendem também sobre a relação existente entre as reivindicações sindicais e as mudanças nos nomes atribuídos aos diferentes tipos de profissionais daquela indústria ao longo do tempo. O termo “cineasta”, por exemplo, foi cunhado em oposição ao termo “cinegrafista”, o qual estava ligado aos filmes de propaganda política de Getúlio Vargas. Os autodenominados “cineastas” eram comumente semianalfabetos, mas treinados em montagem, sincronização, trucagem etc. Foi assim que, aos poucos, até por uma necessidade de se estabelecerem diferenças salariais, foram sendo atribuídos nomes às diferentes funções na atividade cinematográfica. Por exemplo, “diretor de fotografia” (antes, “fotógrafo” ou “iluminador”). Há inclusive vários casos em que a colocação imprecisa ou errada da função exercida por alguns profissionais nos créditos dos filmes fez com que outros profissionais recebessem premiações por tarefas que não exerceram de fato.

No diálogo com o tcheco Josef Reindl, está registrado o caráter censor do governo de Getúlio Vargas, o qual ordenou o fechamento de estúdios e laboratórios. Ali há também um curioso relato de como foi possível “contrabandar” equipamentos de cinema para o Brasil, durante a fuga de Reindl do regime socialista na Europa.

Outra discussão interessante que é suscitada nessa mesma conversa, é como, na década de 1970, na Boca-do-Lixo, os distribuidores (primeiramente e, em seguida, os exibidores) passaram a controlar a produção de filmes. Mesmo assim, alguns filmes “menos comerciais” seguiam sendo feitos por idealismo, tendo como matéria-prima preciosa “sobras de fitas”.

---

5. SCHETTINO, Paulo B. C. *Diálogos sobre a tecnologia do cinema brasileiro*. 1ª ed. Cotia-SP: Ateliê Editorial, 2007. P. 62.

Podemos dizer que era uma forma de “resistência”.

Schettino nos proporciona uma visão incomum, pois – em sua pesquisa – vêm à tona tanto o lado humano, quanto as histórias de vida de profissionais que se dedicaram à fotografia, à câmera, à confecção de argumentos e roteiros, à edição de som e imagem, aos laboratórios, à produção, à finalização, à trucagem, à pós-produção etc.

Assim, diferentemente de trabalhos tradicionais (que muitas vezes são guiados cega e exclusivamente pelo estudo das relações econômicas de produção), foi valorizado o caráter coletivo do “fazer cinematográfico”, em detrimento de um foco único e reducionista na direção, por exemplo. Não é por acaso que o livro é majoritariamente composto por uma sequência de diálogos críticos entre o autor e os profissionais ou – por que não dizer? – então “artesãos” do cinema.

À medida que os leitores desvendam as páginas que registram esses diálogos, vai se delineando em suas mentes uma recuperação histórica única e preciosíssima, calcada numa ótica raramente encontrada nos trabalhos contemporâneos: aquela consciente de que apenas sistemas complexos de divisão do trabalho e de relações humanas tornam possível fazer cinema. Afinal de contas, o mérito de um filme não se deve apenas ao diretor ou alternativamente à figura que hoje chamamos de “produtor”, mas a uma malha razoavelmente complexa de trabalhadores que normalmente não goza do mesmo prestígio ou frequentemente nem sequer é lembrada. Muitas vezes, esses “trabalhadores braçais” do cinema não são mencionados nos créditos das respectivas obras. Mas, sem eles, os filmes não se concretizariam.

A divisão do trabalho é uma velha conhecida de grandes teóricos das ciências sociais. Émile Durkheim (1858-1917) talvez tenha sido o primeiro grande autor a dedicar uma obra inteira à questão<sup>6</sup>, ainda em 1893. Apesar do caráter notoriamente conservador de sua análise, Durkheim percebeu a importância da interdependência socioeconômica dos membros da sociedade. Seus escritos, tipicamente organicistas, faziam analogias entre os trabalhadores e as células do corpo humano, ou entre as várias categorias profissionais e os diversos órgãos daquele corpo. Nessa ótica, o conjunto é tido como algo além da mera soma das partes.

Porém, antes de Durkheim, vale lembrar que um economista muito influente já havia se dedicado ao estudo da divisão do trabalho. Em *A Riqueza das Nações*, Adam Smith (1723-1790) destacou que “Numa sociedade civilizada, o homem a todo o momento necessita da ajuda e cooperação de grandes multidões, e sua vida

---

6. Vide: DURKHEIM, Émile. *Da divisão do trabalho social*. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

inteira seria suficiente [apenas] para conquistar a amizade de algumas pessoas”.<sup>7</sup>

Por que então tendemos a atribuir os créditos daquilo que é resultado do árduo trabalho de toda uma coletividade a apenas algumas poucas pessoas? Em outras palavras, por que ao nos referirmos a um filme insistimos, por exemplo, em atribuir os créditos quase que exclusivamente ao diretor, aos produtores ou aos protagonistas? Essa tendência condenou milhares de trabalhadores ao que poderíamos denominar de exílio do anonimato. Os *Diálogos* de Schettino são uma nau que desafia essa correnteza.

Ao resgatar os pontos-de-vista daqueles trabalhadores que estiveram envolvidos nas diversas fases do “fazer cinematográfico” (ao invés de limitar-se às perspectivas dos diretores de cinema), Schettino indiretamente fornece – aos historiadores do cinema brasileiro – elementos para que eles possam reequilibrar de forma mais justa a atribuição de créditos pelos feitos cinematográficos. Fica claro que *fazer cinema não se resume a dirigir, encenar ou produzir filmes* – ao contrário do que o senso comum comodamente tenderia a acreditar. Há inúmeras outras (trabalhosas) tarefas sem as quais o cinema não teria existido (pelo menos não da forma como o conhecemos), tais como a trucagem, a montagem, a sincronização, a dublagem, a legendagem, etc.

Apesar de sua inequívoca contribuição para os registros históricos sobre o cinema brasileiro, Schettino se negou explicitamente a assumir a postura de um historiador. Por isso, seu livro é organizado como um conjunto de diálogos nos quais o próprio autor é sempre um dos interlocutores. Que fique claro: são diálogos, não entrevistas! Neles, Schettino adota uma postura ativa (distintamente do que seria típico de um entrevistador), na qual ele também expõe suas opiniões e acrescenta informações, num processo dialético de discussões e resgate de memórias.

Quanto à organização do livro, o autor o começa com breves considerações sobre o cinema e a técnica cinematográfica para, em seguida, partir para 6 grandes módulos de diálogos, a saber:

- 1) Argumento e Roteiro.
- 2) Fotografia e Câmera.
- 3) Edição de Imagem e Som.

---

7. Vide: NAPOLEONI, Cláudio. *Smith, Ricardo, Marx*. 4. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985. P.49.

- 4) Finalização e Trucagem.
- 5) Laboratórios.
- 6) Produção.

Cada um desses módulos conta com diferentes interlocuções que são brindadas com a experiência de pessoas que foram talhadas na arte e no ofício de fazer cinema no Brasil durante as décadas abordadas pelo autor.

A opção pelo formato de *Diálogos* só se tornou viável e com resultados tão produtivos, graças ao fato de Schettino ter antes – ele próprio – trabalhado bastante com o fazer cinematográfico. Ele adota assim a postura de um “observador participante”<sup>8</sup>, por pertencer ao meio pesquisado e ser, a partir do início dos anos 1970, também partícipe do trabalho empreendido pela comunidade cinematográfica. Schettino trabalhou, em algum momento, com boa parte dos entrevistados; o que adiciona um clima muito fértil de intimidade aos seus *Diálogos*.

A fim de elencarmos brevemente apenas três das várias obras cinematográficas nas quais fomos informados que Schettino trabalhou, cumpre citarmos:

- “*A Hora da Estrela*” de Suzana Amaral, tendo participado da trucagem e da confecção da abertura e dos créditos;
- “*A Brasa Adormecida*” de Djalma Limongi Baptista, no qual trabalhou com animação;
- “*Kuarup*” de Rui Guerra, participando da pós-produção (trucagem e efeitos especiais).

Fica patente que a intimidade de Schettino com o *metié* possibilitou-lhe selecionar conversas com pessoas representativas de várias técnicas cinematográficas que, por décadas, interagiram na produção de longas-metragens, de comerciais e de fitas institucionais para a TV e o cinema.

O resultado desses *Diálogos* estabelecidos e compilados na forma de livro, é um conjunto de 400 páginas de registros históricos, técnicos e humanos tremendamente preciosos e “de importância fundamental para o estudo da História do

---

8. O conceito de “observação participante” foi amplamente discutido por Malinowsky, Ecléa Bosi e Roman Jakobson, dentre outros autores.

Cinema Brasileiro”, conforme as palavras de um parecerista da FAPESP. Um tremendo feito para quem não pretendia fazer um trabalho de corte historiográfico!

Como já apontamos anteriormente, outro grande mérito da obra está em colocar o humano acima da técnica (a despeito do título do livro: “*Diálogos sobre a Tecnologia...*”). Dessa forma, os diálogos do autor casam-se muito bem com o título da obra de Ecléa Bosi: “*Memórias de Velhos*”!

Embora seja originalmente um físico de formação, Schettino preferiu adotar uma linguagem literária e metafórica a uma linguagem excessivamente técnica ou que fosse cansativa. Veja, por exemplo, o trecho em que ele fala da importância da luz no cinema:

O cineasta tem como matéria-prima a luz. A luz está na iluminação do objeto filmado. A luz está na maior ou menor passagem pelas zonas claras e escuras do filme. E a luz está, finalmente, na tela, novamente presa. Os cineastas, com a luz, esculpem a imagem do mundo.<sup>9</sup>

Enfim, são muitos os homens e histórias que relatam os caminhos do cinema no Brasil, e que foram trazidos à luz com maestria e sensibilidade por Schettino. Não fosse por isso, a maioria deles tenderia a cair no vácuo do esquecimento. Os *Diálogos* merecem serem lidos com a mente, o coração e olhos atentos.

---

9. SCHETTINO, Paulo B. C. *Diálogos sobre a tecnologia do cinema brasileiro*. 1ª ed. Cotia-SP: Ateliê Editorial, 2007. P. 20.

## 10.

# Metáforas do discurso único, metonímias das culturas do trabalho<sup>1</sup>

Roseli Figaro<sup>2</sup>

ECA-USP – Escola de Comunicação e Artes da  
Universidade de São Paulo

ALVES, de Luiz Roberto, **Trabalho Cultura e bem-comum** (Leitura Crítica Internacional). São Paulo: AnnaBlume, 2008.

- 
1. Uma primeira versão deste artigo foi publicada na Revista do Instituto de Estudos Avançados da USP, vol.23 no. 66. São Paulo, 2009.
  2. Professora Livre-docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. É coordenadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho; pesquisadora do Núcleo de Pesquisa da USP Comunicação e Censura e do Grupo de Pesquisa do Arquivo Miroel Silveira. É editora da Revista Comunicação & Educação. Publicações: As mudanças no mundo do trabalho do jornalista (2013), Comunicação e Análise do Discurso (2012), Teatro, comunicação e sociabilidade: uma análise da censura ao teatro amador em São Paulo (2011), Relações de Comunicação no mundo do trabalho (2008) entre outros. Email:Figaro@uol.com.br

## Introdução

Neste artigo, destacamos a trajetória de Luiz Roberto Alves, como atualizador das Ciências da Comunicação, por meio de sua obra: *Trabalho Cultura e bem-comum (Leitura Crítica Internacional)*, de 2008, publicada pela Editora AnnaBlume.

Luiz Roberto é professor há 40 anos. Foi também meu professor no curso de pós-graduação da ECA-USP. Atuou na educação do ensino fundamental público (no qual ensinou língua portuguesa e literatura) até a supervisão em pós-doutoramento no campo de políticas públicas e processos de comunicação.

Foi professor na Escola de Comunicações e Artes da USP. Na Cátedra Celso Daniel de Gestão de Cidades, na Universidade Metodista de São Paulo, trata dos temas Culturas Urbanas, Processos de Mobilização Social e Políticas de Governo e Estado. Na área de Administração Pública e Educação, é especialista em cultura popular, políticas urbanas participativas, governança local/regional, comunicação comunitária e cidadania. Desde 2012, é membro do Conselho Nacional de Educação, CNE.

Ele publicou inúmeras obras entre as quais os últimos artigos são: *Ciência e consciência, conhecimento e liberdade*. Estudos Avançados (USP. Impresso), v. 26, p. 321-338, 2012. *Tornar comum a cidadania: raízes antropológicas na vivência comunicativa*. Comunicação & Sociedade, v. 57, p. 129-147, 2012. E os Livros: *Políticas de Governança*. São Bernardo do Campo: MP Editora Ltda., 2011. v. 1.000. 120p. ALVES, L. R. (Org.); Anderson Rafael Nascimento (Org.). *Políticas Públicas, construção, fortalecimento e integração*. São Paulo: Annablume - Fapesp, 2009. v. 500. 287p. ALVES, L. R. (Org.); Carvalho Marcelo (Org.). *Cidades, identidade e gestão*. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1000. 270p. *Art Media Culture*. Kassel: Kassel University Press, 2008. 359p.

## Metáforas do discurso único

Em sua obra, Luiz Roberto Alves desarma as armadilhas discursivas que os asseclas do fim da história e da globalização disseminaram por todos os Continentes. O autor mostra como os sinuosos discursos da autoridade de instituições como a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico, OCDE, assessora do G-8, foram construídos para simular a unanimidade e a

supremacia do mercado em contraposição ao estado de bem-estar social e às experiências dos trabalhadores na luta por direitos e dignidade. Tais simulacros discursivos açambarcaram governos e lideranças, jogando-os aos pés do Midas sistema financeiro, responsável pela atual crise internacional.

Nas palavras do Autor,

[...] no processo estudado, entre 1990 e 2005, ocorreu um roubo de linguagens da sociedade ocidental, que vitimou – e vítima – exatamente os valores que poderiam reencaminhar as governanças saídas da guerra fria, isto é, os valores culturais do trabalho decente, dos bens sociais tornados bens comunitários e da diversidade sócio-política no tratamento da economia, das finanças e das políticas sociais. (ALVES, 2009)

Como salienta Alves, a linguagem é a arena onde se travam as batalhas sobre as estratégias persuasivas que transformam interesses privados em acordos econômicos e políticos a serem seguidos como manuais de boas condutas em nível internacional. O Autor entra nesta seara para esmiuçar as camadas de sentidos que estão subsumidas por uma lógica que se tornou mito: *o mais forte é o que sobrevive à concorrência do mercado*. Este último, tido como entidade onipresente e onisciente, fator de seleção natural.

Buscar nos textos as lógicas comunicativas reveladoras dos lugares sociais dos quais falam seus enunciadores faz parte de uma tradição intelectual com a qual comunga Luiz Roberto Alves. Este, ao aplicar os referenciais da sócio-semiótica aos objetos discursivos da OCDE, reunidos na série *Economic Outlook*, mostra-nos como os fundamentalismos econômicos foram arquitetados como castelos de cartas, vazios da experiência coletiva construída no processo político de diversidade de vozes necessárias à civilização humanista.

Ao propor-se o empreendimento de desvendar os sentidos dos discursos da orientação neoliberal, busca em Roland Barthes os aportes teóricos para demonstrar como o sentido de uma palavra ou de um discurso pode ser esvaziado, tornando-se mito ou mítico. Assim, nos municia de esclarecimentos e nos dá armas certeiras sobre como lutar nessa arena. O signo é uma materialidade das relações sociais e como tal diz respeito a condições concretas de enunciação. Um discurso torna-se mítico quando, esvaziado de seu sentido primeiro, simula um outro cujo objetivo é obscurer ou obliterar as diferentes vozes e pontos de vista que circulam na sociedade.

Luiz Roberto Alves mostra como o discurso mítico da OCDE desqualifica o Estado de Bem-estar social e os direitos dos trabalhadores, conquistados

por suas entidades representativas em lutas históricas. Sobretudo, ele demonstra como as orientações contidas nos documentos do *Economic Outlook*, objeto de seu estudo, pretendem debelar as resistências e as vozes que enunciam discursos que se contrapõem à lógica da onisciência do mercado.

O apuro metodológico da análise, realizada por Alves, sustenta-se na abordagem criativa que ele faz das contribuições de Greimas e Jakobson a partir da característica básica da linguagem verbal de se constituir como rede de relações, na melhor tradição da semiologia Saussuriana. Se entre os eixos do paradigma e do sintagma de estruturação da linguagem a rede de relações se dá na lógica da semelhança, cuja seleção permite os fundamentos de uma morfologia; e da contiguidade, cuja combinatória possibilita as relações de sentido e a noção de processo, para o Autor estes eixos estão dissociados no discurso hegemônico contemporâneo. Tal dissociação se dá à medida que o paradigma se instituiu a partir de fundamentos cuja semelhança é simulada, não permitindo o progresso no sentido do bem-comum; e o sintagma está carente de elo para estabelecer nexos de sentido na sociedade globalizada, pois sua lógica tem os fundamentos falseados, o sentido encontra-se estilizado mais do que fragmentado.

Alves afirma:

Se as leituras de mundo e palavra considerarem o que está acontecendo desde o início dos anos 90 para o acúmulo organizacional, tem-se que há uma imposição de paradigmas econômicos, os quais determinam as políticas. Na sua implantação, destacam-se as submissões de governos aos mercados e, portanto, concretiza-se a privatização do que era bem comum. (ALVES, 2008:269)

Ou seja, os interesses de corporações e oligopólios internacionais são privilegiados e têm o poder de instituí-los como se fossem também interesses dos Estados nacionais, da sociedade, dos cidadãos.

O Autor lê os discursos da OCDE como paradigma, no qual as metáforas tornam-se falseadas, haja vista o valor metafórico que vocábulos tais como reestruturação, reengenharia e reciclagem adquirem ao estarem no lugar de outros sentidos, simulando uma mudança que realmente não houve. Objetivamente, o sistema econômico hegemônico aprofundou as formas de exploração do mundo do trabalho e não as esvaeceu.

## Metonímias das culturas do trabalho

Se as metáforas, que mobíliam o espaço globalizado das transações neoliberais, constituem-se como mito; as metonímias da contiguidade sintagmática, dos discursos das centrais sindicais (CUT, brasileira, CGIL, italiana, e DGB, alemã) e dos discursos do Fórum Social Mundial, embora herdeiros de lutas vigorosas, mostram-se ainda desconectadas, pois os fundamentos dos valores que compuseram seu paradigma precisam ser reconstruídos, visto que as experiências metonímicas carecem tomar volume para enraizarem-se como eixo estruturante.

É do reencantamento que se precisa, destaca Alves. Reencantamento das experiências que têm potencial para reconectarem as esperanças em torno da palavra de ordem *trabalho decente*. Expressão de sentido forte, pois cunhada em fóruns coletivos cujas práticas desenvolvem-se em torno da economia solidária, dos orçamentos participativos e dos conselhos comunitários de representação direta. Como conceito-chave – trabalho decente – sintetiza experiências que têm em comum a presença das vozes dos interessados na enunciação discursiva que dá o status de cidadão àquele que se coloca na arena política.

Se há ou se houve uma avalanche de metáforas que tomaram o interesse privado pelo interesse público, apostam-se nas experiências concretas do movimento social dos trabalhadores, para o reencantamento do trabalho e daqueles que trabalham. Experiências vivenciadas por gerações, consubstanciadas nas culturas do trabalho e atualizadas na dinâmica que se dá pela relação do passado com o presente.

A possibilidade de vida futura sustentável para os homens e para o Planeta está em se desconstruir os sentidos do trabalho como mito-monstro e como *tripalium*, com o qual se torturavam os escravos, para reavê-lo no sentido de atividade humana, aquela que torna o homem um ser genérico, ser de si e para si, cidadão, cuja relação transcende o dualismo ensimesmado para constituir temas e figuras capazes de dialogar com a coletividade na perspectiva da construção do bem-comum.

É desses sentidos que nos fala Luiz Roberto Alves em sua obra. Nas palavras de Adilson Citelli<sup>3</sup>, o Autor realiza “um fino exercício analítico e intelectual”, expondo uma trajetória intelectual voltada à gestão mediadora de expressões

---

3. Citelli, Adilson. Apresentação. O trabalho em tempos do cólera. In: Alves, Luiz Roberto. Trabalho, cultura e bem-comum. (Leitura crítica internacional) São Paulo: Anna-Blume/Fapesp, 2008. p.12.

comunicativas capazes de ressignificar e atualizar experiências solidárias.

É muito oportuno retomar a leitura dessa obra em momento que o Brasil se depara com manifestações de todas as cores e reivindicações. Nos últimos anos, a maioria do povo brasileiro tem deixado claro sua intencionalidade ao manifestar-se nas urnas. As ruas também foram tomadas para reivindicar o direito de todos usufruírem a cidade, o progresso e as riquezas produzidas pelo avanço tecnológico e científico. Há mais possibilidades de as vozes populares virem à cena, tomar seu lugar de protagonista. A polifonia de discursos e vozes vai se intensificando para fortalecer o espaço de interlocução, no doloroso, mas necessário, processo de lembrar as mazelas para se libertar delas.

Por isso, é preciso denunciar aqueles que desejam voltar atrás, aqueles que não querem as comissões da verdade; não querem escola e saúde públicas de qualidade, pois perdem oportunidade de negócios e verbas públicas para seus oligopólios. Esses também simulam o discurso dos movimentos populares como armadilha para encobrir as intenções neoliberais.

A obra de Luiz Roberto Alves nos alerta para os desafios a serem enfrentados, nos alimenta com argumentos e nos esclarece sobre a relevância que tem o intelectual que se coloca a serviço da democracia, do bem-comum e do trabalho decente. Em sua palavra final, o autor enuncia que na disputa simbólica, cabe a ousadia na gestão dos bens comuns.

## Referências

ALVES, de Luiz Roberto, **Trabalho Cultura e bem-comum** (Leitura Crítica Internacional). São Paulo: AnnaBlume, 2008.

ALVES, Luiz Roberto. **Texto** de divulgação, **Blog Alpharrabio**. 2009. <http://blog.alpharrabio.com.br/2009/05/09/trabalho-cultura-e-bem-comum/>, acesso em 28/09/2013.

# 11.

## Da Genética de um Texto – um palimpsesto genettiano

Paulo B. C. Schettino

UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

MORAIS, Osvando J. de. **Grande Sertão: Veredas – O Romance Transformado**. Cotia/São Paulo: EDUSP-FAPESP, 2000.

### PARTE I

#### Terceira e mais profunda camada do palimpsesto

Primeiro, houve um livro. . .



... e seu autor, enquanto corria o ano de 1956 na maravilhosa e então e para sempre e eterna capital federal do Brasil – a cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro, e, obviamente nos outros brasis espalhados pelo mundão do Brasil.



Também é obvio que ambos ambicionavam o sucesso, livro e autor. O editor José Olympio, homônimo de sua editora, por certo apostava em sua cria, pois afinal havia se cercado e disponibilizado para tanto o melhor de sua casa editorial, e o artista gráfico paranaense de ascendência italiana, portanto o nada potiguar Poty, envolvera o texto com sua maestria de ilustrador já ilustre. De repente, inda que muitas esperanças houvessem sido depositadas no objeto que trabalhavam jamais poderiam atinar com o estrondo que provocariam no mundo das letras brasileiras.

Nas esferas das Letras dos anos 1950, é sabido que havia apenas dois escritores a viver de seu labor literário: Érico Veríssimo e Jorge Amado – ainda se encontrava demasiadamente longe o futuro fenômeno comercial de Paulo Coelho. O gaúcho Veríssimo e sua ‘Editora Globo’ de Porto Alegre, enquanto disseminavam no Brasil os clássicos da literatura universal na célebre série Coleção “Fogos Cruzados”, publicavam entremeados seus próprios textos que o autor vinha prolificamente produzindo. Seu romance ‘Olhai os lírios do campo’ correu o país e a América Latina tornando-se leitura obrigatória para todos a ponto de receber uma adaptação para o Cinema no cinema da Argentina. O mesmo sucedia com a literatura antes engajada de Jorge Amado que se popularizaria ainda mais ao investir na tragicomédia de costumes a partir de ‘Gabriela, cravo e canela’. É sabido, também, que a grande maioria de nossos literatos somava à paixão pela escrita, por estrita necessidade de sobrevivência, o prosaico exercício profissional de professor e funcionário-público – da mesma forma que o faziam os outros nossos artistas, do Teatro e do Cinema.

Nesse contexto é que explode, em 1956, Guimarães Rosa e seu ‘Grande Sertão: Veredas’! Ao mestre das Letras brasileiras, Machado de Assis, juntar-se-ia Guimarães Rosa e bem mais a frente Clarice Lispector e dessa forma se constrói a tríplice coroa de ouro de nossa Literatura. A tríade disputa a eleição de maior objeto de pesquisa acadêmica em nossas universidades brasileiras, e também no mundo. A fortuna crítica que cada um possui é incalculável – citações e ensaios, dissertações de Mestrado, teses de Doutorado, radionovelas, filmes do Cinema e Televisão...

Tiragens e edições sucessivas do livro o tornaram assunto do momento e esse roldão levou Guimarães Rosa não sem tropeços bizarros à Academia Brasileira de Letras – reportagens e mais reportagens, entrevistas e mais entrevistas concedidas aos jornais e revistas da época, fotos e mais fotos ao experimentar no alfaiate o ‘fardão’ da academia para a solenidade de posse da cadeira que não aconteceria: o levou uma morte prematura. Tal acontecimento lançou mais lenha ainda à fogueira e só fez crescer mais ainda a procura pelo livro. E, tome ainda mais vertiginosamente as sucessivas edições e tiragens!

O leitor comum ficou assustado ao dar-se conta do estranhamento que sua leitura oferecia. O livro, ou melhor, o texto do livro, era diferente daqueles dos outros livros a ponto de tornar comum a ideia de que o livro era ‘difícil’ de se entender! O fluxo verbal da personagem, Riobaldo – o narrador, em suas confissões dirigidas a segunda personagem, o ouvinte, apenas suposto por existir somente como interlocutor do falante, diferia de tudo o que havia lido antes. Criou-se uma aura de mistério sobre o livro que, longe de afastar os leitores, aumentou-lhe a importância em função do desafio que propunha. ‘Grande Sertão: Veredas’, de Guimarães Rosa cumpre seu fado, pois desde então até aos nossos dias suscita as mais diferentes leituras a partir da multiplicidade de enigmas que propõe aos seus leitores. A ideia de Comunicação, como proposição de enigma a ser decifrado pelo ouvinte/leitor/espectador/telespectador, seja qual for a caracterização do receptor a quem é endereçada uma mensagem, foi detalhada pelo filósofo alemão Hegel e é válida para todas as formas de comunicação humana, até mesmo aquela mais trivial nas conversações coloquiais do nosso cotidiano. Porém, é na Literatura de ficção que as liberdades permitidas ao emissor atingem e exorbitam até às raias hiperbólicas – bem distante do receptor, apenas presuntivo, o autor extrapola e simboliza no uso das palavras no discurso de seu imaginário – constructo de vivências e leituras armazenadas. Não mais enigma, se limita a propor, senão enigmas, já que lança mão de incontáveis mitos universais colhidos de anteriores fontes literárias somados à captura de narrativas ou ‘causos’ da cultura popular do sertão das ‘gerais’. Desde o mito da ‘a mulher vestida de homem’ que tangencia Joana D’Arc e seu desnudamento revelador de ‘Vathek’, do inglês William Beckford, às conversações e pacto com o Diabo de Dostoiévski, de ‘Os irmãos Karamazov’, e o pavor atávico das encruzilhadas, e a vergonha do ‘amor que não ousa dizer seu nome’.

## PARTE II

### Segunda e intermediária camada do palimpsesto

E, um outro trabalho literário veio à tona – a transformação ou metamorfose do texto literário de Guimarães Rosa para outro texto literário: a adaptação ou como melhor entendemos, a tradução intersemiótica de ‘Grande Sertão: Veredas’, livro, para roteiro de produção de uma minissérie televisiva homônima. E a ousadia partiu, como não poderia deixar de ser, de alguém que transitasse livremente entre as duas formas de narrativa, a narrativa literá-

ria e a narrativa fílmica. A essa uma outra ousadia se seguiria perpetuada por outra personagem, mas, é assunto para mais tarde. Vamos nos contentar em nos deter na primeira: Walter George Durst.



Ao morrer, Durst levou consigo parcela considerável do pouco que sobrara de uma geração especial de brasileiros, um espécime de humanos tipificados por *avis rara*, composta por aqueles que começam sua sólida formação por meio da competência de reconstruir imageticamente o mundo pela arquitetura das palavras quando intenta-se a sua representação. De posse do domínio da criação e interpretação de imagens verbais orais e escritas passa alternadamente da palavra à imagem e ao seu inverso, da imagem à palavra, levando-o de modo natural da Literatura aos dois *media* Rádio e Cinema, com suas semiosferas que o circundam nos anos 1940 a povoar seu universo interior sem mais distinção entre as unidades primordiais, palavra e imagem. Firma-se profissionalmente como roteirista ao recontar para os programas do rádio os filmes do cinema estadunidense

de sucesso que invadiam hegemonicamente desde então como hoje as nossas salas de exibição. Agregado ao contingente aproveitado das emissoras radiofônicas brasileiras pela Televisão nascente, em 1950, aprimora sua arte de escrita de roteiros passando do rádio-teatro para a novidade do teleteatro. Com o elenco basicamente de atores da TV Tupi incursiona duas vezes na direção de filmes no Cinema. Em *Paixão de Gaúcho* Durst trabalha com a literatura de José de Alencar e dirige o antes cantor, *crooner* do conjunto musical *Quitandinha's Serenade*, ator-emblema do cinema da Vera Cruz, Alberto Ruschel, elevado à posição de primeiro ator do surto paulista da produtora Vera Cruz, intérprete que foi do papel-título de *O Cangaceiro*, de Lima Barreto – primeiro grande sucesso internacional do Cinema Brasileiro.



Além disso, Walter George Durst também na direção do filme cinematográfico 'O Sobrado', utilizaria a literatura brasileira como texto de partida com a adaptação de parte do *O tempo e o vento* de Érico Veríssimo. Durst, em meados da década de 50 atuando em rádio e televisão e também no cinema envolveu-se com a Vera Cruz – teve um seu roteiro premiado em concurso realizado pela produtora, e posteriormente filmado sem sua participação, *A Carrocinha*. Firma-se na teledramaturgia da televisão brasileira como o 'às' principal do baralho das adaptações de textos literários, épicos ou dramáticos, em novelas e casos especiais sempre com sucesso ao transpor, entre

outros exemplos, Jorge Andrade (O Casarão), Guimarães Rosa (O Duelo), e sua consagração com Jorge Amado (Gabriela, cravo e canela). É importante que se ressalte a importância atribuída ao roteirista como o verdadeiro autor das novelas de televisão como sempre fora tácito nos tempos do rádio – afinal, ao escritor e sua pena competia passar para o papel, materializados em texto literários, as sucessivas fases da criação do texto imagético, desde o seu início até ao fim do novo texto dramatúrgico: Ideia – Argumento – Roteiro. Baseando-se no conceito novo de ‘cinema de autor’ fenômeno que surge na França ao final dos anos 1950 que concedia ao diretor de cenas ‘do roteiro’ a autoria da obra filmica, que somado ao sucesso internacional obtido pelas telenovelas brasileiras nos anos 70, e que uma vez mais agregando-se o modelo estadunidense da primazia do diretor nos produtos televisivos, a autoria das telenovelas brasileiras aos poucos mas não sem boa briga passaria do escritor ou roteirista para o diretor. Durst, após enfrentar a difícil tarefa de executar o trabalho na transposição de ‘Grande Sertão: Veredas’ para a linguagem televisiva bater-se-ia de frente com o diretor de cenas Walter Avancini, querelas a antecipar os problemas futuros que seriam revividos pelos escritores de telenovelas Aguinaldo Silva e Glória Perez.

Independente de minúcias e pormenores da questão ainda em aberto nos dias que correm a prover de argumentos contendores de ambos os lados, sem sombra de dúvidas, coube ao intelectual, Walter George Durst, a façanha e coragem de desconstruir o texto literário do romance ‘Grande Sertão: Veredas’, de João Guimarães Rosa e reconstruí-lo na forma imagética no ‘Grande Sertão: Veredas’, minissérie televisiva.

### PARTE III

#### Primeira e visível camada do palimpsesto

E, depois, mais outro livro...

**MORAIS, Osvando J. de. *Grande Sertão: Veredas – O Romance Transformado*. Cotia/São Paulo: EDUSP-FAPESP, 2000.**

...tema principal que nos impulsiona a analisar aqui.



No segundo semestre de 1992, o aluno Osvando José de Moraes ingressou no programa de Pós-graduação da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo - USP, departamento de Letras Clássicas e Vernáculas, com um 'ousado' projeto de pesquisa acadêmica ousadamente orientada, de início, pelo Prof. Dr. Alfredo Bosi, que por motivo de saúde sugeriu a transferência da orientação para o Prof. Dr. João Adolfo Hansen, na área de concentração em Literatura Brasileira, nível de Mestrado. A ousadia, do estudante e dos dois orientadores, é que naqueles tempos se constituía quase em sacrilégio - vencer o repúdio e não aceitação do reconhecimento da Televisão enquanto arte (se arte, seria!) no universo sagrado das Letras, reservado aos cultores das 'belas letras'. O projeto centrava-se na tradução intersemiótica do romance *Grande Sertão: Veredas*, de João Guimarães Rosa, idealizada e realizada por Walter George Durst para a Televisão tendo como produto final um filme ou narrativa

audiovisual em formato de minissérie composto de 25 episódios. O trabalho de escrita da gênese da criação do roteiro literário televisivo, empreendido por Durst, passou a ser o principal foco de interesse do estudioso na longa pesquisa que incluiu o necessário cotejamento dos dois textos literários anteriores ao seu: o romance, como texto de partida e o roteiro televisivo, como texto de chegada, também texto de passagem que antecede as imagens. O roteiro literário de um produto audiovisual, seja cinematográfico ou televisivo, pode ser considerado como um texto de passagem, por se constituir em ponte entre as imagens literárias subjacentes no romance e a sua concretização em imagens visuais na tela.



Atravessar as duas obras literárias que precederam ao seu livro, munido que foi com o aprendizado obtido com as atentas leituras dos textos do francês Gérard Genette, o escritor Osvando José de Moraes já em 2000 desmontava algo que se tornaria lugar comum e muito encontradiço nos textos acadêmicos atuais. Para o nosso autor os *media* são estereotipados, pois, maciços e aprisionados em suas linguagens próprias e práticas que se constituem em seu próprio cerne buscam serializar seus produtos de forma a não afugentar seus utentes e duplamente consumidores. Estes, de modo apenas aparente, consomem gratuitamente o que o *medium* lhes oferece não se dando conta do fato de

serem pagantes ao consumirem ou comprarem produtos que lhes são sugeridos concomitantes à apreensão do que assistem. Os *media*, aferrados à lei maior do mercado que são, pretendem dar aos seus consumidores somente aquilo que supõem que eles querem. Se, quando lançado, o livro ‘Grande Sertão:Veredas’ recebera o epíteto de texto ‘indigesto’ para a maioria de seus leitores que dizer então dos telespectadores de um canal de televisão acostumados ao prosaísmo de sua programação? Mas, no ano 1985 houve por bem a rede de televisão ‘O Globo’ comemorar os seus vinte anos de existência e para tanto precisava de algo muito especial para tão excelsa efeméride. Era necessário ousar! Não sabemos muito bem o autor ou autores da ideia inicial de transformar o livro de Rosa em produto televisivo. Na verdade, isto é de somenos importância quando comparado a quem teria a coragem de empreender o trabalho que coube ao seguro e intemorato Walter George Durst. Quem senão ele, que transitava livremente entre os dois universos da palavra e imagem? E, Durst partiu para o desafio e Osvando José de Moraes, que se empenhara em conhecer a fundo os meandros da metamorfose de um produto a migrar de um universo para outro, vai atrás do mestre. Durst abriu sua casa e seus escaninhos e seu universo ao jovem pesquisador que com o mestre privou até sua morte. De Rosa para Durst e vice-versa envereda pelos mistérios do grande sertão e dos artífices armadores de caminhos e descaminhos de tão fascinante viagem.

Todo esse saber acumulado por anos de dedicação e estudos jamais fora sequer suspeitado por alguém como Moraes, bem como jamais passaria por sua cabeça quando menino que os vínculos com o universo imaginário rosiano que trazia subjacente por criação um dia seriam motor de seu encontro futuro com seus mestres.

Nasci em um 10 de outubro na cidade de Anicuns, município do Estado de Goiás, onde cursei o primeiro grau. Filho de pais mineiros, tive uma infância tipicamente rural, envolvido na realidade interiorana goiana, tal qual a espelhada na Literatura de ambos os Estados. Com uma avó contadora de “causos”, fui um misto do menino de engenho e do seu amigo de infância, o moleque Ricardo, retraduzidos do universo de José Lins do Rego pelo compositor Milton Nascimento em sua longa e descritiva letra da canção *Morro Velho*.

Quando assim fala, como reproduzimos acima, o autor do livro deixa transparecer ou uma humildade excessiva ou uma congênita matreirice herdada de

sua ascendência mineira. Fica evidente por sua história de vida que a semiosfera composta de palavras e imagens em que nascera e crescera já incluía em seu imaginário a atmosfera que circundava o texto de Rosa. Era inevitável que o novo autor, Osvando, estivesse apto em transitar sem maiores problemas pelas intrincadas veredas abertas por Guimarães Rosa em seu ‘Grande Sertão:Veredas’.

E ao continuar a sua saga do moleque dos Goiás mais se aproxima do ‘Cardo’ de Lins do Rego e do ‘Macunaíma’ de Mário de Andrade que daqueles dos mineiros, Rosa e Milton, ao abandonar as longínquas gerais e aventurar-se na cidade grande. Assim nos conta como foi:

Transferei-me para a cidade de São Paulo em 1980. Matriculei-me na EEPSPG “Caetano de Campos”, onde concluí o 2º grau, período em que se definiu em mim uma tendência natural para as disciplinas das Ciências Humanas, em detrimento das Exatas; daí a tendência aos estudos das Letras.

Após completar o curso do ensino médio, ingressei na FFLCH – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo – USP, fato que transformou a vida de um garoto notadamente interiorano em um esboço, inda que tênue, de vida voltada para as Letras e ambientada às preocupações de uma vida acadêmica, cujos anseios convergiam para a pesquisa de tudo que estivesse ligado às Literaturas.

Durante o curso de Graduação, transitei pelos Departamentos de Línguas Clássicas e Vernáculas e pelo de Línguas Orientais, pois ingressara no Curso de Português/Russo, e no segundo semestre de 1991 concluí o curso de Bacharel em Letras, colando grau em 22 de janeiro de 1992.

Para alguém que veio de muito longe tangido e ao sabor dos ventos em busca de conhecimento sabemos que suas aventuras não parariam por aí. Foi longe, mas a ânsia do saber é uma sede insaciável. Não existe ponto final na vida, como quer André Gide ao tecer seus ‘moedeiros falsos’ – luxo reservado apenas aos escritores quando decidem finalizar uma narrativa, ‘a vida sempre continua’, afirma o mestre.

Defendi, em 02/06/97, a dissertação de Mestrado intitulada “*Grande Sertão: Veredas - O Romance Transformado. Abordagens do processo e a técnica de Walter George Durst na construção do roteiro televisivo.*” tendo como banca

examinadora os professores doutores: Marcello Giovanni Tassara, Maria-rosaria Fabris, João Adolfo Hansen (orientador), obtendo a média de 10,0 (dez inteiros). À vista do resultado, e tendo cumprido todas as exigências regimentais do Curso de Pós-Graduação da Universidade de São Paulo – USP, a banca houve por bem acrescentar ao trabalho final os conceitos *Com Distinção e Louvor*.

A partir desse ponto de sua narrativa deu-se início à saga de transformar sua dissertação de Mestrado em livro que não é tarefa fácil, sem penas e dores como sói acontecer – pois somente quem passou pelo processo do crivo acadêmico sabe das dificuldades e ânsias de desistência que acometem o candidato que ousa sonhar com o título acadêmico. Com a parceria e colaboração de duas entidades de peso – EDUSP e FAPESP – veio à luz em 2000, ano mágico e que se acreditava que não se chegaria e nem dele se passaria, como convém ao universo místico de Guimarães Rosa, o livro objeto desta viagem e travessia: ‘Grande Sertão: Veredas – o Romance Transformado’, de mais um jovem autor – Osvando José de Moraes. Como adequado e perfeito corolário, cedemos mais uma vez, espaço para sua voz:

Em 11 de setembro de 2002 defendi Tese de Doutorado junto a Escola de Comunicações e Artes – ECA, da Universidade de São Paulo – USP, com o tema *Imagens em Grande Sertão: Veredas – Da palavra impressa no romance à imagem eletrônica-televisiva – Semiótica da Imagem*. Obtive o título de Doutor a partir da aprovação da Banca Examinadora assim constituída: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mariarosaria Fabris (orientadora), Profs. Drs. Marcello Giovanni Tassara, Mauro Wilton de Sousa, Aurora Fornoni Bernardini e Boris Schnaiderman.

Desde então, trabalha com acuro a transformação em livro do texto de sua tese de doutorado que somado aos textos de Walter George Durst promete dar continuidade à saga empreendida e iniciada com este ‘Grande Sertão: Veredas – o Romance Transformado’.

Dez anos depois, em 04 de outubro de 2013, tivemos a incumbência honrosa de transitar pelo livro e seu autor em palestra proferida quando ambos receberam o certificado de contribuição às Ciências da Comunicação em evento promovido em parceria pelas entidades INTERCOM, FAPESP

e a USP - Universidade de São Paulo: “Ciclo de Conferências - 50 Anos das Ciências da Comunicação no Brasil: A Contribuição de São Paulo” (Agosto, setembro e outubro – 2013).



Século XXI  
Parte II - Ideias  
**instigadoras**





## 12.

# Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil

Regina Giora<sup>1</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie

VERGUEIRO, Waldomiro, RAMOS, Paulo; CHINEN, Nobu. **Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil**. São Paulo: Criativo, 2003.

O livro “Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil”, organizado pelos professores Waldomiro Vergueiro, Paulo Ramos e Nobu Chinen, publicado em 2003, reúne depoimento de seis grandes pesquisadores brasileiros: Álvaro Moya, Antonio Luiz Cagnin, José Marques de Melo, Moacyr Cirne, Sonia Bibe Luyten e o próprio Waldomiro Vergueiro. Todos eles são unânimes quando falam sobre o interesse que nutriram pelos quadrinhos

---

1. Regina Giora é doutora em psicologia pela USP e professora da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

desde a infância e sobre as dificuldades que encontraram para abrir espaço para essa modalidade de narrativa que utiliza principalmente a imagem. Observam, também, que só recentemente, os quadrinhos tiveram sua relevância e identidade reconhecidas. Os pioneiros neste livro falam precisamente sobre a luta que travaram para ver finalmente a nona arte sair do limbo.

Logo na apresentação do livro, os organizadores fazem um balanço sobre os quadrinhos em boa parte do século XX, destacando, como não podia deixar de ser, a rejeição que os mesmos sofreram por amplos segmentos da sociedade, inclusive por um grande número de intelectuais. Essa rejeição aos quadrinhos não foi um fenômeno ocorrido apenas no Brasil. Para seus detratores, quadrinhos era uma narrativa desprovida de qualidade estética ou de qualquer outra natureza. Entretanto, observam que apesar – ou justamente devido a toda sorte de críticas depreciativas –, os quadrinhos começaram a ser mais sedutores e atrair um público cada vez maior. Os que viam os aspectos positivos dos quadrinhos, defendiam a originalidade dessa linguagem que leva o fruidor a ser um partícipe da narrativa.

No Brasil, até que os quadrinhos chegassem à academia, às bibliotecas, escolas, até que ocupassem seu espaço no cenário cultural do país, em eventos nacionais e internacionais, levou muito tempo e os pioneiros tiveram de lutar incansavelmente.

Um pioneiro importante, mencionado pelos organizadores foi Francisco Araújo responsável pela primeira disciplina sobre quadrinhos na Universidade de Brasília, ainda nos anos 70, mas foi impossível seu contato. Daí sua ausência no livro.

Foi a partir da realização da 1ª Jornada Internacional de Quadrinhos, realizada em São Paulo, em 2011, que os organizadores, sob a liderança de Waldomiro Vergueiro, atual coordenador do Diretório de Quadrinhos da ECA-USP, decidiram solicitar a seis pesquisadores pioneiros um depoimento sobre sua luta pelo reconhecimento da 9ª Arte. Na 2ª Jornada Internacional de Quadrinhos, realizada neste ano, foi então lançado este livro que representa um importante registro da entrada em cena dos quadrinhos para o universo da arte, segundo esses estudiosos.

O livro começa com o depoimento de José Marques de Melo, coordenador da primeira pesquisa sobre quadrinhos realizada no Brasil, quando ainda era professor no curso de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, em 1967.



**José Marques de Melo**

Marques de Melo observa que sua geração educou-se sob o signo do Gibi, destacando a importância que os heróis dos quadrinhos tiveram sobre a sua formação. Cita, por exemplo, Mandrake, Flash Gordon, Superman, Bolinha, Luluzinha, Pafúncio, Pinduca, entre outros tantos. Relembra que seu interesse pelos quadrinhos surgiu nos círculos infantojuvenis em Santana do Ipanema, cidade sertaneja de Alagoas e, que mais tarde, passou de consumidor a estudioso, a leitor crítico dos quadrinhos. No seu depoimento cita algumas de suas principais influências: Gilberto Freire, Jofre Dumazedier, Umberto Eco, Armand Mattelart, Álvaro de Moya e Sonia Bibe Luyten.

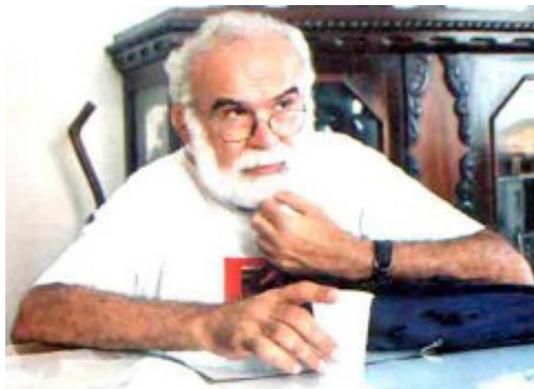
Ao ser eleito diretor da ECA-USP incentivou a formação de um grupo de pesquisa permanente que se dedicasse aos quadrinhos e, assim, foi criado o Núcleo de Pesquisa em Histórias em Quadrinhos que objetivava principalmente atrair as novas gerações para o resgate da memória dos quadrinhos brasileiros.



**Álvaro de Moya**

O segundo depoimento é de Álvaro de Moya, que conta ter sido levado (in) diretamente para os quadrinhos pelas mãos do irmão, assíduo leitor, e aponta o estímulo que recebeu para ser inicialmente um desenhista de quadrinhos e, posteriormente, pesquisador. Moya fala também da sua entrada para a rádio e depois para televisão Tupi, do seu gosto pelo desenho, da ousadia de ter feito a primeira exposição de quadrinhos do mundo, de sua passagem pela CBS Televisions em Nova York e das entrevistas que realizou. Mais tarde filiou-se à Sociedade dos Amigos de Histórias em Quadrinhos fundada por Alain Resnais.

Moya publicou livros, artigos para jornais, revistas e enciclopédias além de ter feito palestras no mundo todo.



**Moacyr Cirne**

Moacy Cirne, outro grande estudioso de quadrinhos, confessa ter sido alfabetizado através das páginas de O Tico-Tico e aponta o Capitão Marvel como seu super-herói favorito. Refere-se aos quadrinhos como “cineminha de papel”. Seu sonho de criança era tornar-se astrônomo, historiador ou geógrafo, nunca ser Capitão Marvel. Moacy relembra com frequência de sua cidade Caicó. Fala também que depois dos quadrinhos voltou-se para outro tipo de literatura e só mais tarde retomou à leitura daqueles. Trabalhou na Revista de Cultura Vozes nos anos 70 e nesse espaço editou números sobre indústria cultural, semiótica, estruturalismo, entre outros temas e, naturalmente, sobre ideologia dos quadrinhos e o mundo dos super-heróis. Publicou “A explosão criativa dos quadrinhos”, “A linguagem dos quadrinhos”, “Para ler os quadrinhos”, nos anos 70 e, em 1990, “Uma introdução política aos quadrinhos”. Atualmente, interessa-se por quadrinhos brasileiros, latinos, mas também pelos *comics* da contracultura americana e os quadrinhos europeus dos anos 60,70 e 80. Interessa-se também pelos poemas de Murilo Mendes, José Bezerra Gomes e Luis Carlos Guimarães.



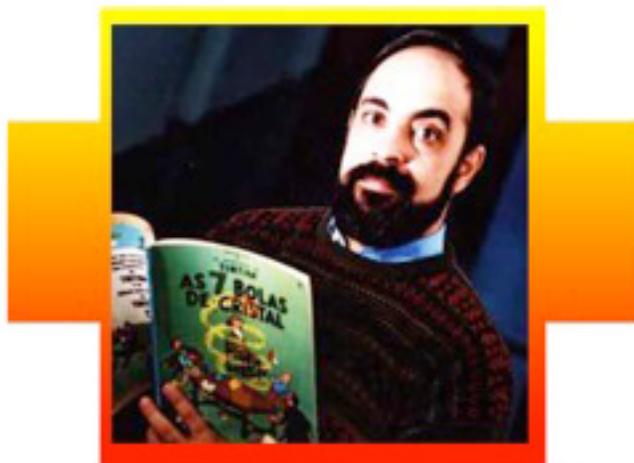
**Sonia Bibe Luyten**

O “depoimento” de Sonia Luyten, incluído neste volume, é na verdade, reprodução de sua fala ocorrida na abertura da 1ª Jornada Internacional de Histórias em Quadrinhos realizada em 2011, na ECA-USP. Sonia foi a primeira estudiosa a criar a disciplina Editoração das Histórias em Quadrinhos, em 1972, na ECA, à convite do professor Marques de Melo. O objetivo dessa disciplina era formar editores de quadrinhos, dando uma base teórica para os que desenhavam e também para os pesquisadores da área. Similarmente aos depoimentos dos colegas aqui reunidos, fala da péssima recepção que os quadrinhos tiveram inicialmente, tendo sido considerados como lixo cultural e ocupado um espaço de separação entre a cultura de elite e a cultura popular. O preconceito era muito grande e à pesquisa faltava rigor acadêmico segundo os detratores. Sonia fala do sucesso obtido com a disciplina por ela criada e da revista Quadreca que ajudou a apontar a importância dos quadrinhos, pois seus objetivos eram: divulgar os desenhistas nacionais, formar futuros editores e pesquisadores na área. Ressalta, também, a importância da criação da Gibiteca, em 1972, na universidade. Especializou-se em mangás, tendo criado a Abrademi – Associação Brasileira de Amigos de Mangá e Ilustração. Em 1983 foi a primeira professora a lecionar disciplina específica da pós-graduação em histórias em quadrinhos, cujo fruto foi o livro “Histórias em quadrinhos e leitura crítica”.



**Antonio Luiz Cagnin**

Antonio Cagnin, no seu depoimento também fala da presença dos quadrinhos na sua infância em Araras, São Paulo. Já aos 12, 13 anos costumava recortar tirinhas e fazer revista com as histórias. A partir da adolescência afastou-se dos quadrinhos, formou-se em Letras e tornou-se professor de línguas. Quadrinhos só voltou a sua vida, no programa de pós-graduação, onde optou sob a orientação de Antonio Candido, por essa narrativa como nova forma de expressão. A partir daí, participou de inúmeros eventos que tratavam do tema, tendo conhecido outros pioneiros no estudo de quadrinhos. Professor de Semiologia da Imagem na ECA-USP desde 1984, assumiu mais tarde a disciplina criada por Sonia Luyten – Editoração de Quadrinhos. Em 1990 criou o Centro de Estudos de Histórias em Quadrinhos, que passou a ser coordenado pelo professor Waldomiro Vergueiro. Foi para Paris em 1988, onde teve a oportunidade de ver a tapeçaria de Bayeux, que encarou como uma impressionante peça de setenta metros de tecido bordado em quadrinhos. De volta ao Brasil fomentou a análise e a pesquisa em quadrinhos e se interessou sobremaneira pela obra de Angelo Agostini, responsável pela primeira história em quadrinhos do Brasil. Em 2000 aposentou-se da USP, mas afirma que seu projeto é ainda escrever sobre Agostini.



**Waldomiro Vergueiro**

No depoimento, Waldomiro Vergueiro, também acentua o preconceito de diferentes setores da sociedade com relação aos quadrinhos e do seu interesse por essa modalidade de narrativa, desde a infância. Obseva que, ao contrário

do que afirmavam os educadores da época, ou seja, que os quadrinhos levavam ao desinteresse por livros, com ele aconteceu justamente o contrário, tanto que foi cursar Biblioteconomia. Sua dissertação de mestrado foi “Histórias em quadrinhos – seu papel na indústria de comunicação de massa”. Pesquisou também as relações entre quadrinhos e educação, tendo publicado vários estudos a respeito. A partir de 1989, por indicação do professor Marques de Melo, assume uma comissão para organizar eventos sobre quadrinhos na USP. Realiza então, “50 anos de Batman”, que fez um enorme sucesso. Em 1990 passa a trabalhar com Moyá e Cagnin, no Núcleo de Pesquisas em Histórias em Quadrinhos onde chegou a funcionar um curso de especialização, mas que teve pouca duração por falta de infraestrutura. O Núcleo mais tarde se transformou em Observatório e se tornou referência nacional e internacional quando o assunto é quadrinhos. É professor na linha de pesquisa: Informação, Comunicação e Educação – em Ciências da Comunicação, na ECA e professor de Histórias em quadrinhos, informação e educação. Assumiu também o departamento de jornalismo e editoração de quadrinhos na ECA.

A leitura do livro “Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil” é leitura obrigatória para todos que se interessam pelo assunto. Conhecer a terra onde as sementes foram semeadas, ajuda muito a entender todo o processo de germinação que se segue. Levar ao público em geral depoimentos tão expressivos é deixar um valioso legado da nossa cultura e da história do pensamento no Brasil.

# 13.

## O Brasil antenado: a sociedade da novela

Maria Aparecida Baccega<sup>1</sup>  
ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

(2005) HAMBURGER, Esther. **Brasil antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar

Primeiro, um pouco sobre a autora. Esther Hamburger pertence à grande área de Ciências Sociais Aplicadas, mais explicitamente ao campo da comunicação, com o qual ela contribui com seus conhecimentos de Antropologia, Teoria e estética audiovisual, Jornalismo e Editoração. Fez sua Livre-docência em 2008, na Escola de Comunicações e Artes, com a tese “Da política e poética de certas formas audiovisuais”.

Seu Pós Doutorado foi realizado em 1999-2000, na University of Texas System, como bolsista da Mellon Foundation e seu doutorado, de 1988 a

---

1. Maria Aparecida Baccega, Doutora em Comunicação pela ECA/USP. Professora do programa de pós-graduação em comunicação da ESPM.

1999, em Antropologia, na University of Chicago, Estados Unidos, sob orientação de Marshall Sahlins. Foi bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, Brasil.

De 1983 a 1988, fez o Mestrado em Sociologia, na USP, sob orientação de Azis Simão, com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, FAPESP. Também na USP cursou a graduação, em Ciências Sociais, de 78 a 82.

Tem vários capítulos de livros publicados, entre os quais “Diluindo Fronteiras: As Telenovelas no Cotidiano”. In: Lilia Schwarcz. (Org.). *História da Vida Privada*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, v. 4 e “A Indústria Cultural Brasileira – Vista Daqui e de Fora”. In: Sérgio Miceli. (Org.). *O que ler na Ciência Social Brasileira*. São Paulo; Brasília: ANPOCS; CAPES, 2002.

Entre os Artigos completos publicados em periódicos destacamos *Telenovelas e Interpretações do Brasil*. Lua Nova (Impresso), v. 82, p. 61-86, 2011Pg.

E, tendo já, aparentemente, me alongado demais, quero destacar que Esther Hamburger, atualmente professora da Escola de Comunicações e Artes da USP, tem dois livros publicados, sendo um deles “O Brasil antenado. A sociedade das Novelas.” Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005, hoje já um clássico no campo da comunicação.

Tem vários projetos em andamento, entre os quais Formação do Campo Intelectual e da Indústria Cultural no Brasil Contemporâneo, que investiga as transformações decisivas por que passou a história social da cultura brasileira, fazendo o por meio de uma confluência temática original. Empreender uma história crítica da cultura brasileira desde o século XIX até o presente, e para tanto buscar as conexões entre surtos estratégicos de produção cultural erudita e a expansão de setores dinâmicos da indústria cultural: de um lado, a modelagem dos intelectuais no Império e a literatura dos viajantes, o romance social, os intelectuais comunistas, a dramaturgia, a vanguarda literária e artística em perspectiva comparada; de outro, as mudanças na imprensa, no setor editorial, e na mídia audiovisual. O alvo deste projeto é a inteligibilidade das condições que presidiram o processo de autonomização de um campo de produção cultural no país, com base na análise seletiva de experimentos chaves dessa história.

Em andamento, sob a coordenação de Sérgio Micelli, traz também Maria Arminda do Nascimento Arruda, Marcelo Siqueira Ridenti, Lília Moritz Schwarcz, com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – Cooperação.

A se destacar a grande contribuição da homenageada à análise e crítica do cinema.

## O Brasil antenado

O livro de Esther Hamburger inicia-se tratando do famoso, trágico e muito explorado caso Daniela Perez, numa consistente crítica.

Em seguida, observa-se a divisão do livro em segmentos, os quais são nomeados pelos aspectos que em cada um deles é discutido. Entenda-se: cada capítulo relaciona-se ao outro de modo que o livro forma um todo que dá conta de numerosos e importantes aspectos da telenovela, cuja discussão, no âmbito acadêmico, havia se iniciado na Universidade de São Paulo, no Centro de Estudos de Telenovela do Departamento de Comunicações e Artes, pelos idos da primeira metade da década de 90. Ainda em fase de construção do seu prestígio enquanto objeto de pesquisa, podemos perceber a importância do aparecimento deste livro, tratando de maneira científica primorosa esse objeto, ainda humilhado.

Os capítulos foram assim nomeados 1. A especificidade da indústria televisiva brasileira; 2. Mecanismos de interlocução mediada: criação e pesquisa; 3. Consumidores e telespectadores: interseção e disjunção; 4. Brasil, país do futuro: novelas dos anos 70 e 80; 5. Diversificação e novela de intervenção: dos anos 1990 em diante; 6. Novela, política e intimidade: a construção da realidade. Destaque-se que em cada um dos capítulos temos novelas que são comentadas e criticadas, levando-se em consideração o contexto sócio-político-econômico. Embora o maior percentual das novelas apresentadas tenha sido veiculado pela Globo, a maior e mais competente produtora de telenovela, não deixam de ser analisadas Beto Rockfeller, da Tupi e Pantanal, da Manchete.

A formação acadêmica diversificada da autora, que nos preocupamos em mostrar, permite que o trabalho apresentado seja multi e transdisciplinar, com um texto reflexivo resultado dessa postura e naturalmente (se assim posso dizer) construído. A escrita flui agradavelmente de maneira clara, passível de amplo entendimento por várias camadas de interessados: pesquisadores, professores, profissionais, alunos, entre outros.

Também a se destacar a apresentação da pesquisa: não um relatório frio e distante, mas, percebe-se (o que é altamente positivo), o envolvimento do pesquisador; também não aquele trabalho científico dividido em duas partes: a teórica e a empírica, tão comum entre os que elaboram a redação de seus trabalhos científicos e sim os capítulos fluindo na junção desses dois importantes lados.

Procuramos mostrar alguns aspectos tratados neste livro.

I – O fato de o sucesso da telenovela estar ligado ao conhecimento detalhado dos hábitos cotidianos dos “cidadãos consumidores”, termo utilizado

por Hamburger e de filiação a Nestor Garcia Canclini. É esse conhecimento, realizado através de pesquisas de audiência, que vão determinar o valor das atividades comerciais das emissoras, base de suas tabelas de preço. Essas pesquisas produziram série de que alimentam o Departamento de Programação da emissora, formando a base do chamado “padrão Globo de qualidade”.

II – A opção pela classe “C” na televisão em geral e na Globo em particular é antiga, não advém da chamada nova classe média. Isso porque, sendo a televisão uma indústria (e nosso modelo de televisão é o comercial) ela sempre foi a classe mais significativa, pois sempre representou a porção maior da população brasileira, além de consumirem mais que membros de outras classes. Os produtos consumidos são diferentes, é claro, têm padrão adequado à possibilidade financeira dos membros desta classe, mas a somatória da quantidade de pequenos valores em geral ultrapassa os grandes valores dos objetos adquiridos pelas classes B e C, no que se refere aos produtos divulgados pela indústria cultural. Pesquisa sobre a telenovela *Rebelde*, realizada por Fernanda Budag (*Comunicação, recepção e consumo: suas inter-relações em Rebelde – RBD*, defendida em 2008 no mestrado da ESPM), demonstra com clareza o afirmado: os consumidores dos produtos de *Rebelde* (canetas, figurinhas, etc.) eram os telespectadores de classe C. As classes mais “abonadas” adquiriam, por ex., celulares, em bem menor quantidade<sup>2</sup>.

III – A preocupação com a “verossimilhança”, que inclui extensos e intensos laboratórios, acaba por assemelhar-se à “pesquisa de campo”, especificamente a et-

- 
2. Agora, adentramos diretamente no mundo do consumo material de *Rebelde-RBD* e seu sucesso, suas vendas (do lado de quem produz), suas compras (do lado de quem consome). As projeções indicavam que a marca *Rebelde* poderia movimentar até R\$ 80 milhões ao final de 2006. Neste mesmo ano, sem considerar o Natal, grande número de produtos de *Rebelde* foram vendidos: “400.000 bonecas *Baby Brink*, 40 milhões de figurinhas da *Panini*, 10 milhões de revistas e pôsteres da *OnLine Editora* e 350 milhões de chicletes da *Riclan*, por exemplo.” E há muitos outros produtos, que vão de cadernos, pastas e demais 59 artigos de papelaria, passando por roupas, roupa de cama, tênis, sandália, bijuterias e mochilas, até o setor de eletrônicos, com aparelhos de *mp3 players*, celular, câmera digital e *lap top*. Com certeza há muitos outros produtos não mencionados aqui e ainda mais dezenas de outros produtos no mercado paralelo – “produtos piratas” – que saturaram e continuam saturando as lojas. A rede de restaurantes *fast food Giraffas* lançou o *Trio RBD*, produto focado no público infantojuvenil, composto de sanduíche, porção de fritas e refrigerante. O sucesso da marca Televisa nesses produtos deu impulso à Globomarcas.

nografia. Esses laboratórios levam atores e atrizes a viverem as situações sociais presentes nas narrativas. Esther Hamburger relembra que “Patrícia Pillar fez um estágio entre trabalhadoras sem-terra para formatar sua personagem em *O Rei do Gado*. Pesquisadoras da equipe de *Malu Mulher* levantaram dados para cenários e figurinos do seriado com universitárias campineiras, classificadas como tipos de “esquerda””.

E conclui: “a combinação de metodologias quantitativas e qualitativas de pesquisa é tecnicamente sofisticada: no entanto, ela constrói a imagem da audiência a partir de informações detalhadas sobre um segmento limitado de telespectadores”. (p. 61).

IV – O conto “Corações solitários”, de Rubem Fonseca, em tom irônico, permite pensar as noções estereotipadas vigentes nos meios de comunicação, especialmente no que se refere a repertórios definidos como “femininos” e de classe. Sugere que o editor não só se identifica com o universo que ele descreve de maneira pejorativa como chega mesmo a manter, com pseudônimo, uma interlocução verdadeira com o colunista-narrador. Isso “corrobora a ideia de que opacidade e mal-entendidos, e não transparência e compreensão, marcam as relações dos meios de comunicação com o seu público. p. 63.

V – Tudo indica que os homens começaram a assistir à novela com *Irmãos Coragem*, de Janet Clair, de 8 de junho de 1970 a 12 de junho de 1971, com 328 capítulos. Foi considerada um *western* brasileiro, conforme definição da revista Intervalo, e foi o primeiro grande sucesso da emissora. Esther Hamburger acrescenta: “a explicação não esclarece, no entanto, por que, depois de terminada *Irmãos Coragem*, o público masculino permaneceu ligado às novelas, que não repetiram a referência ao *western*”. (p. 65). Tanto que “pesquisa etnográfica sugere que os telespectadores concordam com a definição industrial que classifica a novela como programa feminino. No entanto, embora os homens que participaram da pesquisa – realizada simultaneamente em três regiões diferentes do país – não considerassem as novelas como seu programa preferido, assistiam o suficiente para estar informados sobre a trama e os personagens. O acesso às relações dos homens com as novelas não é tão direto quanto o das mulheres. Eles hesitam em revelar seu conhecimento sobre o tema”. (p.66)

VI – Esther Hamburger lembra que o universo diegético das novelas reproduz a escala social imaginada pelos pesquisadores de mercado, no entanto ela aparece para os telespectadores como representação verossímil da sociedade brasileira. Ela é dos raros produtos culturais consumidos por todas as classes sociais, mediando diferenças. Assistir à novela diária ou eventualmente indica que “se está desempenhando um ritual compartilhado por milhares de outros telespectadores”. (p. 73).

VII – Remetendo-nos à história das telenovelas. Hamburger lembra que “a primeira modificação nesse modelo de produção se deu quando a recém-inaugurada TV Globo, sob a direção de Walter Clark, montou um departamento de produção de novelas dentro da própria emissora, rompendo com a organização da produção que deu nome às *soap operas* norte-americanas e iniciando o modelo verticalizado, até hoje em vigor. A cubana Glória Magadan (Itirrioz) saiu da Colgate/Palmolive em Cuba, quando da Revolução Cubana, para dirigir esse departamento, cujas produções teriam elevado sensivelmente a audiência da nova emissora. Magadan permaneceu na Rede Globo somente até 1969, quando os cenários remotos e os nomes estrangeiros de seus personagens foram condenados em favor de um estilo mais “realista”, centrado no Brasil, que encontrou forte expressão no trabalho de Janete Clair, sob direção de Daniel Filho”. (p. 84-85).

E Hamburger continua a história. Transcrevemos:

VIII – “Dois anos depois de *Irmãos Coragem*, em 1972, Janete Clair escreveu *Selva de Pedra*, uma das novelas mais populares produzidas pela Rede Globo. Devido à sua popularidade, essa novela foi a primeira a ser reexibida, em forma compacta, em 1975, quando a primeira versão de *Roque Santeiro* foi censurada e enquanto a emissora não produzia um novo título. *Selva de Pedra* foi também regravada, em cores, em 1986. p. 97. *Selva de Pedra* conta a trajetória de um *outsider*, um caipira que vem conquistar a metrópole, uma trama que estava presente, em outros termos, em *Irmãos Coragem*. Na primeira versão de *Selva de Pedra* a história começa apresentando o conflito entre dois irmãos; um rico e poderoso, armador carioca, o outro pobre, pregador fanático, leva a família a uma vida errante de dedicação à causa sagrada em pequenas cidades do interior”. p. 98.

IX – A nova etapa das novelas, mais contemporâneas, permite uma interação maior com a audiência, a qual se apropria de elementos da narrativa, como roupas, cortes de cabelo, eletrodomésticos, marcas de carro etc. “Em vez de figurinos de época que aludem a tempos e lugares remotos, a novela afirma, expressa e pauta o aqui e agora. Carros, trens, aviões e helicópteros expressa um senso de mobilidade relacionado à fluidez da vida contemporânea, disponível na tela da tevê às hordas de populações migrantes”. p.100

X – Assim, a novela passa a ser considerada um “sistema” perfeitamente integrado à economia do informe publicitário, uma vez que se viabiliza como uma vitrina privilegiada, “capaz inclusive de gerar selos e marcas próprias”. “Atores lançam grifes de roupas como forma de transformar em recursos financeiros sua popularidade e garantir estabilidade e independência. Emissoras lançam gravadoras e discos especializadas em produzir as trilhas sonoras que as novelas

promovem diariamente meses a fio. A regra no comercial, no jornal, na ficção, a regra do universo do espetáculo é manter-se no ar. Enquanto um produto está no ar, ele chama a atenção e pode circular mais. Referências cruzadas, em espaços diferentes, aumentam a credibilidade do produto, seja ele um produto audiovisual ou de outra natureza”. p. 100

Pelo pouco que se vê, o livro é mesmo muito rico em temáticas para discussão da teleficção. É um “clássico muito atual”, como se vê. Termino com a citação sobre consumo:

“O consumo associado à novela é carregado de significados. Trata-se de um consumo vinculado à atualização cotidiana do “contemporâneo”, sucessivamente reiterada nos anos seguintes e que representou de maneira verossímil e convincente o sonho brasileiro de se tornar ‘o país do futuro’.” (p. 100).



# 14.

## Palavras, Meios de Comunicação e Educação

Ana Luisa Zaniboni Gomes<sup>1</sup>  
Oboré Comunicações

CITELLI, Adilson. **Palavras, meios de comunicação e educação**. São Paulo: Cortez, 2006.

*Palavras, Meios de Comunicação e Educação*, de Adilson Citelli, foi lançado pela Cortez em 2006. Com 288 páginas, a obra está dividida em onze tópicos onde o autor observa, reflete e dialoga conosco sobre a força da expressão verbal agindo no cotidiano e no mundo simbólico dos meios de comunicação, hoje predominantemente marcados pela profusão e riqueza da linguagem multimídia.

Consta do livro o “Verbetário de termos novidadeiros” – fruto de tarefa de meses a que se dedicou o autor de recolher palavras, expressões e sintagmas –

---

1. Ana Luisa Zaniboni Gomes, jornalista, doutoranda em Comunicação, ECA/USP, diretora presidente da Oboré Comunicação.

termos estes criados, recontextualizados, ressignificados ou mesmo dessignificados e postos em circulação pelos *media*.

O prefácio ficou sob cuidados da professora de muitos de nós, Maria Aparecida Baccega. É de seu texto sempre tão afinado e generoso que pego emprestado um parágrafo revelador da essência desta obra. Baccega diz, com inigualável precisão:

“O autor considera que a linguagem verbal – a palavra em interação de mão dupla com a cultura – compondo códigos complexos que ajudam a promover um novo *sensorium* tem, ainda papel fundamental, mesmo em uma sociedade que parece toda ela ancorada na imagem”.

De fato, ao indagar sobre as andanças das palavras pelos meios de comunicação, Adilson Citelli demonstra como a linguagem verbal continua desempenhando papel determinante nas relações intersubjetivas, na constituição das sociabilidades, nas manifestações emotivas, nas experiências cognitivas e nos processos que irão resultar na própria construção de muitos produtos visuais que nos cercam: televisão, rádio, jornal, internet, híbridos ou multiplataformas.

Adilson Citelli é professor Titular junto ao Departamento de Comunicações e Artes aqui da ECA e docente dos programas de graduação e pós-graduação, onde ministra cursos e orienta dissertações e teses nas áreas de Comunicação e Linguagem.

Dentre seus principais livros publicados estão: O texto argumentativo (Scipione, 1994); Linguagem e persuasão (Ática, 1994); Ensinar e Aprender com textos (org., Cortez, 1997); Outras linguagens na Escola (org., Cortez, 1999); Comunicação e educação: a linguagem em movimento (Senac, 2000); Educação – Construindo uma nova área de conhecimento (org. com Cristina Costa) e Educomunicação – Imagens do professor na mídia (org.), ambos pela Paulinas nos anos de 2011 e 2012, respectivamente.

Para a breve apresentação deste livro, em especial, vou à procura das palavras do próprio autor para destacar alguns tópicos que a mim me parecem essenciais em sua obra, já que são preocupações recorrentes de um intelectual, pesquisador, formador e cidadão. São aspectos que conceituam, relacionam e inter-relacionam linguagem, discurso, produção de sentido, comunicação, educação, formação, transformação e cidadania.

Buscamos neste livro enfatizar questões referentes ao plano verbal. Preocupamo-nos, pois, de modo mais direto com o mundo das palavras, frases, locuções, jargões, símiles, estereótipos que emergem nos discursos verbais enunciados nos ou através dos veículos de comunicação. Trata-se, assim, de perseguir um conceito de campo de significação que, ao assentar-se na

recuperação das estruturas linguísticas, o faz segundo as condições particulares de produção e circulação delas.

Existe importante tradição nos estudos de linguagem que pensa a ordem dos sentidos a partir de trocas, fluxos, negociações entre interlocutores, nos circuitos que ligam destinadores e destinatários ou enunciadores e enunciatários. O sentido não é, neste caso, categoria abstrata, pré-dada, mas decorre de mediações que combinam múltiplos e variados elementos de natureza cultural, social, etária.

Ao que tudo indica, as unidades discursivo-verbais, quando ampliadas e postas em movimento pela televisão, rádio, internet, não apenas são realinhadas tendo em vista determinados suportes técnicos, mas suscitam, tanto por parte da produção como das audiências, leitores, espectadores, novas reflexões e entendimentos.

O nosso objetivo não é descrever os fenômenos da língua, tendo por parâmetro a dimensão gramatical deles. Tampouco nomear metalinguisticamente palavras, locuções ou frases. Pretendemos, antes, identificar nas construções discursivo-verbais as lógicas que as orientam, os procedimentos que desenvolvem, os modos de se inserirem nos circuitos comunicativos, os alcances pragmáticos que buscam.

O lugar de onde falamos vincula-se, de forma direta, aos estudos comunicacionais e, dentro deles, procura entender os constituintes linguísticos como instâncias singulares que permitem e censuram, dizem e calam, promovendo, pelo jogo da linguagem, a construção dos sentidos.

Em suma, pensamos a palavra em suas relações contextuais, discursivas, reconhecendo que as enunciações verbais ganham singularidades quando postas em circulação pelos *media*. Por este ângulo, o substantivo palavra deve ser lido de forma metonímica, ou seja, como expressão do sistema discursivo que suporta a linguagem verbal.”

O que Adilson Citelli nos propõe é pensar sobre o turbilhão de informações no qual estamos mergulhados, sobre os *media* e dispositivos que igualmente nos aciona, em todo e qualquer instante, de forma direta, cruzada, mediada, subliminar.

Este é o tom de nossa época. Talvez, o espírito do nosso tempo. Na opinião do professor, o problema já não é mais o vínculo com o exagero, o desmedido deste cenário contemporâneo, porque uma vez acionado por cada um de nós um critério qualquer de escolha, muito provavelmente esse desmesurado viesse a representar, apenas, um barco desgovernado em busca de um porto seguro.

Pois bem, diz ele: “superar a condição reificada da informação, o dado feito coisa, para buscar o conhecimento e a efetiva comunicação, implica passar pela ponte da interpretação. Neste aspecto, conhecimento e compreensão animam um mesmo campo semântico.”

Este trânsito, contudo, não é mágico nem simples.

Para o professor, a construção dos esquemas compreensivos, interpretativos e a ativação das sensibilidades para as linguagens da comunicação têm, na educação pensada em seu sentido amplo e exercitada em ambientes formais, informais e não formais, lugar de relevância.

Por exemplo: Uma de suas propostas para repor as coisas em seus lugares aponta para a necessidade de aprofundar os mecanismos educativos trabalhando o tema da circulação da palavra mediática pelos ambientes escolares. Dedicada, neste livro, um capítulo inteiro a esta temática. Isso porque formar um repertório crítico acerca do discurso circulante nos meios de comunicação é, de fato, contrapor-se ao monopólio que resulta na renúncia da interpretação.

E, por último, apenas para salientar o quanto é importante não renunciar à interpretação, trago duas singelas citações:

- A primeira é a frase que fecha este livro:

“As palavras, postas em circulação *nos e pelos* meios de comunicação, graças à sua enorme capacidade de produzir significados, velam e desvelam, constituem e restringem: como num baile de máscaras cobrem, recobrem e descobrem”.

- E a segunda é retirada do livro “Confesso que vivi”, de Pablo Neruda, onde o poeta fala de sua adoração pelas palavras. O texto chama-se justamente *A palavra*, de onde extraí apenas um trechinho.

“Tudo está na palavra... Uma ideia inteira se modifica porque uma palavra trocou de lugar, ou porque outra se sentou como uma rainha dentro de uma frase que não a aguardava mas que a obedeceu. As palavras têm sombra, transparência, peso, penas, cabelos, têm de tudo o que lhes for agregado de tanto passarem pelo rio, migrarem de pátria, de tanto serem raiz. [...] Tudo está na palavra...Muito obrigada.

# 15.

## Censura em Cena – Cristina Costa

Barbara Heller<sup>1</sup>

UNIP – Universidade Paulista

COSTA, Cristina. **Censura em cena**. São Paulo: Edusp, 2006

“Tudo que fecha, eu abro”. Essa frase, dita por um chaveiro, há poucos anos, quando tive minha casa invadida, a porta arrombada e as fechaduras jogadas ao chão (felizmente durante minha ausência) veio à minha mente assim que comecei a escrever esse texto, um comentário sobre a obra *Censura em cena*, de Cristina Costa.

- 
1. Docente do Mestrado e Doutorado em Comunicação da Universidade Paulista (Unip), doutora em Teoria Literária pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e pós-doutora em Comunicação pela Universidade Metodista. Atualmente realiza Pós-Doutorado na ECA-USP, com projeto vinculado ao Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (Obcom). E-mail: b.heller@terra.com.br

Mas antes de me debruçar sobre essa tarefa propriamente dita, me permito fazer algumas tergiversações, motivadas por essa memória recente. Confesso que assim que ouvi aquela frase, embora impactada pela enorme quantidade de coisas que teria de voltar a colocar no lugar, mais do que cansada, me senti muito vulnerável. Aprendi, talvez tardiamente, que segredos de chaves ou sistemas de segurança domésticos são facilmente decifrados por um profissional como um chaveiro e principalmente por ladrões, mesmo os desqualificados.

Mas, ao mesmo tempo, também me revelou um outro sentido, bem menos literal: que por mais que existam sistemas fechados, opressivos e autoritários, é possível abri-los. Para isso, não é necessário ter uma expertise ou ferramentas, mas engajamento político (o que, certamente falta aos assaltantes) e, acima de tudo, coragem.

O medo, a contraparte da coragem, é parte constituinte da natureza humana. É ele que nos protege de decisões ou de atitudes que podem colocar nossas vidas em risco, mas, ainda assim, milhares de pessoas, em todo o mundo, diariamente, se expõem nas ruas, nos livros, nos manifestos, nas delegacias de polícia, nas prisões contra um poder hegemônico. Nem sempre ele é visível, mas me arrisco a dizer que quando se trata de derrubar um governo que se torna incômodo para os grupos sociais com influência na conjuntura nacional e internacional, ele ganha contornos bem nítidos e bastante personalistas; o poder se transforma no próprio sujeito que, por meio da violência e da imposição do medo, assume a posição de comando de toda uma nação.

Só no último século, a história registra muitos golpes de estado nos mais variados continentes. Ficarei apenas em um exemplo, o golpe chileno, uma vez que aquele país completou, há poucos dias (em 11 de setembro), 40 anos do golpe militar (1973-1990), ao longo do qual morreram mais de 3200 cidadãos e cerca de 32 mil pessoas foram torturadas. (TERRA, 2013)

Em uma das várias matérias publicadas na mídia sobre essa data, chamou-me a atenção a escrita por Lígia Mesquita, publicada em 12 de setembro de 2013, na *Folha de S. Paulo*, intitulada “Livro conta dificuldade de fotógrafos para trabalhar no Chile de Pinochet”.

Nela, encontramos o relato, corajoso, de um desses profissionais, Claudio Perez, que na época tinha apenas 15 anos e testemunhou um colega de 19 ser preso e queimado vivo ao registrar um protesto na periferia em Santiago. Apesar do pânico que começou a desenvolver a partir de então, não desistiu de continuar fotografando e contou à repórter que “algo me dizia que eu tinha que continuar para que coisas assim não acontecessem mais”. (Folha de S. Paulo, 12 set. 2013. Caderno Mundo. A 18).

São os Claudios Perez dos anos 70, além dos estudantes, trabalhadores, ambientalistas e indígenas, que desde 2011 fazem manifestações nas ruas, que permitem que atualmente o Chile faça uma revisão do legado da ditadura, corrija a Constituição e repense a economia.

O Brasil de 1985 em diante, com o fim da ditadura militar, não existiria se também não tivesse tido homens e mulheres que combateram o próprio medo, foram às ruas para derrubar um regime imposto à força, que ameaçava as liberdades de expressão e individuais, entre outras arbitrariedades.

É dessa longa trajetória contra a censura e seus opositores corajosos que trata o livro de Cristina Costa. Essa obra traz os primeiros resultados científicos, sociológicos e históricos da pesquisa iniciada em 2001, ano em que a autora, então recém-nomeada Presidente da Comissão de Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes, na Universidade de São Paulo, tomou ciência de que numa sala contígua estavam guardados, desde 1988, ainda em “estado bruto”, os processos de censura prévia ao teatro de 1937 a 1970, resgatados do Departamento de Diversões Públicas do Estado de São Paulo pelo professor, autor, poeta e dramaturgo Miroel Silveira.

Posso dizer, sem nenhuma hesitação, que a autora do livro é uma pesquisadora corajosa e generosa pois, em 2002, apenas um ano depois dessa descoberta, transformou seu projeto individual de pesquisa sobre esses documentos em um projeto temático, **A censura em cena**, com a participação das Profas. Dras. Mayra Rodrigues Gomes e Rosely Fígaro, com financiamento da Fapesp e apoio de bolsas de iniciação científica do CNPq. A partir desse momento, os 6.187 processos censórios, antes mal acomodados, não só migraram para a sala que hoje é climatizada, como ganharam novas capas, foram classificados e estão à disposição do público. Nasceram, assim, o arquivo Miroel Silveira e o NPCC – Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Censura – recentemente transformado em Obcom – Observatório de Comunicação, e Liberdade de Expressão e Censura. Não fosse a iniciativa da autora, talvez hoje não estaríamos escrevendo livros e artigos sobre censura, talvez nem nos conhecêssemos como parceiros de papel e tinta, de congressos nacionais e internacionais e, pior ainda, talvez não pensaríamos que a censura, na contemporaneidade, ainda é praticada, mas de maneira mais disfarçada e híbrida.

Tudo isso que elenco rapidamente é para mostrar que a inclusão do livro **Censura em cena**, publicado em 2008, nesse ciclo de conferências sobre os Cinquenta anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo, com apoio da Fapesp e da Intercom, foi mais que acertada. Ele foi nada menos que o início de uma série de publicações acadêmicas que contextualizou

e problematizou “o custo do arbítrio que incidu sobre a nossa produção artística, mutilando obras, descontextualizando-as, impedindo o amadurecimento artístico do público e disseminando a autocensura” (COSTA, 2008, p. 24).

Embora os documentos que serviram de inspiração e de fonte de pesquisa fossem os processos de censura prévia ao teatro em São Paulo entre 1930 e 1970, a análise de Cristina Costa abarca um recorte temporal mais amplo: seu ponto de partida é o século XIX, especialmente o período imediatamente seguinte à proclamação da Independência do Brasil. Isso quer dizer que o rigor metodológico da autora corresponde ao de historiadores como Michel de Certeau e Jacques Le Goff, para quem o passado é condição fundamental para se entender o tempo presente e tecer projeções para o futuro.

Já é consenso entre os que estudam o Brasil que a cultura portuguesa imposta desde o momento em que fomos oficialmente descobertos não só tentou eliminar qualquer vestígio das crenças, línguas e costumes dos indígenas, nossos primeiros habitantes, como também introduziu a prática da censura. Segundo a autora “foi fácil adaptar para a regulamentação do campo artístico práticas arbitrárias com as quais se costumava defender a religião e os interesses lusitanos. A passagem, portanto, de rotinas de controle, fiscalização e demonstrações de poder do Período Colonial para o Império se deu sem resistência [...]” (COSTA, 2008, p.52)

O crescimento da cidade do Rio de Janeiro, o desenvolvimento e diversificação do teatro e a ação fiscalizadora da polícia, já que ainda não havia uma instituição específica para a censura, são alguns dos temas tratados no primeiro capítulo do livro.

Adotando a terminologia do teatro, a autora subdivide o período seguinte, o republicano, em três atos, cada um correspondendo a um capítulo: o primeiro, sobre os anos 20, a semana de arte moderna em São Paulo e o decreto de 1900, que “deveria inspecionar as associações públicas de divertimento e recreio [...] como também a segurança dos espectadores”. (COSTA, 2008, p. 80).

O segundo, sobre a ditadura populista de Getúlio Vargas (1937-1945), época em que regimes totalitários explodiram e que o mundo se dividiu entre capitalistas e comunistas. Esse é o momento da história política brasileira que, com algumas aproximações, coincide com os primeiros documentos que fazem parte do arquivo Miroel Silveira. Faço essa observação para reforçar a importância da contextualização dos momentos que precederam o golpe do Estado Novo, sem os quais as análises dos pedidos de censura prévia certamente ficariam mais esgarçadas. Ou, em outras palavras: as 93 páginas iniciais do livro são fundamentais para a compreensão de toda a cultura censória que ainda hoje permeia a sociedade brasileira.

Ainda é nesse capítulo que se encontra a informação de que, em 1939, Getúlio Vargas criou o famigerado Departamento de Imprensa e Propaganda,

[...] um megaórgão [...] que acumulava funções de propaganda, publicidade, informação, documentação e pesquisa, publicações, promoção de cultura em escolas e quartéis, controle e fiscalização de espetáculos, censura prévia de jornais e diversões públicas, [...] produção e distribuição de filmes. (COSTA, 2008, p. 105).

Em 1940, o DIP acumulava 53 serviços diferentes. Coube a Lourival Fontes o cargo de diretor geral e mentor do órgão até 1942. O DIP, nessa época, foi organizado em 05 divisões: Rádio, Turismo, Imprensa, Cinema e Teatro. Ainda no mesmo ano o DIP teve seu poder ampliado e foi instalado em cada estado do país, dando origem ao Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda (DEIP). De 1939 a 1968, 6.187 processos de submissão de espetáculos teatrais à censura prévia foi realizada pelo DEIP; o próprio arquivo do Miroel Silveira.

O DIP foi extinto em maio de 1945, com a proximidade do final da guerra, mas foi transformado, no mesmo ano, no Departamento Nacional de Informação (DNI); o DEIP por sua vez, tornou-se o Departamento Estadual de Informação (DEI). É assim que começa o terceiro capítulo, ou terceiro ato, que tem por subtítulo “A censura entre ditaduras”.

Em 1946, o DNI deixa de existir e no seu lugar é criado o Serviço de Censura de Diversões Públicas (SCDP) que, apesar de exercer ainda função censória, confere mais liberdade apenas à imprensa e à publicação de livros. As diversões públicas, no entanto, continuavam sob o mesmo rigor e eram avaliadas pelos censores que nada mais eram que os antigos agentes da Polícia Especial da Polícia Civil do Governo Federal.

Nessa mesma época, o teatro brasileiro tomava consciência de seu papel de espaço de reflexão da sociedade, entre várias razões, pela vinda de imigrantes que deixaram a Europa durante a Segunda Guerra, como Ziembinski, que chegou ao Rio de Janeiro em 1941. A primeira peça que dirigiu foi *Vestido de Noiva*, do ainda desconhecido Nelson Rodrigues.

Em 1950 surge o Teatro Brasileiro de Comédia, o TBC, que ajudou a projetar Cacilda Becker, Nydia Licia, Paulo Autran, Sergio Cardoso, entre vários atores. Com sua fundação, o teatro começa a deixar seu lado improvisado para se tornar profissional e estável. Nascem, também nessa mesma

época, outras companhias teatrais, como a Companhia Nydia Lícia, a Companhia Maria Della Costa, para citar apenas duas.

Mas, à medida que o teatro se fortalece, a censura dos anos 1950 aos 1960 também endurece e, para evitar confrontos, muitos autores passam a se autocensurar. Alguns setores da sociedade, no entanto, são ainda mais conservadores que a própria censura. Em 1957, para citar um exemplo, a peça *Perdoa-me por me traíres*, de Nelson Rodrigues, apesar de ter sido liberada para maiores de 21 anos, foi integralmente censurada, depois de o governador de São Paulo, Jânio Quadros, ceder à pressão de um abaixo-assinado com muitos milhares de assinaturas. Esse processo, um dos mais volumosos do arquivo Miroel Silveira, mostra que a censura não era apenas uma ação do estado, mas uma resposta a determinados segmentos da sociedade.

Por outro lado, alguns autores lançavam mão de estratégias para driblar a censura, ora escrevendo por metáforas, ora colocando mais palavras que o necessário, “apenas para dar ao censor o que cortar” (COSTA, 2008, p. 145), ora evitando assuntos “espinhosos e conflitivos”.

1968 é um ano que não só levou os estudantes às ruas, mas também alterou a organização da censura: ela deixou de ser estadual e foi encampada pela polícia federal.

O quarto capítulo pormenoriza mais os anos 50 e trata desde o suicídio de Vargas até o governo JK. Nessa época o recém-criado Teatro de Arena e a chegada de Augusto Boal dos Estados Unidos conferem à vida teatral nova mentalidade e vitalidade. Em 1958 o Arena estreia *Eles não usam Black tie*, de Gianfrancesco Guarnieri e *Chapetuba futebol clube*, de Vianinha. Os textos, em sua maioria, eram de brasileiros e, “os estrangeiros, passavam por um processo de “nacionalização”.” (COSTA, 2008, p. 162). Na década de 60, o Arena adota o gênero musical e encena *Arena conta Zumbi* e *Arena conta Tiradentes*.

O Teatro Oficina começa suas atividades em 1958 e combate a elitização do teatro e o glamour dos artistas. Para seu diretor, até hoje ativo, José Martinez Corrêa, o teatro era o resultado de um esforço coletivo. *O rei da vela*, texto de Oswald de Andrade, é encenado em 1967 e repercutiu nacional e internacionalmente.

O quinto capítulo, como sugere seu título, *Anos de Chumbo*, trata sobre os 21 anos da ditadura militar, ao longo dos quais, segundo Élio Gaspari, citado por Cristina Costa, 5 mil pessoas foram presas imediatamente após primeiras semanas do golpe e “levas de brasileiros se exilaram ou foram exilados” (COSTA, 2008, p. 180). Nesse contexto político, foi criado, em 1964, pelo General Golbery de Couto e Silva, o Serviço de Informação (SNI), que realizava escutas telefônicas, gravações, controlava estações de rádio, jornais etc.

O SNI, juntamente com o Conselho de Segurança Nacional (CSN),

reprimia as organizações de esquerda, as passeatas, perseguiram os dissidentes e inibiam a produção artística e cultural do país. Quatro reitores de universidades estaduais foram depostos, centenas de professores universitários foram impedidos de lecionar. No entanto, apesar da repressão, os artistas brasileiros não se intimidaram. Em 1965, estreia o já comentado *Arena Conta Zumbi*, de Augusto Boal e Gianfrancesco Guarnieri que, por meio de metáforas, tematiza as diferentes formas de opressão, as desigualdades sociais e a luta de classes.

*Roda Viva*, de Chico Buarque, além dos textos de Plínio Marcos, como *Navalha na carne*, *Homens de Papel* e *Quando as máquinas param* também estreiam nessa época.

Os festivais de música também acontecem nessa época e o público se dividia entre os que apoiavam a luta contra a ditadura e os conservadores e moralistas.

Apesar de todo o aparto repressivo, só em 1967 mais de quarenta filmes são realizados no Brasil; peças que eram censuradas transformavam-se em sucesso imediato quando liberadas.

Em 1968, cria-se o Conselho Superior de Censura (CSC) que, apesar de ter caráter censório, foi o mecanismo que permitiu aos artistas entrar com recursos para liberar suas peças, o que ocorreu inúmeras vezes.

A partir de 1968 a censura é federalizada e é quando é interrompido o período coberto pelo Arquivo Miroel Silveira. Os dois últimos processos que lá se encontram são uma comédia de costumes, *A Virgem psicodélica*, de Leslie Stevens, e um teatro de revista, *O mundo está fervendo*, de Alberto Vinar.

No entanto, o livro não se encerra com essa informação. Ao contrário, os três últimos capítulos são talvez os mais instigantes, uma vez que não só reproduzem trechos dos entrevistados – entre censores, críticos de teatro, autores e atores – como ainda informam os motivos pelos quais muitos escolheram trabalhar para a censura. Chamou-me a atenção o depoimento de Anna Maria Winter que, viúva de um secretário de Adhemar de Barros, viu nessa carreira a possibilidade de conseguir se manter e aos seus filhos.

Só depois de 1970 é que os censores precisaram prestar concurso público; antes, bastava uma indicação política.

Essa profissionalização do censor certamente colaborou para que os cortes impostos nos textos teatrais obedecessem a critérios mais estáveis, configurando quatro grandes preocupações censórias: censura moral (veto a palavrões e a cenas atentatórias ao pudor); censura política (veto a insinuações ao Brasil ou aos países inimigos politicamente); censura religiosa (veto a referências sobre religião e sobre a Igreja Católica)

e censura social (veto a assuntos e temas relacionados a racismo, xenofobia etc.).

Não poderia me encaminhar ao final de meu texto sem mencionar que, graças ao rigor da pesquisa, a autora conclui que, entre as palavras mais vetadas de cunho moral estão, em primeiro lugar, “amante”, seguida de perto por “puta” e “merda”. (COSTA, 2008, p. 233). Jogos de palavras, muito frequentes no teatro-revista ou no circo-teatro também são vetadas, como “Mi em cima de Si sem Dó”, da revista de Luiz Felipe Guimarães ou “Quem não leva o Roquete, leva o Pinto”, da revista de Olindo Dias Corneto (COSTA, 2008, p. 236).

É a partir da página 262 à 267, as que encerram o livro, que se encontra ainda um dos vários pontos altos da pesquisa, quando a autora conclui que a censura trouxe prejuízos para a sociedade e os analisa, pormenorizadamente: 1. “A censura faz aumentar o respeito e a consideração pelo artista estrangeiro e enfraquece a produção nacional”; 2. “A censura homogeneiza e pasteuriza a produção artística”, pois o corte de palavras ou troca de expressões enfraquecem conflitos e abrandam paixões; 3. “A censura prejudica os menores, os amadores, os alternativos: o poder torna-se sempre mais frágil o artista iniciante que acaba desistindo de resistir sozinho; 4. “A censura acovarda o artista: os castigos que a censura infringe ao artista causam males indelévels a seu caráter e à sua personalidade”; 5. “A censura, como toda forma de coerção, não encontra limites”.

Apesar de tantos atos censórios, que tiveram início ainda no século XIX, o teatro brasileiro sobreviveu a toda violência, física, política e moral e colaborou para abrir sistemas opressivos e fechados. Diretores e autores desafiaram o próprio medo e continuaram sua arte, contrariando os interesses da elite. Porém, como afirma Cristina Costa, no último parágrafo do livro, embora isso tenha custado perdas irreparáveis, o teatro pôde, finalmente, dizer: o rei está nu!”.

## Referências

COSTA, Cristina. **Censura em cena**; teatro e censura no Brasil. São Paulo: Edusp, Fapesp, Imprensa Oficial, 2008.

MESQUITA, L. Livro conta dificuldade de fotógrafos para trabalhar no Chile de Pinochet. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 12 set. 2013. Mundo, A18.

TERRA. **Chile:** golpe militar de Pinochet contra Allende completa 40 anos. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/mundo/america-latina/chile-golpe-militar-de-pinochet-contrallende-completa-40-anos,9d7c764f6f901410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>> Acesso: 12 set. 2013.



## 16.

# Um olhar sobre os novos olhares da Recepção midiática e do espaço público

Clarissa Josgrilberg Pereira<sup>1</sup>

FAIP – Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista

SOUZA, Mauro Wilton de. **Recepção midiática e espaço público**.  
São Paulo: Paulinas, 2006.

O presente texto é reflexo da apresentação feita na Universidade de São Paulo (USP), no dia 20 de setembro de 2013, durante o Ciclo de Conferências “50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo”, idealizado pelo professor Marques de Melo e realizado por ele e seus colaboradores fiéis. Na ocasião, a difícil missão era apresentar a obra “Recepção Mediática e espaço público – novos olhares”, organizada pelo professor Mauro Wilton de Sousa.

---

1. Mestre em Comunicação social pela Universidade Metodista de São Paulo e assistente do Núcleo de Pesquisa da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista (FAIP).  
E-mail: clarissa\_jpereira@hotmail.com

“Difícil missão” porque o livro é constituído por vários artigos além de conceitos densos e, sintetizá-los com clareza, tanto para a exposição oral, quanto para esta escrita, cujos espaços são delimitados, exige lucidez do pesquisador para se fazer entender. Além disso, embora o livro siga uma sequenciação lógica, não é o mesmo que falar de um texto escrito por um único autor, em que a mesma personalidade constitui início, meio e fim. Com isso, sabemos que ao expormos a obra, tanto na comunicação oral, quanto nesta, escrita, corremos dois riscos: ou de torná-la simplória ou de instigá-los a ler e, aos que já leram-na, a revisitá-la. Esperamos alcançar o segundo risco.

O livro “Recepção Mediática e espaço público – novos olhares”, publicado em 2006, é fruto de artigos publicados na revista “Novos Olhares” da USP. A obra contém doze capítulos e está dividida em duas partes: a primeira, intitulada “Recepção mediática: processos e práticas”, composta por sete textos; e, a segunda, “Recepção mediática: espaço público”, contém cinco capítulos.

## **Parte I - Recepção mediática: processos e práticas**

O primeiro capítulo da obra é escrito pelo organizador, Mauro Wilton de Sousa, e intitula-se “A recepção sendo reinterpretada”. Nesse texto, o autor traz uma reflexão teórica sobre a recepção e aponta a interferência da tecnologia na mediação; além disso, traz a relação existente entre tecnologia, recepção e comunicação. Uma das primeiras tomadas de posição do autor no texto é fazer a retomada da presença da recepção em algumas correntes teóricas como na funcionalista e na estruturalista. Ao fazer essa discussão teórica, o autor chega à conclusão de que o campo de estudo da recepção ainda está na busca do desenvolvimento de suportes teóricos e conceituais que deem conta das diferentes práticas de recepção do mundo contemporâneo.

Contudo, embora haja essa busca pelo desenvolvimento de aportes teóricos, Wilton de Sousa aponta que, na contemporaneidade, a Recepção tem sido mais vista como um processo social e cultural do que apenas como uma relação imediata entre receptor e uso dos media. Por fim, ao falar desse olhar contemporâneo, o autor deixa clara a contribuição dos Estudos Culturais, os quais têm permitido novos olhares sobre a comunicação.

“Comunicação e cultura: um novo olhar”, de Maria Luiza Mendonça, é o segundo capítulo do livro. Nele, a autora discute a relação entre cultura e

comunicação, na tentativa de encontrar uma “subjatividade que propicie a emergência de sujeitos sociais” como atores que produzam e não consumam normas sociais. Para isso, primeiramente, ela traça uma breve trajetória da relação comunicação e cultura, quando aponta que a visão emissor-canal-mensagem-receptor trouxe uma visão mecanicista de aplicação de conceitos por não entender a comunicação como um processo.

Nesse segundo artigo, há um especial foco dedicado à contribuição de Gramsci para os estudos da comunicação, ao trazer o termo “negociação” para o conceito de hegemonia. Tal conceito tornou possível o descortçamento da massa, dando espaço para verificar que ainda há formas populares de produzir cultura, muitas das quais desvendadas pelos Estudos Culturais. Contudo, a produção cultural massificada deixa poucos espaços para essas formas.

O terceiro capítulo que compõe o livro, “Comunicação e Reflexividade”, de Lavina Ribeiro, discute a importância da comunicação para a formação de opiniões e comportamentos. Tal importância está, principalmente, no fato das pautas sociais estarem presentes nos discursos jornalísticos e, segundo a autora, “a sociedade só é reflexiva quando ela enxerga em si um tema e um problema”. Este artigo traz uma análise da prática jornalística. Por meio da análise do que é publicado nas revistas *Veja* e *IstoÉ*, a autora chega à conclusão de que a maior parte dos temas publicados nesses periódicos não é nacional, mas de ordem global, reflexo da sociedade industrializada. Por fim, no material empírico analisado, a autora aponta que as incertezas que movem a humanidade são controladas pelos discursos especializados da ciência.

“Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análises para os estudos de comunicação” é o título do quarto capítulo da obra, o qual foi redigido por Luiz Signates. Nesse artigo, o autor, primeiramente, faz uma retomada conceitual e histórica sobre o termo mediação, discutindo autores como Williams, Martín-Barbero e Gomes. Esse trajeto conceitual justifica-se porque o autor busca verificar a possibilidade do conceito de mediação ser uma categoria de análise metodologicamente aceita. Após discussão teórica, chega à afirmativa de que não há um arsenal teórico que defina, conceitue e dê respaldo metodológico para o uso das categorias de mediação. Trabalho esse que, segundo o autor, é necessário que seja desenvolvido pelos teóricos da área.

O quinto capítulo do livro é de autoria da professora Roseli Fígaro e é nomeado por “O Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação”. Este texto é parte do fruto da tese de doutorado da autora

e busca compreender a recepção dos metalúrgicos de uma grande empresa, especialmente, a partir do cotidiano do mundo do trabalho. No texto, a autora chega à conclusiva de que as transformações no trabalho atuam como mediação na vida desses metalúrgicos e, ainda, que esses profissionais veem que não são fontes na grande mídia e, devido a isso, consideram que o discurso sindical exerce importante papel na colocação de um outro ponto de vista, e é o acesso a esse outro ponto de vista que permite a formação de uma opinião crítica, do desenvolvimento da democracia e da cidadania.

O penúltimo capítulo da primeira parte é de coautoria de Maria Santos e Marta do Nascimento. Ambas redigiram o texto “Desvendando o mapa noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção”, no qual defendem que cada estudo revela ao pesquisador a mediação que ele deve considerar em sua análise; partem, então, de uma perspectiva indutiva. Como afirmativa desta tese, as autoras trazem três exemplos de estudos que revelam distintas categorias de mediação as quais surgiram após contato empírico do pesquisador com o seu objeto de estudo.

Encerrando a primeira parte está o texto “Mediações sociais e práticas escolares”, escrito pelos autores Marcelo Leite, Mauro Wilton de Sousa, Rafael Gioielli e José Mathias. Nesse artigo, os autores apontam que há uma relação conflituosa entre a escola que é essencialmente moderna e os alunos, que são pós-modernos. Segundo os autores, enquanto os alunos vivem uma cultura transmidiática a escola exige que, enfileirados, copiem do quadro. Essa relação entre alunos e escola passa a ser conflituosa e esse conflito, para os autores, se caracteriza como uma mediação. Para chegar essa afirmativa o texto apresenta, primeiramente, uma retomada histórica do que é moderno e do que é pós-moderno.

## **Parte II - Recepção mediática: espaço público**

O texto que abre a segunda parte da obra é “Dos meios às instituições: caminhos pós-habermasianos para se pensar a comunicação”, de Luiz Signates. O autor parte da hipótese de que a terminologia comunicação de massa, utilizada nos estudos de comunicação, padece de uma inadequação específica e explica: o termo “meio” está na raiz funcionalista; o “massa” na corrente sociológica que o fundou. Contudo, conforme Signates aponta, a expressão “meios de comu-

nicação de massa” é utilizada mesmo por aqueles que a criticam; tornando-se, assim, uma nomenclatura descomprometida dos pressupostos que a sustentam.

O segundo capítulo da parte dois do livro é “Internet e ação comunicativa como elementos do espaço público sob uma perspectiva habermasiana: crise e transição”, de Ronaldo Nunes Linhares. Nele, há a discussão inicial sobre a importância da crise para a sociedade, pois, segundo o autor, ela faz parte da humanidade e o principal conceito que sustenta a discussão é o de espaço público de Habermas.

Para Linhares, a sociedade “pós” é uma arena onde há constantes lutas e negociações, especialmente, na luta das classes por espaços. O autor ainda discute que o capitalismo não exclui essas lutas, uma vez que o próprio capital pode gerar novos espaços de conflitos. Além disso, aponta que, na sociedade mediatizada, novas tecnologias despertam a necessidade de construção de novos mecanismos de participação e que a internet é o melhor exemplo de uma sociedade em que as múltiplas identidades se articulam para desafiar caminhos e questionar a tradição.

Na sequência, é apresentado o texto “O jornal e o jornalista: atores sociais no espaço público contemporâneo”, do autor Fernando Resende que entende que a narrativa é a vitrine da compreensão que se tem do próprio mundo e, ainda, que constitui viés duplo: o de se representar e o de se ver representado. Com isso, a narrativa torna-se um espaço de redefinição, tanto do jornalista quanto do jornalismo. Ainda na perspectiva de um duplo viés, o autor aponta que a mídia trouxe um alargamento do espaço público e, ao mesmo tempo, representa o declínio dele.

“Sociedade, novas tecnologias de comunicação e a possibilidade de articulação de espaços públicos de debate e embate”, de Rovilson Robbi Britto, é o capítulo em que o autor discute espaço público e ciberespaço. Assim como o capítulo que o antecede, este também se pauta em Habermas. Para Britto, a mídia não é espaço de discussão, mas de convencimento; contudo ele afirma que se as pessoas passarem por uma educação digital, o ciberespaço pode servir de brecha para que elas tenham mais participação e poder de discussão nas informações disponíveis.

Encerrando o livro está o texto “Práticas de recepção midiática como práticas de pertencimento público”, de Mauro Wilton de Sousa. Nesse artigo, o autor discute sobre o que é o sentimento de pertencimento quando se fala em comunicação. Para sustentar sua discussão, Wilton de Sousa utiliza, essencialmente, as contribuições de Canclini. Em seguida, aponta que os pontos de vista desse autor e os de Martín-Barbero convergem ao verem o pertencimento em três direções: comunidade, identidade e cidadania. Em seu artigo, Wilton de

Sousa considera que sujeito descentrado e identidade em crise são os principais elementos que geram o sentimento de pertencimento e, ainda, que a busca pelo pertencer é uma estratégia de inclusão ante o mundo de fragmentação em que vivemos. Ao final, o autor aponta que o pertencimento pode se confundir com a participação, deixar de ser sentimento e passar a ser ação.

## **Apontamentos Finais**

O livro “Recepção Mediática e espaço público – novos olhares” traz ricas contribuições e discussões. De maneira geral, os textos convergem ao buscarem compreender a relação entre cotidiano e mediações e, ainda, a interferência das inovações tecnológicas nesse processo. A maioria dos textos também conflui ao propor reflexões sobre como a mídia participa do estar junto social, do espaço público e também quanto ao uso de bases teóricas como a de Martín-Barbero e Habermas, bem como de autores muito utilizados no campo dos Estudos Culturais. Por fim, os doze artigos que compõem a obra, de fato têm propostas comuns e que se complementam, ao buscarem novos olhares sobre a recepção, garantindo respaldo conceitual e, portanto, um uso metodológico coerente.

# 17.

## A comunicação mediada pelo mundo do trabalho

Claudia Nociolini Rebechi<sup>1</sup>

ECA-USP – Escola de Comunicação e Artes da  
Universidade de São Paulo

FIGARO, Roseli. **Comunicação e Trabalho**. Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Ed. Anita Garibaldi/FAPESP, 2001, 330 p.

A temática Comunicação e Trabalho tem sido focalizada nas pesquisas do campo das Ciências da Comunicação no Brasil de maneira cada vez mais evidente na última

- 
1. Mestre e doutoranda no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, com estágio de pesquisa no *Centre de Recherches Sociologiques et Politiques de Paris* do CNRS, França. Bolsista de doutorado da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e membro do Centro de Pesquisas em Comunicação e Trabalho (CPCT) da ECA-USP. Desenvolve pesquisa sobre as prescrições de comunicação e de relações públicas a partir da racionalização do trabalho. E-mail: nociolini@hotmail.com

década. Na tentativa de compreender as formas de manifestação da comunicação no mundo do trabalho, uma série de estudiosos tem se dedicado a construir um sólido percurso teórico-metodológico dentro de uma abordagem crítica, por meio de pesquisas empíricas, documentais e bibliográficas bem delimitadas e desenvolvidas.

Desse modo, parece-nos um tanto acertada a escolha da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom) ao incluir no rol de obras que demarcaram os 50 anos das Ciências da Comunicação no país o livro “Comunicação e Trabalho. Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação”, de autoria de Roseli Figaro.

Considerado um estudo basilar no que diz respeito à temática, a obra em questão resultou do estudo de doutorado da autora realizado e defendido no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), sob orientação da Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega, na segunda metade dos anos 1990. Trata-se do primeiro esforço epistemológico, se assim podemos dizer, da pesquisadora Roseli Figaro em sistematizar suas ideias em torno desse assunto, ao qual ela tem se dedicado, em grande medida, ao longo de sua carreira acadêmica.

Após o lançamento deste livro em 2001 pela editora Anita Garibaldi com o apoio da FAPESP, a estudiosa - livre-docente e professora do PPGCOM da ECA-USP - realizou novas pesquisas e publicou outras produções científicas no que se refere ao binômio Comunicação e Trabalho, seja de sua autoria ou sob sua coordenação. Exemplo disso é a obra que trata sobre as mudanças do mundo do trabalho dos jornalistas recentemente lançada, neste ano de 2013, pela editora Atlas, fruto de duas pesquisas coletivas produzidas pelo Centro de Pesquisas em Comunicação e Trabalho (CPCT) da ECA-USP.

Criado em 2003 pela própria Roseli Figaro e credenciado pelo Centro Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), o CPCT atua na promoção de debates qualificados e na reflexão especializada sobre a temática Comunicação e Trabalho. Ademais, abriga estudos individuais em nível de iniciação científica, mestrado e doutorado e produções coletivas com a participação, também, de professores de outras instituições de ensino e pesquisa<sup>2</sup>.

---

2. Para conhecer a atuação do CPCT da ECA-USP recomenda-se acessar o site: [www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/](http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/).

O livro tratado aqui, portanto, é fundador de todo esse percurso e apresenta à comunidade acadêmica e científica uma nova perspectiva de investigação no campo das Ciências da Comunicação. Nomeada de “instigadora” pela FAPESP e a Intercom, a obra, de fato, desperta nossa atenção para uma problemática desafiadora: pensar a comunicação mediada pelo mundo do trabalho.

Trata-se de uma abordagem epistemológica que mobiliza uma série de elementos fundamentais para se pensar as conexões entre comunicação e trabalho, dentre eles, considerado o mais significativo, a hipótese de que o mundo do trabalho é uma categoria central na formação de mediações do processo comunicativo. Isto é, a comunicação, seja como atividade, seja como processo, desenvolve-se a partir do mundo do trabalho.

Antes de mais nada, vale indicar que esse pressuposto compartilha do pensamento que compreende o trabalho como o fator mais importante na constituição das relações sociais. Não se ignora que a vida exterior ao mundo do trabalho contribui para a construção das relações sociais. As dimensões como família, religião, comunidade e lazer ajudam pautar a existência humana, mas admite-se que o fator trabalho continua sendo o principal regulador social.

Tal maneira de conceber o “lugar” do trabalho na sociedade converge com o modo de pensar de parcela de especialistas da Sociologia do Trabalho, como é o caso do pesquisador e professor da Unicamp Ricardo Antunes. Sob seu ponto de vista, as transformações ocorridas no mundo do trabalho não deslegitimam a centralidade do fator trabalho no desenvolvimento da sociedade. Ao contrário, potencializa ainda mais a sua importância.

Antunes<sup>3</sup> nos diz, por exemplo, que a nova fase do capital apoiada na ideia de “flexibilização” mobiliza uma série de elementos que evidenciam a imprescindibilidade da atividade humana de trabalho na sociedade, apesar da intensificação da automatização e da informatização do processo produtivo. Sob esta ótica, exige-se do trabalhador um maior engajamento intelectual e cognitivo na realização de seu trabalho, tendo a necessidade de mostrar-se cada vez mais polivalente e multifuncional para conseguir lidar com as exigências de seus empregadores.

---

3. ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo Editorial, 1999.

Por mais que a automatização e a informatização sejam difundidas nas empresas, o trabalho vivo<sup>4</sup> é essencial, alerta o sociólogo. É certo que observamos a redução do trabalho vivo e a ampliação do trabalho morto pelo capital. Pode-se dizer que existe uma tendência em diminuir e transformar o trabalho vivo em trabalho morto, mas isso não significa que todo o processo produtivo consiga ser automatizado, excluindo-se o fator humano “trabalho”, ou seja, não é possível substituir os trabalhadores por máquinas em sua totalidade. O trabalho morto “não pode eliminar completamente o trabalho vivo do processo de criação de mercadorias, sejam elas materiais ou imateriais.”<sup>5</sup>

Talvez se possa dizer que Roseli Figaro, a partir da observação de sua obra, se alinha ao pensamento de Ricardo Antunes quando este autor explica que, dentro de um plano ontológico, o trabalho vivo é essencial como força produtiva de bens socialmente úteis, dos quais depende a existência da humanidade. Portanto, o fator trabalho é, sim, central nas vidas das pessoas.

O diálogo com outras áreas das Ciências Humanas, como é o caso da Sociologia do Trabalho, apresenta-se fundamental no estudo de Figaro. Pois, entre outras coisas, possibilita compreender as formas de manifestação da comunicação no mundo do trabalho de maneira mais crítica e reflexiva.

Entretanto, vale ressaltar, a transdisciplinaridade aqui concebida não coloca a comunicação como simples produto do fator trabalho. A comunicação, quando analisada no mundo do trabalho, também revela-se como participante das relações que constituem esse universo.

Baccega, na apresentação do livro “Comunicação e Trabalho” reforça este ponto de vista ao afirmar que:

[...] a dialética entre intercâmbio e especificidade, entre totalidade e particular, num movimento que impede as disciplinas de se fecharem em si mesmas e cada uma de se considerar a melhor, fragmentando a apreensão científica da realidade (que não é compartimentada), constitui a transdisciplinaridade, e é o

---

4. “Trabalho vivo” pode ser entendido como atividade desenvolvida pelo ser humano, enquanto por “trabalho morto” entende-se o trabalho automatizado, representado pelo maquinário utilizado na realização desta atividade. Cf. ANTUNES (1999).

5. ANTUNES, Ricardo. **O caracol e sua concha**: ensaios sobre a nova morfologia do trabalho. São Paulo: Boitempo Editorial, 2005, p. 27.

grande desafio daqueles que se dispõem a fazer ciência, a refletir, criticar e construir uma nova variável histórica. É nesse patamar que transitam questões básicas da contemporaneidade. Entre elas, as da *comunicação* e do *trabalho* (2001, p. 17, grifo da autora).

E, de fato, quando paramos para pensar que, hoje, praticamente não é possível trabalhar sem comunicar, a problemática projetada por Figaro demonstra incontestemente validade não só para o campo da Comunicação, como para outras ciências interessadas no mundo do trabalho.

Diversos fatores justificam a dependência da realização do trabalho em face da atividade de comunicação. Mas a autora elege um fundamental: ela diz que não é possível trabalhar sem comunicar porque, antes de mais nada, comunicação e trabalho são duas atividades indissociáveis. E são inseparáveis porque são atividades essencialmente humanas, engendradas pelo homem. Nessa direção, a atividade de trabalho depende da ação do homem e esta práxis humana é articulada pelas relações de comunicação.

Anuncia-se, portanto, a ideia que delinea o desenvolvimento do livro: o mundo do trabalho é um lugar privilegiado de manifestação da comunicação.

Mas, ao falar sobre o mundo do trabalho, a professora Roseli Figaro está tratando exatamente sobre o quê?

Ter clareza sobre tal questão é fundamental dentro dessa perspectiva, haja vista que se o mundo do trabalho for reduzido ao significado de emprego, à questão salarial ou a um contrato de compra e venda da força de trabalho, ou, ainda, se o mundo do trabalho for limitado ao mundo da empresa, então, o “lugar” da comunicação também será apreendido de maneira simplificada dentro desse contexto. A comunicação seria interpretada como transmissão de informação, como representação de um discurso legítimo da empresa, como sinônimo de mídia ou, até mesmo, como uma fonte autônoma de poder. Porém, não é dessa forma que a comunicação é compreendida na obra.

Ao versar sobre o mundo do trabalho, Roseli Figaro percebe esse universo composto de diversos aspectos que o configuram de maneira bastante complexa. Assim, além de considerar o contexto da empresa, as relações salariais e empregatícias e a exploração do trabalho pelos controladores do capital, sua abordagem, também, abarca as formas de gestão e organização do trabalho, as tecnologias, as condições de realização do trabalho (segurança, higiene etc.), os fluxos globais de mercadorias, os modelos de gestão de pessoas, o mercado de trabalho, outros tipos de institucionalidades que não somente a organização

empresarial – mas também organização sindical, por exemplo –, a legislação do trabalho e a educação para o trabalho.

Todos esses são elementos essenciais para uma compreensão mais ampla do papel do trabalho na estruturação e na regulação do sistema socioeconômico e político em que vivemos e, portanto, oferecem subsídios necessários que podem revelar a atividade de comunicação dentro de um contexto histórico mais amplo.

Sobretudo, a autora indica que é indispensável pensar o trabalho e suas formas organizativas a partir das culturas, das identidades, das subjetividades, das relações interpessoais, dos saberes cotidianos, das relações de poder, das negociações, das resistências, dos valores que a atividade humana cria e reelabora permanentemente. Até mesmo porque a atividade humana é essencial para o trabalho ou, melhor ainda, o trabalho é uma atividade humana.

E para tentar compreender, ainda que em parte, de que forma a comunicação emerge do mundo do trabalho, Roseli Figaro opta em desenvolver um estudo de recepção na sua tese de doutorado, constituinte do livro aqui comentado.

Sua intenção com essa escolha é refletir sobre a importância da mediação do mundo do trabalho nos processos de recepção dos meios de comunicação. Ao considerar o trabalho como categoria central na construção das relações sociais, a autora quis evidenciar no seu estudo a dinâmica das relações humanas produzida nos processos comunicativos por meio das mediações do universo do trabalho.

Dentro desse propósito, optou-se por observar e analisar como essas mediações atuam no processo de recepção de um grupo específico de trabalhadores no que diz respeito aos meios de comunicação que eles têm acesso. As mediações, neste caso, são concebidas nas inter-relações entre o homem e a natureza e com outros homens em um contexto sócio-histórico determinado. Ou seja, conforme explica Baccega na apresentação da obra:

As mediações, criadas no transcurso da história são, portanto, manifestações concretas das transformações do ser humano no seu processo de construção da realidade e de si mesmo. [...] As mediações se caracterizam como instância de passagem, ou seja, não existem relações diretas entre o sujeito que conhece e o objeto a ser conhecido. Entre ambos medeia o conjunto de conhecimentos, as teorias científicas com as quais trabalhamos e o “lugar” onde nos colocamos: a que classe social, faixa etária, gênero, etnia, etc. pertencemos. A mediação é esta passagem que sustenta o resultado do conhecimento e, portanto, as práticas daí

resultantes. Nada é autônomo em si mesmo; as próprias mediações constituem-se em relações históricas, culturais (2001, p. 19).

O grupo de trabalhadores escolhidos para este estudo de recepção foram os operários metalúrgicos de uma unidade da empresa Mercedes-Benz, montadora de veículos localizada na região do ABCD paulista. Eram operários da produção - de “chão de fábrica” - com o ensino fundamental incompleto, cursando supletivo nas dependências da própria empresa e sindicalizados, dado importante da pesquisa.

Pretendia-se, com a investigação, ter acesso às informações sobre a vida profissional dos operários dentro de seu ambiente de trabalho, mas, também, sobre a sua vida cotidiana fora da empresa. Pois se trata de duas dimensões que se encontram e se completam nas mediações da recepção dos trabalhadores em relação aos meios de comunicação que permeiam seu dia a dia.

Desse modo, a pesquisa realizada pela autora integrou duas fases. A primeira delas caracterizou-se por seu teor quantitativo com o objetivo de levantar um perfil dos operários e um mapa de seus hábitos de consumo de produtos culturais. Com o auxílio de questionários fechados e de múltipla escolha, foram identificadas as seguintes informações: dados pessoais e familiares, nível socioeconômico, função na empresa, quais meios de comunicação têm acesso e com que frequência, atividades realizadas nos horários de folga e de lazer.

Ao todo, foram analisados 471 questionários, cujos dados possibilitaram a configuração do perfil socioeconômico desses trabalhadores. São dados, sobretudo, que se mostraram significativos para o conhecimento dos seguintes aspectos que desenharam um quadro mais amplo, apesar de inicial, da relação dos operários com os produtos culturais, aos quais tinham acesso: os meios de comunicação no seu dia a dia, as atividades que mais gostam de realizar nas horas vagas, a televisão e a programação de maior preferência, a presença do rádio no cotidiano, os jornais e as revistas da grande imprensa preferidos, assuntos de maior interesse, os veículos de comunicação da empresa e do sindicato que os trabalhadores têm acesso e quais os assuntos discutidos por eles de principal interesse.

Esta primeira etapa da pesquisa, por si só, revelou a grande influência do mundo do trabalho no processo de recepção dos meios de comunicação ao indicar que o ambiente da empresa, ou seja o local de trabalho dos metalúrgicos, é um lugar privilegiado de acesso aos diferentes meios de comunicação e de construção de suas relações interpessoais. A análise dos dados quantitativos, por outro lado, não deixou de constatar que os ambientes da família e do bairro,

por exemplo, isto é, os espaços fora do lugar de trabalho, também exercem influência no processo de recepção dos trabalhadores, ainda que em nível menor.

Apesar de sua riqueza de dados, a fase quantitativa da pesquisa, no entanto, mostrou-se insuficiente para o propósito do estudo e exigiu a realização de uma dimensão qualitativa de levantamento de informações e de análise. As mediações do mundo do trabalho que atuam no processo comunicativo dos trabalhadores identificadas na primeira etapa precisavam ser, num segundo momento, entendidas no processo de interação dos sujeitos trabalhadores, como sujeitos sociais que são, com o seu cotidiano.

Por isso, Roseli Figaro decidiu realizar entrevistas em profundidade com quase duas dezenas do conjunto dos operários que fizeram parte da fase quantitativa da investigação em local longe da empresa; no caso, nas suas residências. A autora notou que, no tratamento dos dados obtidos, seria fundamental utilizar o instrumental metodológico da Análise do Discurso para compreender melhor a configuração das vozes que constituem o mundo do trabalho e que atuam como mediadores do processo de recepção dos trabalhadores pesquisados.

De fato, as entrevistas resultaram em depoimentos valiosos e propiciaram análises realizadas pela estudiosa muito argutas. Vale registrar que, entre outras virtudes, o livro oferece trechos completos desses depoimentos e instigantes interpretações por parte da autora, convidando o leitor, a certa altura, a elaborar outros pontos de vista sobre o assunto. Tais depoimentos concedem vias de acesso aos discursos que circulam no universo do trabalho do qual os operários entrevistados fazem parte. Discursos, estes, que, ao mesmo tempo, revelam e escamoteiam conflitos, contradições, cooperação, resistência e um grande embate de interesses que conformam as relações de comunicação no mundo do trabalho.

A pesquisa ainda mostra, por exemplo, que as relações interpessoais no ambiente de trabalho, bem como parte das ações sindicais agem em contraposição aos meios de comunicação que buscam legitimar o discurso da empresa. Esta constatação denuncia algo que parcela significativa de estudiosos do campo da Comunicação, preocupados em pensar a comunicação nas relações de trabalho parecem não se atentar ou, então, procuram ocultar em suas pesquisas: comunicação não é consenso. Assim, é nas suas contradições que a comunicação, como processo ou como atividade, projeta o sujeito trabalhador. Ou como bem diz Roseli Figaro:

Resgatar o sujeito social, o receptor dos meios de comunicação, nesse emaranhado mundo de diferenças e forças desiguais é um esforço teórico que busca exercitar a dinâmica social da

comunicação como um processo dialético, no qual os enunciantes/enunciatários partilham códigos, mensagens e sentidos de distintas maneiras e por distintos motivos. Isso faz com que o eixo de estudo extrapole as problemáticas: o que os meios fazem com seus receptores? Ou, por outro lado, o que os receptores fazem com os meios de comunicação? Para colocar-se o problema por inteiro é preciso indagar: como se dá o processo comunicativo e quais fatores atuam para que ele se efetive? Ou seja, tomar a comunicação como objeto teórico para entendê-la numa perspectiva integral (2011, p. 311).

Certamente, o estudo que confere corpo ao livro em questão traz uma gama enorme e valiosa de contribuições, questões e elementos aos interessados em refletir as conexões existentes entre estas duas atividades humanas: comunicação e trabalho. Devido ao espaço reduzido de nossa exposição, apenas trouxemos algumas considerações de um panorama mais ampliado que o livro oferece quanto ao tema.

E, para finalizar, propomos três legados que, sob nossa ótica, a obra deixa para o campo da Comunicação:

- 1) o mundo do trabalho é uma mediação privilegiada para compreendermos a atividade e o processo de comunicação na sociedade;
- 2) nos estudos críticos sobre Comunicação e Trabalho, é preciso atenção para que o ponto de vista do trabalhador não seja reduzido, omitido ou anulado; pelo contrário, ele deve ser evidenciado;
- 3) um estudo transdisciplinar, ao dialogar com outras áreas de conhecimento, não necessariamente oculta o objeto de comunicação; ao contrário, pode contribuir para mostrar como a comunicação participa da constituição de outras áreas do saber científico.



# 18.

## Do capital social ao capital comunicativo

Celso Figueiredo Neto<sup>1</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie

MATOS, Heloisa. **Capital social e comunicação**: interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009.

O livro *Capital Social e Comunicação: Interfaces e Articulações* condensa anos de pesquisa da professora Heloiza Matos, profissional com significativo percurso acadêmico. Heloiza Matos, graduada em jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora, deu continuidade a sua carreira em São Paulo, tendo conquistado seu mestrado e doutorado na ECA-USP. Também nessa Escola atuou como docente e pesquisadora até 2002. Prosseguiu sua formação com o pós-doutoramento no *Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication* de Grenoble,

---

1. Celso Figueiredo Neto, Doutor em comunicação pela PUC/SP, professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

na França. Lecionou ainda no programa de pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, também em São Paulo.

Interessada em marketing político, a autora desenvolveu diversos estudos na área que a conduziram ao campo que se convencionou denominar Capital Social. É nesse âmbito que se encerra o presente texto, publicado em 2009 pela Summus, e que condensa anos de pesquisa de maneira primorosamente ordenada tornando o texto num guia fundamental para pesquisadores interessados na questão.

Nas 275 páginas do volume, prefaciado pelo eminente pesquisador, jornalista e, na época, ombudsman do jornal *Folha de S. Paulo*, Carlos Eduardo Lins e Silva, a autora traça uma genealogia não apenas do termo, mas também do sentido de capital social, que remonta à menção de Tocqueville à importância da capacidade associativa no aperfeiçoamento das instituições e, conseqüentemente, da vida na democracia. A autora entende que a ação política das associações na sociedade teria, talvez, o efeito projetado por Adam Smith ao referir ao famoso conceito da “mão invisível”, sendo, portanto não apenas a ação do mercado, enquanto interesses particulares desse ou daquele produtor ou setor industrial, mas a própria ação da sociedade organizada lutando por seus direitos, por leis, por padrões sociais mais consistentes com as realidades locais onde atuam.

A apresentação da obra investe na construção do corpus do texto, enquanto estudo das articulações do capital social e da comunicação e sua importância nas sociedades contemporâneas. Ela trata das articulações possíveis entre o processo comunicativo e a formação do capital social. A autora entende o capital social como origem e resultado de ações comunicativas, e propõe um novo ângulo ao debate já instaurado nos meios acadêmicos. No estudo desse sistema buscou compreender como os indivíduos e as instituições podem atingir objetivos comuns.

O capítulo primeiro do livro faz um extenso levantamento das origens e usos dados ao conceito de capital social. Nele, de maneira didática, a autora resgata uma série de teóricos que direta ou indiretamente trabalharam com o conceito e oferece o que parece ter sido a primeira definição de capital social, de Hanifan (1916) na qual o termo designaria o “conjunto de relações sociais marcadas pela boa vontade, camaradagem e simpatia, atributos muito próximos do *goodwill* utilizado para definir as relações públicas na sua origem” (MATOS 2009, p. 34–35). A autora também recorre à Bourdieu que definira capital social como “o conjunto de recursos atuais e potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e inter-relacionamento” (idem p. 35).

O rico levantamento de definições oferecidas por teóricos de variados campos do saber aporta no quadro apresentado nas páginas 42 e 43 que é um verda-

deiro achado para pesquisadores do tema. De modo claro, sintético a autora lista os pensadores e seus enfoques acerca do tema. Lista ali estudiosos como Putman, Coleman, Bourdieu, Tocqueville, Fukuyama, Levi, Nam Lin, entre outros... Oferece ainda um levantamento das publicações acerca do tema em diversos e renomados periódicos científicos (p. 57). Esse capítulo concentra ainda esforços em contextualizar os estudos de Putman que tornaram o capital social campo mundialmente conhecido, e que geraram enxurradas de novos trabalhos científicos, ora corroborando com a tese do autor, ora contestando-a.

O segundo capítulo do livro traz estudos sobre a conversação, o engajamento cívico e o capital social. Nessa etapa a autora decanta autores que estudaram a questão da conversação como uma das mais importantes formas de interação que compõe as trocas comunicativas e, conseqüentemente, como ferramenta de construção do capital social dos indivíduos. Nesse sentido, são ingredientes do processo o conhecimento político, a complexidade cognitiva, a identidade, a eficácia política e o engajamento associativo. O capítulo busca explicar de que maneira a conversação pode contribuir para o engajamento cívico e para o desenvolvimento do capital social. Para tanto é analisada a opinião pública enquanto importante componente do debate argumentativo, a evolução da imprensa, a conversação nos cafés e a formação de uma esfera pública e as perspectivas atuais na abordagem da conversação. A autora estabelece então a distinção entre o *everyday talk*, o *political talk* e o *everyday political talk* como distintas situações conversacionais com diferentes impactos sobre os interlocutores. Em seguida a autora arremete sobre as interações existentes entre a conversação e a construção de um caráter cívico e conversação como fonte para a cidadania. A autora encerra o capítulo investigando as contribuições da conversação cotidiana para o engajamento cívico dos indivíduos.

Se no capítulo 2 o foco recai sobre os indivíduos o capítulo 3 investiga as interações entre comunicação pública e o capital social. A autora então esclarece que o “conceito de comunicação pública incorporou-se ao vocabulário da comunicação, marcado, talvez pelas referências dominantes à comunicação governamental, ao marketing político e às interfaces virtuais da internet que aproxima governantes e cidadãos”(p. 102). Contudo, demonstra que não apenas a comunicação governamental deve ser considerada quando se refere à comunicação pública, mas que essa seja “entendida como o processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que englobe Estado, governo e sociedade, além de um espaço para o debate, a negociação e a tomada de decisões relativas à vida pública do país” (p. 105).

Outra contribuição interessante pode ser encontrada na página 109, na qual cita a então presidente da BBC expressa as prioridades de uma entidade pública, quais sejam: qualidade, diversidade, inovação e reflexão quanto à cultura nacional. Em seguida o texto apresenta as visões da função pública dos meios de comunicação da Espanha e do Brasil sempre com olhos voltados para as potenciais deformações do sistema público de comunicação pelos vieses da política da economia e da midiaticização. Apresentam-se em seguida as quatro concepções da comunicação política, instrumental, como mecanismo de manipulação da opinião pública via propaganda ideológica; a comunicação ecumênica que se relaciona aos processos de troca de informações entre os diversos atores sociais; a competitiva que tem por objetivo vencer a batalha pela opinião pública por meio da representação midiática da realidade; e finalmente a deliberativa, na qual os meios de comunicação de massa são utilizados para propor um debate ampliado, envolvendo outros setores sociais e permitindo uma discussão ampla das questões concernentes à cidadania. É nesse contexto que a autora propõe uma visão renovada das funções das comunicações públicas enquanto ferramentas para aquisição de um status de participação cívica por meio da comunicação.

Heloiza Matos conclui o capítulo reafirmando que a comunicação pública é condição *sine qua non* para que os indivíduos possam exercer seu capital social nas comunidades onde atuam.

O quarto capítulo estabelece os elos existentes entre o capital social e as tecnologias de informação e comunicação, as TICs. Nessa etapa do texto a autora investe na investigação acerca da relação entre capital social e o uso da internet. A autora examina três diferentes hipóteses acerca da relação entre capital social e internet, são elas: a) a internet transformaria o capital social; b) a internet diminuiria o capital social e; c) a internet suplantaria o capital social. Ao examinar detidamente as três hipóteses pelo olhar de diversos pesquisadores da área, a autora ressalta o grande potencial de relacionamento existente na web, e que esse relacionamento poderá se dar tanto enquanto entretenimento e troca de notícias quanto para manifestações referentes à questões sociais e mesmo o chamado ativismo eletrônico.

A autora encerra sua leitura da questão afirmando que as TICs, em especial a internet se configuram como um campo que poderia

suplementar os contatos interpessoais face a face ou de outra modalidade, instituindo uma rede material possível para os fluxos de informação: infovias construídas com base em uma série de recursos imateriais prévios como confiança, reciprocidade e

engajamento nas questões públicas, mantendo e renovando as condições de existência do capital social (ibidem p. 152).

O quinto capítulo trata das possíveis implicações negativas do capital social. Nele a autora lembra que é importante estudar também os efeitos negativos das TICs para que se evite a ideia de que esses sistemas de comunicação são naturalmente benéficos e para evitar que os estudos de comunicação e capital social soem determinísticos. A autora examina o conceito de confiança e suas relações com as ideias de consanguinidade, paternalismo e favoritismo. Essas ideias podem contaminar o sentido positivo da confiança, levando os relacionamentos a basearem-se em critérios não democráticos ou confiáveis para a população. Como ressalta a autora “a reciprocidade, a cooperação, a formação de redes cívicas, a solidariedade etc. Também podem estar presentes em relações assimétricas de dominação e opressão” (p. 161).

Citando Portes (2000), Matos alinha os mais frequentes efeitos negativos do capital social, são eles: a exclusão de *outsiders*; exigências excessivas impostas aos membros dos grupos; restrições às liberdades individuais; e a existência de normas que nivelem por baixo. Nessas circunstâncias, então, o capital social atuaria sob forma de controle social.

Haveria então duas estratégias para o crescimento do capital social, a chamada *bridging* e outra, inversa, nomeada *bonding*. O *bonding* seria naturalmente exclusivo, composto por pessoas que possuem pontos de vista e valores similares, como os grupos que se encontram nas igrejas, clubes de leitura ou fraternidades. Já o *bridging* é um tipo de vinculação que aproxima indivíduos de grupos distintos, superando diferenças sociais. Como consequência tende a expandir as relações sociais ampliando o acesso aos recursos e informações. Ambos os modelos, entretanto, estão sujeitos a mediações negativas. Essas relações negativas tendem a surgir em contextos de desigualdade, prevalência de poder assimétricas e situações de vulnerabilidade de alguns atores sociais diante das relações de dominação. A autora ressalta ainda que o capital social pode se tornar fonte de interação para o crime, como é o caso da máfia e de outras associações criminosas, como é o caso no Brasil do PCC.

A seção final do livro, de número 6, aponta novas perspectivas para o capital comunicacional. Reiterando ser ainda cedo para se propor uma estrutura única que abarque todas as questões ligadas ao capital comunicacional, a autora ressalta a existência efetiva de organizações baseadas no capital comunicacional. O capital comunicacional seria visto então como “um conjunto de recursos

que uma organização possui, incluindo tanto as comunicações internas quanto aquelas estabelecidas com *stakeholders* e outros grupos externos à organização” (p. 200). Estariam então envolvidos fatores como tecnologia, inovação, design, marcas, comunicação e reputação. Citando Fingerl (2004) lista 12 ativos intangíveis: liderança, estratégia, comunicação, marca, reputação, alianças e redes de relacionamento, tecnologia, capital humano, cultura organizacional, inovação, capital intelectual e capacidade de adaptação.

A autora propõe que a comunicação seria o indicador e agente de uma nova concepção de organização. Assim o capital social das organizações seria entendido além do espectro da gestão para ocupar posição estratégica, enquanto capital comunicacional presente em todas as interações das organizações com seus colaboradores e demais *stakeholders*.

Ampliando essa visão teríamos a presença do capital comunicacional das organizações presente nas redes sociais, reforçando os relacionamentos e aumentando os índices de credibilidade, presença, lembrança das marcas e inserção das organizações no dia a dia dos indivíduos. Desse modo o capital organizacional seria um patrimônio das empresas pois, por meio dessa capacidade de ativação social, via redes sociais, a presença da empresa na mente de seus consumidores seria mais intensa.

A autora encerra o volume reiterando a importância do capital comunicacional como campo de estudos, dinâmico e importante em se considerando a presença das organizações no cotidiano dos indivíduos e a necessidade de estabelecimento de elos para que as ações sociais sejam efetivadas. Trata-se de um livro fundamental para os estudos acerca do tema, pois traz um rigoroso levantamento de fontes e pesquisa anteriores, apresenta as diversas leituras que o fenômeno vem provocando em estudiosos de todo o mundo e propõe um rico campo de estudos baseados nesses conceitos que poderão ser ampliados em pesquisas futuras.

# 19.

## Censura a livros durante a ditadura<sup>1</sup>

Flamarion Maués<sup>2</sup>

REINÃO, Sandra. **Repressão e resistência**: Censura a livros na ditadura militar. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 2011. 184 p.

### Sobre a autora

Sandra Reimão é uma das pioneiras no estudo do mercado editorial e da história editorial do período pós-Segunda Guerra no Brasil. É autora de obras e artigos inaugurais sobre o tema no país, como os livros *Mercado Editorial Brasileiro*

- 
1. Este artigo é uma versão modificada de resenhas que publiquei nas revistas *Têoria e Debate* (n° 96, jan. 2012) e *Livro – Revista do Núcleo de Estudos do Livro e da Edição* (n° 2, ago. 2012).
  2. Doutor e mestre em História pela Universidade de São Paulo. Bolsista de pós-doutorado da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Email: flamaues@gmail.com

(Com-Arte/Fapesp, 1996) e *Livros e televisão - correlações* (Ateliê, 2004), além do livro que é objeto deste texto.

Alguns artigos da autora sobre este tema são:

- “Ditadura Militar e censura a livros Brasil, 1964-1985” (In: BRAGANÇA, Anibal; ABREU, Marcia. (Org.). *Impresso no Brasil: Dois séculos de livros brasileiros*. 1ed. São Paulo: Editora Unesp, 2010, v. 1, p. 271-287.

- “Os best-sellers de ficção no Brasil 1990-2000. In: JORGE, Carlos J. F.; ZURBACH, Christine (Org.). *Estudos Literários/ Estudos Culturais*. 1ª ed. Évora: Universidade de Évora, 2001, v. 1, p. 1-15.

- “Sobre a noção de best-seller”. In: MELO, J. M.; BRANCO, S. (Org.). *Pensamento Comunicacional Brasileiro*. 1ª ed. São Bernardo do Campo: UMESP, 1999, v. único, p. 601-607.

- “Livros, jornais e revistas”. In: REIMÃO, Sandra (Org.). *Livros em Revistas: Um Estudo sobre a Seção de Livros em Revistas Brasileiras de Grandes Tiragens*. 1ª ed. São Paulo: Ed. Salesiana Dom Bosco, 1996, p. 9-28.

- “Mercado editorial e literatura ficcional brasileira nos anos 70”. In: BORELLI, Sílvia (Org.). *Gêneros Ficcionalis, Produção e Cotidiano na Cultura Popular de Massa*. 1ª ed. São Paulo: Intercom, 1994, p. 115-127.

Sandra Reimão é professora livre-docente da Universidade de São Paulo (USP) na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) e no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Escola de Comunicações e Artes (PPGCOM-ECA) e pesquisadora de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Foi durante 22 anos professora da Universidade Metodista de São Paulo.

Graduada em Filosofia pela USP. Mestre e doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), fez estágios pós-doutorais na École des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS).

## **Livros e censura durante a ditadura**

O livro *Repressão e resistência: Censura a livros na ditadura militar*, de Sandra Reimão tem vários méritos. O primeiro deles é ser a primeira obra acadêmica cujo foco é censura a livros no Brasil durante a ditadura de 1964 – não a um

livro em especial, mas ao conjunto da produção e da ação editorial naquele período, e à lógica de atuação dos órgãos responsáveis pela censura.

A questão da censura durante a ditadura no Brasil já foi objeto de vários trabalhos e estudos. Há obras que se debruçaram na análise da censura em termos mais gerais, e há também trabalhos dedicados ao estudo da censura em algumas áreas específicas, como a imprensa, a TV, o cinema, o teatro e a música. Mas havia a lacuna da censura aos livros.

Não há mais. Finalmente temos uma obra dedicada exclusivamente a este ramo, digamos assim, da atuação da censura no país.

Tendo como objeto a atuação do Serviço de Censura de Diversões Públicas (SCDP) – um setor do Departamento de Censura de Diversões Públicas (DCDP), órgão do governo federal que a partir de 1970 passou a ser responsável pela censura a livros –, a obra de Sandra Reimão debruça-se principalmente sobre a censura oficial a livros de ficção.

Porém, antes disso, a autora fornece ao leitor também um quadro da censura no período que vai do golpe de 1964 até a edição do decreto nº 1.077, de janeiro de 1970, que estabeleceu a censura prévia a livros e periódicos. Reimão nos mostra que entre o golpe e a decretação do Ato Institucional nº 5, em dezembro de 1968, “a censura a livros no Brasil foi marcada por uma atuação confusa e multifacetada e pela ausência de critérios, mesclando batidas policiais, apreensões, confiscos e coerção física”. Inexistia uma sistema único de censura a livros, quadro que iria mudar após 1968.

Ainda nesse período anterior a 1968, mostra a autora, destacou-se na luta contra a censura a figura do editor da Civilização Brasileira, Ênio Silveira, cuja editora era uma das mais visadas pela repressão. Ênio lutou como pôde contra a censura, inclusive expondo-se publicamente – e à sua editora – e sofreu as consequências disso, já que a Civilização Brasileira foi uma das editoras mais perseguidas pelo regime, inclusive economicamente, o que levou a empresa a uma grave crise e à sua venda, alguns anos depois<sup>3</sup>.

Foi a Constituição de 1967, elaborada sob a égide militar, que centralizou a censura como atividade do governo federal. Com o AI-5, a censura tornou-se constante na imprensa, na TV, no cinema, no teatro e na música.

---

3. Sobre este assunto, ver GALUCIO, Andréa Lemos Xavier. *Civilização Brasileira e Brasileiraense: trajetórias editoriais, empresários e militância política*. Tese de doutorado em História Social. Niterói, Universidade Federal Fluminense, 2009.

Com o decreto nº 1.077, oficializou-se a censura prévia aos livros. Este decreto, cujo foco era a repressão a obras que atentassem contra a “moral e os bons costumes”, tinha, todavia, um escopo mais amplo, pois em seu preâmbulo estabelecia uma vinculação direta entre a divulgação de obras com tal teor e a subversão, ao afirmar que a edição destas publicações “obedece a um plano subversivo, que põe em risco a segurança nacional”. Desta forma, praticamente qualquer obra poderia ser considerada atentatória à “moral e os bons costumes”. E era politicamente mais fácil para a ditadura defender a censura moral do que a censura política.

Mas mesmo assim houve reação ao decreto, entre as quais a autora destaca as de Jorge Amado e Érico Veríssimo, que declararam publicamente que “em nenhuma circunstância mandaremos os originais de nossos livros aos censores, nós preferimos parar de publicar no Brasil e só publicar no exterior”. Tais reações fizeram o governo recuar e excluir da censura prévia as obras “de caráter estritamente filosófico, científico, técnico e didático, bem como as que não versarem sobre temas referentes ao sexo, moralidade pública e bons costumes”. Apesar dessa mudança, a censura política também continuou a existir.

O segundo mérito da obra de Sandra Reimão é apresentar um detalhado levantamento da atuação do DCDP, tomando como base a documentação do órgão que ficou guardada no Arquivo Nacional, em Brasília. Com isso, temos a primeira listagem documentada dos livros censurados no país durante a ditadura, ainda que seja uma listagem parcial, pois engloba apenas o período entre 1970 e 1982, e limita-se ao material analisado (e arquivado) pelo DCDP. Mas é uma grande contribuição nesta área, pois até então a única lista existente de livros proibidos durante a ditadura havia sido elaborada por Dionísio Silva, em seu livro “Nos bastidores da censura” (Estação Liberdade, 1989). Todavia, nesta obra o autor não informa quais foram as fontes utilizadas para a elaboração de sua lista.

De acordo com levantamento realizado por funcionários do Arquivo Nacional de Brasília e apresentado pela autora, teriam sido submetidos à análise do DCDP, entre 1970 e 1982, 492 livros, dos quais 313 foram vetados, ou seja, 63,6% – um percentual consideravelmente alto. Como destaca Reimão: “Em qualquer afirmação sobre esses dados, não podemos esquecer que se trata da documentação preservada e que não sabemos a que percentual do total originalmente existente essa documentação corresponde” (REIMÃO, 2011: 33).

Os dados apresentados por Reimão reafirmam a predominância, entre as obras censuradas por ela analisadas, das eróticas/pornográficas, ou seja, das obras vetadas por motivos relacionados à “moral e aos bons costumes” (Idem).

Um dos dados interessantes apresentados em *Repressão e resistência* é o de que o número de livros analisados e censurados pelo DCDP aumentou a partir de 1975 (governo Geisel), e até 1979 foi sempre maior do que foi durante o governo Médici (1969-1974), período considerado por muitos como o mais repressivo. Estes dados precisam ser mais bem compreendidos, mas uma possível explicação preliminar pode estar relacionada ao fato de que no governo Médici, com o clima de repressão mais explícito, muitos editores teriam preferido não editar certos títulos, pois eles provavelmente seriam censurados, ou seja, teria prevalecido a autocensura. Já no governo Geisel, com as promessas de abertura política, é possível que a autocensura tenha diminuído, levando à edição de mais obras que afrontavam a ditadura, levando à sua censura.

Outro ponto importante destacado por Sandra Reimão é que “a censura, durante a ditadura militar, teve atuações diferenciadas, não só nos diferentes períodos como também em relação aos diversos meios de comunicação”, ou seja, “havia uma hierarquização da censura, que resultava em atuações diversas em virtude do potencial impacto” do veículo utilizado: “quanto mais público uma determinada produção cultural pudesse ter, mais ela seria ‘alvo’ de censura”. Daí sua conclusão em favor da ideia de que houve uma “racionalidade da ação censória durante a ditadura”, principalmente após 1968. Tal racionalidade teria levado, por exemplo, a uma censura mais forte sobre a TV e a imprensa, e um pouco mais leve em relação aos livros, cujo público em geral é menor do que o daqueles veículos.

Outro dos méritos do trabalho é que a autora dedica também estudos detalhados aos casos de quatro livros censurados: *Zero*, de Ignácio de Loyola Brandão (editora Brasília); *Feliz ano novo*, de Rubem Fonseca (editora Artenova); *Dez estórias imorais*, de Aguinaldo Silva (Gráfica Record); *Em câmara lenta*, de Renato Tapajós (editora Alfa-Ômega). Além disso, analisa ainda a censura a dois contos eróticos vencedores do concurso da revista *Status*, um de Dalton Trevisan e outro de Rubem Fonseca. Apesar da riqueza desses estudos, teria sido interessante se o papel dos editores tivesse sido mais explorado em cada caso, como foi, aliás, no estudo do livro *Em câmara lenta*. Acredito que isso poderia trazer novos elementos de compreensão à história da edição dessas obras.

Por tudo isso, não resta dúvida de que o livro de Sandra Reimão traz uma significativa contribuição ao estudo da censura no Brasil após o golpe de 1964, particularmente da censura a livros. Passa a ser uma obra de referência sobre o tema, além de apontar várias possibilidades de pesquisas a partir de trilhas abertas pelos dados e análises apresentados.

Além disso, o livro traz uma documentação iconográfica muito rica relacionada a alguns dos livros censurados que são mencionados ou analisados na

obra, acrescentando informação para o leitor e tornando *Repressão e resistência* também uma obra muito valiosa esteticamente. Finalmente, a reprodução feita no livro de fac-símiles de pareceres e documentos do Serviço de Censura de Diversões Públicas é uma contribuição inestimável para que possamos compreender melhor a ação da censura e dos censores durante a ditadura. Temos ali reproduzidos alguns exemplos da arbitrariedade e da falta de qualquer justificativa minimamente plausível para a censura aos livros. Trata-se de uma possibilidade de testemunharmos o arbítrio em seu estado bruto e natural, em sua plena indignância intelectual, neste caso buscando sua justificação, de forma quase sempre risível, numa suposta defesa da sociedade a fim de protegê-la de atos que, para os censores, colocariam em questão a sua moral e os seus costumes.

PARTE III

**Ideias inquietadoras**





## 20.

# A compreensão da audiência da Rede Globo

Richard Romancini<sup>1</sup>

ECA-USP – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo

BORELLI, Sílvia H. S.; PRIOLLI, Gabriel (coords.). **A deusa ferida:** por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus, 2000. 260 p.

*A deusa ferida:* por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência, trabalho coordenado por Sílvia H. Simões Borelli e Gabriel Priolli (2000), contando com a colaboração de outros pesquisadores e auxiliares de pesquisa, ligados às áreas de Ciências Sociais e Comunicação da PUC-SP, evidencia aspectos positivos da investigação realizada por equipes, nas quais pesquisadores com diferentes *expertises* procuram dar conta de uma meta comum. Este é o primeiro aspecto que caracteriza esse

---

1. E-mail: richard.romancini@gmail.com

trabalho como inovador, diferenciado do padrão mais comum de pesquisa e publicação científica da área da Comunicação no Brasil.

É possível notar, nesse sentido, quanto aos livros destacados pelo Ciclo de Conferências promovido pela Fapesp e pela Intercom, que os trabalhos uniautorais predominam. Dentre os 115 livros, em apenas 19 mais de um autor assinam o volume ou capítulos dos mesmos. São exemplos deste tipo, a pioneira sistematização sobre questões teóricas relacionadas com a Comunicação elaborada por Cohn (1971) e os trabalhos que compilam contribuições de diferentes autores, a partir de eventos ou chamadas temáticas. Desse modo, a publicação de referência, isto é, aquela que adquiriu ou parece obter relevância na área, corresponde, em ampla maioria, a trabalhos que não foram elaborados por equipes de investigação. Com segurança, pode-se dizer também que grande parte dos livros destacados são adaptações de dissertações de mestrado, teses de doutorado e, menos, relatórios de pós-doutorado.

Talvez se possa pensar que trabalhos como *A deusa ferida* sinalizem um momento de maior consolidação e maturidade das Ciências da Comunicação em São Paulo e no Brasil, tendo em vista que as pesquisas em equipe exigem líderes experientes e capazes de elaborar propostas de maior complexidade<sup>2</sup>. Vale notar, pois, que os coordenadores do trabalho possuíam já certa inserção no campo comunicacional, tanto na área de investigação quanto em práticas profissionais. Desse modo, Borelli tinha trajetória acadêmica marcada pela participação em importantes pesquisas sobre a teleficcionalidade no Brasil – como as que resultaram nos livros *Telenovela: história e produção*, de 1989, e *Vivendo com a telenovela*, de 2002 – e Priolli, além de jornalista, tendo sido inclusive editor do *Jornal Nacional*, e professor, atuou na crítica e produção de TV, tendo sido o redator de uma biografia de Walter Clark, executivo importante na ascensão da Rede Globo ao topo da audiência, publicada em 1991.

O objetivo geral da investigação – a “análise do comportamento dos índices de audiência da Rede Globo de Televisão” (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 14)

- 
2. O pesquisador Norval Baitello Júnior, membro da Coordenação da Área de Ciências Humanas e Sociais da Fapesp, afirmou, na abertura do Ciclo de Conferências, que a área da Comunicação possui a falha de ser “tímida” nos projetos de pesquisa para os quais solicita financiamento à agência. “Apresentamos poucos projetos considerados complexos, [...] que recebem maior volume de recursos” (apud ALLISON, 2013). O trabalho de pesquisa de Borelli e Priolli aqui discutido, embora não se caracterize por uma realização em larga duração temporal – um dos pontos que Baitello enfoca quanto à “complexidade” das propostas –, por outro lado, tem esta característica em termos do trabalho em equipe.

– relaciona-se à conjuntura da época, marcada pela aparente perda de audiência da emissora. Em verdade, o trabalho caracteriza-se por também mostrar, numa perspectiva histórica, o processo pelo qual a emissora alcançou hegemonia no panorama televisual brasileiro. Esta é uma operação importante, e beneficiada pela dimensão coletiva da pesquisa, pois contextualiza a perda de audiência da emissora, bem como favorece as análises sobre as articulações, ao longo do tempo, entre a sociedade brasileira e a produção televisual. Tal opção permite ao trabalho desenvolver um argumento explicativo sobre a perda da audiência da Rede Globo com base em prováveis desajustes entre a oferta da programação e as expectativas culturais das audiências, afetadas por mudanças nas condições sociais.

O livro foi publicado em 2000, ano marcado pela efeméride dos 50 anos da televisão no Brasil, sendo que então foram publicadas muitas obras sobre o veículo. No entanto, como bem notou uma resenha da época: “Em meio a tantos trabalhos sobre o tema – alguns de caráter apenas anedótico – este é resultado de uma pesquisa empírica que revê a literatura acerca da TV no país” (ALMEIDA, 2001, p. 225). O teor de pesquisa empírica sistemática, com aportes teóricos e delineamentos metodológicos bem estabelecidos, é um aspecto também positivo de *A deusa ferida*.

## Deslocamentos teóricos

É correto, porém, observar que o tratamento científico da televisão brasileira, enfocando aspectos de sua programação e audiência, no livro em questão, possui uma perspectiva diferente das tradições de pesquisa que costumavam enfatizar o elemento de manipulação ideológica do veículo. O contexto histórico, marcado pelo regime autoritário de 1964, no qual se iniciam as pesquisas sobre a televisão e demais meios de comunicação, estimulou um olhar crítico sobre os meios. Esta perspectiva foi reforçada, inclusive, pela confluência, em relação à TV, de interesses entre os empresários do setor e o Estado autoritário. “Talvez o melhor exemplo da colaboração entre o regime militar e a expansão dos grupos privados seja o da televisão”, nota Ortiz (2001, p. 117).

Por outro lado, para este autor, embora a discussão da cultura popular e da cultura brasileira possuísse larga tradição no país, houve um “relativo silêncio sobre a existência de uma ‘cultura de massa’, assim como sobre o relacionamento entre produção cultural e mercado” (ORTIZ, 2001, p. 14). É o contexto social

autoritário em que emerge a pesquisa sobre os meios de comunicação que explicaria por que os “intelectuais não percebessem com clareza a consolidação de uma cultura de mercado que se realizava sob seus pés”, para Ortiz (2001, p. 16). A preocupação com aspectos do momento político teria desviado a atenção dos estudiosos para outras questões. Lopes (1990) concorda com o diagnóstico sobre a baixa tematização a respeito da indústria cultural, na década de 1960, porém avalia que o modo como ocorreu a recepção dos teóricos da Escola de Frankfurt é uma dimensão importante desse fato.

No final da década de 1960 ocorrem as primeiras traduções de autores da Escola de Frankfurt que estabeleceram os contornos teóricos sob os quais se iniciou a reflexão sobre a cultura de massa no Brasil, em paralelo à consolidação da indústria cultural e no contexto da luta contra o autoritarismo. Na década de 1970, crescem os estudos sobre os meios de comunicação de massa com base na perspectiva frankfurtiana, o que, segundo Lopes, relaciona-se ao fato da teoria prover uma “chave de leitura para as mudanças que ocorrem na esfera cultural do país, promovidas por um regime ditatorial” (1990, p. 50). Apesar de seus méritos, ao chamar a atenção a problemas pertinentes, a ênfase da teoria dos frankfurtianos no papel de dominação ideológica dos meios de comunicação bloqueou uma visão mais matizada sobre estes e suas formas de relacionamento com a cultura popular.

Assim, no caso da TV, e particularmente da telenovela, os trabalhos no campo crítico são marcados, de acordo com Borelli (2001, p. 29), pelo “preconceito acadêmico”. As razões deste preconceito relacionam-se ao marco teórico que vê a cultura nas sociedades modernas cindida em três âmbitos: o culto, o popular e o massivo. Este último espaço, onde se localiza a produção simbólica da indústria cultural, é responsabilizado pela vulgarização da cultura erudita e degradação da cultura popular. Como observa Borelli (2001, p. 30):

A televisão e as telenovelas, fundamentos de uma nova ordem, aparecem como elementos capazes de ocasionar desordens até então inconcebíveis: invadem lares; alteram cotidianos; desenhem novas imagens – seria possível uma estética televisual? –; propõem comportamentos e consolidam um padrão de narrativa considerado dissonante, tanto para os modelos clássicos e cultos quanto para as tradições populares.

A abordagem crítica dos meios, seguindo o pensamento frankfurtiano através décadas, na pesquisa em Comunicação. Porém, tanto a partir do diálogo

com a tradição inglesa dos estudos culturais, quanto pela incorporação de Gramsci para analisar os embates e convergências entre as esferas culturais da sociedade contemporânea, os enquadramentos teóricos da investigação comunicacional no Brasil se alargaram ou se pluralizaram. De acordo com Borelli (2001), o aspecto principal que justificou este deslocamento teórico foi a possibilidade de ir além da análise dos meios, enquanto dimensão produtiva, de ideologia e materialidades econômicas, de modo a analisar as especificidades dos produtos culturais e dos receptores. Estes passam a ser vistos a partir de contextos de mediação que conformam significados da prática de consumo dos meios.

A emergência da teorização latino-americana, de autores como Canclini e Martín-Barbero, em diálogo com as perspectivas teóricas renovadas, também estimulou a reflexão sobre os meios nas sociedades da região. Desse modo, esses autores “situam a cultura dentro de um contexto latino-americano de ‘modernidade tardia’ e problematizam, de forma articulada, as relações entre cultura popular e cultura de massa” (BORELLI, 2001, p. 31).

Pode-se dizer que a pesquisa de Borelli e Priolli situa-se no marco dessas discussões que buscaram renovar teoricamente os estudos, refletindo sobre o “popular massivo”, isto é, o universo no qual produtos da indústria cultural, como as telenovelas, produzem um “entrelaçamento da cultura popular e cultura de massa quanto à emergência de relações de mediações entre produtores, produtos e receptores, que dialogam entre si, mediante um repertório ficcional e documental compartilhado” (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 32).

Passados cerca de 13 anos da publicação de *A deusa ferida*, é possível afirmar que a pesquisa sobre a televisão e a telenovela, em particular, adquiriu maior legitimidade acadêmica. O movimento de reposicionamento teórico da investigação sobre os meios de comunicação que o livro assinalou consolidou-se. Talvez se possa dizer que a perspectiva que enfoca as mediações culturais, a recepção, as negociações entre o popular e o massivo é hoje, se não hegemônica, uma das principais da investigação comunicacional no Brasil.

## O objeto e suas dificuldades

A Rede Globo tem uma posição ambivalente no Brasil – ela é, há muitos anos, a emissora líder de audiência, talvez a maior exportadora de imagens do

país para o mundo (por meio das telenovelas) e produz alguns programas de qualidade reconhecida, mas é também associada ao regime militar<sup>3</sup> e situações de parcialidade política. O caso da edição do debate entre Collor e Lula, em 1989, é um dos casos mais emblemáticos, nessa perspectiva. Além disso, a emissora é o carro-chefe do principal conglomerado de comunicação do país e da América Latina<sup>4</sup>. Por isso, é um objeto de pesquisa que envolve certa “obsessão da intelectualidade”, como observa a apresentação de *A deusa ferida*. E mais que isso: até o desejo de muitos para que a Globo deixe a posição de centralidade que ocupa na TV e na sociedade brasileiras, influenciando gostos, pautando temas e enquadrando debates públicos.

Sendo assim, os autores salientaram que sua motivação era a de ultrapassar percepções distorcidas, fruto de desejos ou preconceitos, e *examinar os fatos* relacionados à audiência da Rede Globo. A “guerra de audiência”, comumente abordada em termos muito pontuais, com abordagem ligeira ou mesmo tendenciosa na imprensa (por vezes pela influência da própria publicidade das emissoras), ao ser transmutada num objeto de pesquisa científica, requeria uma preocupação desse tipo.

“O que faz de emissora de televisão um paradigma para produtores e audiência, capaz de mobilizar adesões e críticas apaixonadas?” (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 13), indagam os autores, no início do trabalho. A capacidade de uma emissora líder como a Rede Globo em atuar como um “espelho cultural” (idem) de amplos segmentos do público parece ser o ponto central que guia a investigação, a busca de respostas. Para tanto, o trabalho faz uso de uma abordagem metodológica múltipla, recorrendo a dados de institutos de pesquisa, informações coletadas em diferentes fontes documentais e a realização de uma pesquisa qualitativa com oito grupos de discussão.

- 
3. As críticas às Organizações Globo por seu suporte ao regime militar repercutem, até hoje, a tal ponto que a empresa publicou em seu principal jornal, há pouco, um editorial em que reconhece o apoio ao golpe de 1964, afirmando que ele “foi um erro” (APOIO, 2013). Embora a emissora de TV do grupo tenha sido criada após o golpe, em 1965, manteve relações privilegiadas com o regime, poupando-o de maiores críticas.
  4. De acordo com o Institute of Media and Communications Policy (2013), o Grupo Globo ocuparia a 26ª posição, entre os 50 maiores conglomerados de comunicação do mundo com base nas receitas. O mesmo órgão nota que a Rede Globo de TV seria a maior emissora da América Latina e a quarta do mundo (INSTITUTE OF MEDIA AND COMMUNICATIONS POLICY, 2013a).

Quanto aos dados numéricos, particularmente os indicadores de audiência, o trabalho informa que procurou utilizá-los numa perspectiva qualitativa, de modo a que eles não fossem tomados como “dados absolutos, mas como referências históricas no mapeamento de tendências, alternativas, trajetões a percorrer” (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 15). Embora isso seja perceptível nas buscas explicativas das análises, é possível concordar com Almeida (2001), quanto ao fato dos dados da pesquisa de audiência de mercado utilizada em *A deusa ferida* enfocarem mais a população com maior poder aquisitivo – aspecto que poderia ter sido problematizado no estudo. Em relação a este desajuste entre universos (da pesquisa de mercado e da sociedade), posteriormente, Hamburger (2006) procurou tirar implicações.

Situa-se também no âmbito da estratégia analítica do trabalho, a opção, bem justificada, por priorizar o estudo de dois gêneros fortemente relacionados ao “padrão Globo” e que são veiculados no horário mais importante das emissoras (o *prime-time*): as telenovelas e o telejornalismo. O *prime-time*, como notam os autores, constitui o espaço que firmou a liderança da Globo, sendo por isso um momento da programação privilegiado para o estudo, além de captar as maiores verbas publicitárias das emissoras.

As análises buscam amparo em causas internas e externas para a oscilação de audiência, destacando, no primeiro caso, a relação entre o padrão técnico da Globo (percebido como superior pelos telespectadores) e a audiência; no segundo aspecto, pontos como a concorrência com as outras emissoras, a questão da segmentação da TV aberta, a televisão paga, as transformações socioeconômicas e a influência das novas tecnologias, são discutidos. Os fatores internos são afetados pelos externos, pelo que acontece na sociedade em geral. Assim, o reaparecimento de programas populares no horário nobre, a partir de 1996, que afetou os índices de audiência da Rede Globo, relaciona-se ao aumento do poder aquisitivo das classes populares, com o Plano Real. Tais classes passaram a constituir mercados (e audiências) que o setor publicitário não podia ignorar.

No entanto, é curioso observar que, embora o trabalho discuta outros pontos e momentos críticos de perda de audiência ou credibilidade, da época da pesquisa e anteriores, relacionados às telenovelas e ao *Jornal Nacional*, a Rede Globo mantivesse e continue mantendo a liderança de audiência, alicerçada nesses produtos. Certamente, isso se deve a um aspecto evidenciado por dados qualitativos mostrados em *A deusa ferida* – parte dos telespectadores possui uma relação, mais do que de hábito, de “vício” com os programas do horário nobre da Globo.

Com efeito, ao fim do estudo, os autores constatam a perda de audiência da emissora, notando, porém, que a ela ainda seguia liderando a audiência por

ampla margem, não sendo possível antecipar um momento no qual poderia ser ultrapassada. Este aspecto era reforçado pela pesquisa mostrar que a perda de audiência da Globo não se correlacionava a ganhos muito expressivos por parte de alguma outra emissora que pudesse representar uma ameaça mais incisiva.

Entretanto, ao concordar com os autores de *A deusa ferida* sobre a dinâmica entre fatores internos e externos na relação entre telespectadores e emissoras, é interessante notar que o trabalho apontou para aspectos conformadores do comportamento da audiência que só cresceram desde aquela época. É o caso da disseminação da internet – em 2000 havia 4,9 milhões de internautas domiciliares e, em 2012, eles foram 44,6 milhões (CETIC.br, 2012) –, associada ao surgimento de plataformas de distribuição de conteúdo audiovisual, como a empresa Netflix, e da TV por assinatura – em 2000 havia 3,4 milhões assinantes e, em 2013, são 17 milhões (TELECO, 2013) –, bem como o aumento do poder aquisitivo dos grupos sociais que, por conta disso, alçaram a chamada “classe C”.

Fatores como estes poderão alterar a dinâmica da audiência e abalar a hegemonia da Rede Globo? Somente novas pesquisas poderão responder essa questão. Para elaborar conhecimentos rigorosos, as novas investigações devem ter uma perspectiva aberta à complexidade, já observada por Borelli e Priolli, por exemplo, ao caracterizarem o papel da internet, na época, como “fator tanto de dispersão da audiência televisiva como um meio de comunicação importante para reestabelecer o contato com o telespectador” (2000, p. 154). O surgimento, em anos recentes, de noções como a de “transmídia” parece chamar mais ainda a atenção para a ambivalência relacionada às diferentes linguagens e suportes, quanto às suas possibilidades de sinergia e complementaridade ou fragmentação da audiência.

Construir uma audiência (por parte das emissoras) é uma tarefa complexa, pois, como nota Ang (apud HAMBURGUER, 2006, p. 17-18):

as emissoras não contam com público garantido, [...] [por isso] ganhar e manter uma audiência estável representa um desafio permanente; [...] para enfrentar esse desafio, as emissoras lidam com construções da “audiência”, uma entidade abstrata que dificilmente se materializa [...].

Esta construção da audiência é também um desafio para os pesquisadores, incontornável para responder questões sobre essa dimensão da recepção dos produtos midiáticos. Os futuros trabalhos sobre o tema, particularmente enfocando a Rede

Globo, poderão obter contribuições teóricas e metodológicas a partir da leitura do importante trabalho em equipe coordenado por Borelli e Priolli.

## Referências

ALLISON, Elton. 'Pesquisa em comunicação precisa ser mais ambiciosa'. **Agência Fapesp**, 12/08/2013. Disponível em <<http://agencia.fapesp.br/17690>>. Acesso em 2 set. 2013.

ALMEIDA, Heloísa Buarque de. A deusa que não foi vencida. **Novos Estudos**, nº 59, p. 225-228, março 2001.

APOIO editorial ao golpe de 64 foi um erro. **O Globo**. Rio de Janeiro, 31 ago. 2013. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/pais/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>>. Acesso em 2 set. 2013.

BORELLI, Sílvia H. S. Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas. **São Paulo Perspec.** vol.15, n.3, p. 29-36, 2001. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-88392001000300005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000300005&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 10 set. 2013.

BORELLI, Sílvia H. S.; PRIOLLI, Gabriel (coords.). **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000. 260 p.

CETIC.br. **Painel IBOPE/NetRatings**. 2012. Disponível em <<http://www.cetic.br/usuarios/ibope/tab02-01-2012.htm>>. Acesso em 10 set. 2013.

COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Nacional, 1971. 406 p.

HAMBURGUER, Esther. **A construção da audiência: mecanismos que fazem diferença**. 30º Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, 24 a 28 de outubro de 2006. 19 p. Disponível em <[http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=3565&Itemid=232](http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=3565&Itemid=232)>. Acesso em 10 set. 2013.

**INSTITUTE** of Media and Communications Policy. Media Data Base - International Media Corporations 2013. 27/06/2013. Disponível em <<http://www.mediadb.eu/en.html>>. Acesso em 10 set. 2013.

\_\_\_\_\_. Globo Comunicação e Participações S.A. 29/04/2013a. Disponível em <<http://www.mediadb.eu/en/data-base/international-media-corporations/globo-communicacao-e-participacoes-sa.html>>. Acesso em 10 set. 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**: formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1990. 148 p.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira** [1988]. São Paulo: Brasiliense, 5ª ed., 2001. 222 p.

TELECO. **Indicadores de Assinantes de SeAC (TVC, DTH, MMDS e TVA)**, 2013. Disponível em <<http://goo.gl/vsBAJS>>. Acesso em 10 set. 2013.

## 21.

# A notícia como espetáculo ou o espetáculo da notícia

Maria Elisabete Antonioli<sup>1</sup>

ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

ARBEX JR., José. **Showrnalismo: A notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001. 294p.

O livro *Showrnalismo – A notícia como espetáculo*, lançado em 2001 pelo jornalista José Arbex, é resultado de sua tese de doutoramento, defendida no Departamento de História da Universidade de São Paulo, sob a orientação do professor Nicolau Sevcenko e com banca composta pelos professores: István Jancsó, Jair Borin, Wilson Schwartz e Jorge Grespan. O livro apresenta prefácio de João Pedro Stedile e posfácio de Sérgio de Souza. Há, também, uma apresentação do professor da Universidade de São Paulo István Jancsó.

---

1. E-mail: [mantonioli@espm.br](mailto:mantonioli@espm.br)

No livro, o autor problematiza a notícia como espetáculo, levando em consideração, na sua construção, o desaparecimento entre a realidade e a ficção e o tratamento que lhe é oferecido pelas organizações midiáticas que a veem como mercadoria e objeto de lucratividade. Para tanto, Arbex se debruça sobre aspectos teóricos apropriados do rigor acadêmico de sua tese. Quanto à bibliografia adotada, o autor informa que está fundamentada em um quadro de referenciais teóricos delimitado em quatro eixos descritos como: marxista (Teoria Crítica e seus seguidores, entre os quais Jürgen Habermas e Andreas Huyssen); conservador (Martin Heidegger); pós-modernista (Jean Baudrillard, Paul Virilio, Michel Foucault) e aqueles que se debruçaram sobre a crítica da cultura e da mídia (Pierre Bourdieu, Umberto Eco, Richard Rorty, Noam Chomsky e Hannah Arendt). O autor assegura, também, estar ciente das fortes polêmicas que os autores citados mantiveram. Em relação ao que ele chama de “questões de método”, cuja opção foi a discussão sobre a imbricação entre jornalismo e história, o autor se apoiou nos estudos de Steven Coonor (1989) que, segundo ele, faz uma crítica à percepção de que só podemos conhecer processos acabados e encerrados, herdeira da crença de que a experiência é separada do conhecimento.

Nesse caminho, Arbex não se limita apenas à discussão teórica de suas premissas, mas também traz a riqueza de sua experiência profissional no período em que trabalhou como correspondente do jornal *Folha de S. Paulo*, entre os anos de 1984 e 1992, para oferecer ao leitor reflexões sobre as coberturas que fez de acontecimentos históricos mundiais como também para contestar questões de interesse da empresa, como o Projeto Folha. Deve ser observado também que, segundo o autor, essa experiência profissional o levou a questionamentos no decorrer dos anos subsequentes acerca das relações entre a história e as narrativas da história, a importância social e política dos meios de comunicação de massa, o poder político, a opinião pública, a memória, as lembranças subjetivas e as convicções ideológicas, temas que estão presentes no livro. Portanto, o autor apresenta, também, no trabalho, a reflexão acerca de sua produção jornalística que, segundo ele, é a consequência de uma conjugação de dois grandes dados: em primeiro lugar, da envergadura, amplitude e profundidade dos eventos que cobriu e, segundo, do fato de ter participado de todas as pontas do processo de produção e de veiculação de notícias e de textos historiográficos (2001, p. 28). Nesse sentido, observa-se a notoriedade que Arbex tem para escrever um livro dessa natureza, que traz a inserção de críticas advindas de sua prática cotidiana no jornalismo apoiada em um arcabouço teórico. Essa prática jornalística apresentada no livro tem início com a cobertura da queda do Muro de Berlim, no

ano de 1989. Entretanto, é realmente para a cobertura televisiva da Guerra do Golfo, em 1991, que o autor se debruça com mais criticidade, pois, segundo ele, foi a primeira vez que uma guerra foi transmitida “ao vivo”. Assim, ele chama a atenção sobre essa cobertura, fazendo uma forte relação entre notícia e espetáculo e afirma, também, que foi “a primeira vez que se utilizou, em larga escala, a técnica de transmissão de imagens digitalizadas (isto é, criadas por um processo de simulação)”. Para o autor, a cobertura ao vivo do conflito consagrou definitivamente o que chamou de “espetacularização” da notícia, tendo como referência os estudos de Guy Debord (1997), quando enaltece a imagem nessa construção. Conforme o pensador francês, “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.” Portanto, a sequência de imagens é um fator fundamental no processo televisivo. Nessa perspectiva, Arbex assegura que, nos programas de telejornalismo, o mais importante são o impacto da mensagem e o ritmo da transmissão. Para tanto, faz uma analogia com o videoclipe, ao afirmar que nele “uma sucessão de imagens é ‘costurada’ de maneira aparentemente aleatória, mas que em seu conjunto reforçam uma certa mensagem” (2001, p. 53). Nessa linha de raciocínio, o autor acredita que os indivíduos fazem parte de uma cultura que tem a percepção visual como principal fonte de seu conhecimento. Ainda, sobre televisão, ele busca os estudos de Umberto Eco e afirma que é um meio que permite facilmente a transposição dos limites entre a ficção e a realidade, pois é um canal que oferece uma multiplicidade de programas de diversos gêneros, como os artísticos, os jornalísticos, os esportivos, entre outros.

Para essa discussão, o jornalista também recorre ao sociólogo e filósofo francês Jean Baudrillard para afirmar: “Jean Baudrillard dirá que o desaparecimento das fronteiras entre ficção e realidade atribuiu à mídia não apenas a capacidade de criar fatos, como também a de criar a ‘opinião’ pública sobre os fatos que ela mesma gerou” (2001:54). Em seguida, dá sequência ao tema opinião pública, apoiado nos estudos de Jürgen Habermas, e diz que aparentemente a opinião que a mídia divulga interfere no curso dos acontecimentos e dá a ilusão que o público foi levado em consideração, quando, na verdade, os indivíduos permanecem isolados e virtualmente unificados pela mídia, mas sem interlocução. Para o jornalista, as megacorporações simulam a ágora que legitimará suas próprias estratégias de dominação e controle. Por isso, faz questão de frisar que o telejornal diário tem sua lógica determinada pelo conjunto de relações de cada veículo da mídia com o sistema político, financeiro e econômico do local onde se encontra. A notícia como produto final é uma síntese desse conjunto

de relações, que ganhou ainda maior complexidade a partir de meados dos anos 80, com a informação das redes planetárias de comunicação (como é o caso da CNN) e dos grandes conglomerados multinacionais (2001, p. 98-99). Por isso, é necessário que a cobertura jornalística leve em consideração as decisões empresariais e os interesses corporativos em escala transnacional e ainda, segundo o autor, “particularmente os interesses da mídia americana”.

É exatamente sobre a mídia americana que o estudioso tece críticas eloquentes, como em relação a sua hegemonia sobre a seleção, distribuição e interpretação das notícias, que reforçam a ideologia liberal de que a resolução dos problemas, quer sejam de ordem pública ou privada, individuais ou coletivos, cabe ao mercado. Nessa perspectiva, leva-se em consideração o potencial e o domínio da mídia dos EUA, tanto no desenvolvimento de novas tecnologias da comunicação e da informação, como na criação de grandes conglomerados e na produção e distribuição de produtos jornalísticos em nível mundial.

Outra questão discutida no trabalho refere-se à velocidade da informação, cada vez mais importante na atividade jornalística, levando-se em consideração que a notícia é um produto perecível, pois a cada segundo novos dados são disponibilizados. Isso leva à acirrada competitividade pelo “furo”, pela exposição do fato, ou seja, nas próprias palavras do autor, pela “exaltação da novidade”. Exaltação essa explorada pelos veículos de comunicação que, ao competirem acirradamente por índices de audiência, buscam oferecer o “furo” de reportagem, mesmo que, para isso, tenham de abrir mão do método de apuração e, no seu lugar, apresentar ao público uma narrativa apenas dinâmica e que cause empatia. Por esse motivo, as imagens, aliadas a um ritmo frenético de velocidade, propiciam um produto noticioso apropriado ao telejornalismo e rentável às empresas de mídia. Nesse sentido, a valorização está na forma como o produto é “embalado e apresentado”, e não no seu conteúdo. Trata-se do entendimento que os frankfurtianos tinham dos produtos culturais, vistos como mercadorias produzidas por empresas integrantes do sistema capitalista e aquém do nível de qualidade esperado. Produtos sedutores e massificadores.

A questão da velocidade dos meios em relação à história também é apresentada pelo autor. Para tanto, ele recorre às palavras do filósofo francês Paul Virilio (1996), quando assevera que, do início do século XIX até os dias atuais, a história tecnológica da mídia pode ser resumida como a história da criação dos meios cada vez mais rápidos de disseminar informações.

Para Arbex, atualmente a espetacularização da notícia está cada vez mais acentuada. Questionado sobre a utilização da internet nesse complexo processo, ele diz

que ela sozinha não tem influência. Como exemplo cita o noticiário recente sobre Edward Snowden, ao afirmar que tudo se passa como se fosse um filme de 007 ou coisa parecida. Para ele, quase nada se discute sobre as implicações reais da espionagem promovida pelos Estados Unidos com o programa Prism. Afirma, ainda:

Para efeito de visualizar o que estou tentando dizer, basta pensar, por contraste, no que aconteceria se o mesmo esquema tivesse sido construído por, digamos, Fidel Castro ou Hugo Chávez: o mundo desabaria. Especialistas em fila seriam entrevistados sobre os ataques à democracia, professores diriam, em tom solene, que o autoritarismo é uma decorrência inevitável do marxismo e um monte de outras bobagens semelhantes. Não creio que a internet, por si só, tenha qualquer influência sobre esse processo.<sup>2</sup>

Mediante a espetacularização da notícia, o jornalismo é apresentado como um show que leva ao apagamento da fronteira entre o real e o fictício, e, conforme o autor, pelas mãos da “intencionalidade manipuladora” da câmera de televisão (2001, p. 35). Nessa mesma linha, Perseu Abramo (2003) afirma que a manipulação da realidade pela imprensa ocorre de diversas formas e distingue quatro padrões gerais para toda a imprensa e um específico para o telejornalismo: o padrão de ocultação, que se refere à ausência e à presença de fatos reais na produção da imprensa. O padrão de fragmentação, quando o todo real é despedaçado. O padrão da inversão, quando há um reordenamento das partes descontextualizadas e, ao final, o padrão de indução, quando “o leitor é induzido a ver o mundo não como ele é, mas sim como querem que ele o veja”.

Com relação ao padrão específico para televisão, Abramo enumera três atos: o primeiro, quando o fato é apresentado sob seus ângulos menos racionais e mais emocionais, mais espetaculares e sensacionalistas; o segundo, quando os envolvidos falam, e o terceiro, quando a autoridade resolve e controla a situação, tranquilizando a sociedade.

Em comunhão com o padrão de ocultação citado, Arbex afirma que a televisão define o que será ou não um acontecimento político. Observam-se, também, as censuras econômicas, mencionadas por Pierre Bordieu, ou seja, a pressão econômica. Sobre a lógica da ocultação dos fatos, Bordieu (1997, p. 24) afirma que:

---

2. Entrevista à autora em 31 de julho de 2013.

[...] a televisão pode, paradoxalmente, ocultar mostrando, mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não correspondente absolutamente à realidade.

Passados mais de dez anos da publicação do livro, a concorrência pela audiência está cada vez mais acirrada para a televisão, assim como os outros meios e, agora, não é possível deixar de destacar a chegada das redes sociais como disseminadoras instantâneas da informação e da participação social. Para o autor, as redes sociais ganharam um espaço significativo na veiculação de informações e são fundamentais para isso. Mas ele não compartilha do entusiasmo provocado por elas junto à população. Afirma que as redes são apenas um instrumento.

Chegou-se ao absurdo de dizer que foram as redes que permitiram a Primavera Árabe. Isso é ridículo. A tal “primavera” foi provocada pela miséria, pela fome, por um sentimento insuportável de humilhação de milhões. As redes existem no Brasil há muitos anos; porque só agora as revoltas explodiram? Não tem nada que ver com as redes, mas sim com a conjuntura. As redes, repito, servem como instrumento útil.<sup>3</sup>

Em relação às redes sociais e a cobertura jornalística, mesmo sinalizando a necessidade de ser cuidadoso, o pesquisador diz que o bloqueio, o silêncio, as mentiras divulgadas pela mídia podem agora ser mais facilmente furados, criticados e expostos e cita o exemplo do recente episódio em que a PM quis incriminar um jovem, Bruno Ferreira Teles, na manifestação do Rio de Janeiro, durante a visita do papa. Ele diz:

Teles foi acusado de atirar um coquetel molotov contra policiais. Filmagens postadas nas redes sociais mostravam que o jovem nada tinha que ver com o ataque, e o processo foi arquivado pela justiça. Além disso, as redes permitem a rápida divulgação

---

3. Entrevista à autora em 31 de julho de 2013.

de eventos, pontos de encontro etc. Isso tudo tira dos grandes meios o monopólio. Mas, de novo, é preciso ter muito cuidado.<sup>4</sup>

Arbex reafirma sua posição em relação às redes sociais como instrumento. “Se não houver mobilização, disposição de tomar as ruas, as redes sociais servem, no máximo, apenas para trocas de informação. Não são elas que produzem consciência ou disposição de manifestar”.

É falando sobre a busca do furo de reportagem e sobre a acirrada competitividade pela audiência entre veículos de comunicação, com objetivos puramente econômicos, que o autor traz à discussão uma série de elementos que propiciam a construção de notícias espetaculosas que, em vez de colaborar com o interesse público, acabam por levar a população à alienação. É a própria sociedade do espetáculo que, após mais de uma década do lançamento do livro, ganhou força com a entrada de novos atores sociais que, pela internet, também têm a oportunidade de construir cenários, ou, ainda, de reproduzir aqueles veiculados pela própria mídia, ou, então, amplificá-los, dando margem a novas interpretações, muitas vezes a partir da ficção e não da realidade. É mais uma vez a realidade e a ficção presentes na divulgação de fatos que merecem uma clareza em sua descrição, mas acabam perdendo a força diante de um inimigo feroz: a audiência.

No showrnalismo, a busca pela imparcialidade e a busca pela objetividade são desprezadas e o método de construção da notícia deixa de existir para, em seu lugar, prevalecerem no texto e na imagem o apelo, o impacto e a dramatização, instrumentos que seduzem o leitor, mas não contribuem para sua cidadania. Entretanto, o pesquisador, mesmo ao afirmar que os interesses corporativos obviamente são dominantes, acredita que:

A emancipação do jornalismo como atividade informativa, crítica e reflexiva não será obra do próprio jornalismo, mas será possibilitada por transformações sociais que contarão com a contribuição de jornalistas sérios, e aí incluo alguns que trabalham até mesmo nos grandes meios, como Robert Fisk e John Pilger.<sup>5</sup>

---

4. Entrevista à autora em 31 de julho de 2013.

5. Entrevista à autora em 31 de julho de 2013.

Arbex, que assume no livro sua posição ideológica marxista, a demonstra explicitamente em todo o texto que se apresenta objetivo, assertivo, extremamente crítico e apoiado em algumas correntes de pensadores. Ele procura demonstrar a banalização do jornalismo enquanto uma produção reconstituída por meio dos aparatos tecnológicos, em especial, os da imagem, em que a realidade é totalmente destruída para, em seu lugar, tomar conta um simulacro construído de acordo com interesses políticos e econômicos de grandes corporações da comunicação, cujos braços alcançam o mundo inteiro. A velocidade está presente na reconstituição dessa realidade, não apenas na elaboração do produto final, mas também na sua divulgação em escala mundial. Esse fator acaba também por estimular as empresas a uma acirrada competição pela audiência e, neste caso, o processo de racionalização para que a produção e a distribuição sejam velozes é fundamental. Características do mundo contemporâneo e de um sistema capitalista de bens de produção, que os pensadores da Escola de Frankfurt criticavam veementemente.

O jovem jornalista e idealista José Arbex Júnior transformou-se em um renomado pesquisador social e a partir de seus trabalhos passou a fazer parte do grupo dos “Transformadores das Ciências da Comunicação”. No livro *Showrnalismo: A notícia como espetáculo*, ele conseguiu correlacionar naturalmente reflexões provenientes de suas experiências do âmbito profissional, assim como de suas pesquisas provenientes do âmbito científico. O resultado é um livro denso, composto por 294 páginas e que apresenta uma forte crítica ao papel dos meios de comunicação, enquanto produtores de notícias destituídas do método jornalístico e preocupados tão somente com produções que levem em conta, acima de tudo, os interesses corporativos. É o que Arbex chama de “showrnalismo”, o enfraquecimento ou mesmo o apagamento entre a realidade e a ficção. É a notícia como espetáculo.

## Referências

ABRAMO, Perseu. **Padrões de Manipulação na Grande Imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

ARBEX JR, José. **Showrnalismo: A notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. **À sombra das maiorias silenciosas**: o fim do social e o surgimento das massas. São Paulo, Brasiliense, 1993.

BORDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

VIRILIO, Paul. **A arte do motor**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.



## 22.

# Olhares sobre a comunicação no limiar de um mundo global

Francisco Rolfsen Belda<sup>1</sup>

UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo-Edgar; SILVA, Hélio. **Desafios da Comunicação**. Petrópolis:Vozes, 2000. 344p.

No momento em que são celebrados os cinquenta anos de desenvolvimento das ciências da comunicação no Brasil, revisar os textos reunidos em *Desafios da Comunicação* (Ed.Vozes, 2000) representa algo mais do que uma oportunidade para estudiosos da área refletirem sobre como se recoloca, treze anos depois, um importante conjunto de problemas associados às implicações comunicacionais da globalização.

Grande parte deles já se anunciava na virada do século, sinalizando o transbordo dessas questões para além das fronteiras de suas teorias fundantes, na

---

1. Professor do Departamento de Comunicação Social, coordenador do Curso de Jornalismo, professor do Programa de Pós-Graduação da Unesp de Bauru. E-mail: belda@faac.unesp.br

economia, na política, na cultura ou mesmo no campo da comunicação. Diante da revolução tecnológica que atingira o âmago do sistema, sua transformação parecia um movimento inevitável, efetivo e com reflexos radicalmente estruturais, em níveis diversos.

Acelerava-se o tempo, flexibilizavam-se os espaços que, antes, compreendiam os meios e as mensagens. Transformava-se com eles, uma vez mais, porém como nunca antes, o ainda incerto objeto da comunicação. Seus fenômenos passavam a ser ao mesmo tempo coletivos e individuais, mundiais e locais, unindo cada pessoa no planeta em uma rede de fluxos virtuais que adquiria onipresença e não tardaria a reivindicar sua prerrogativa de também se fazer onisciente e onipotente em relação a tudo e a todos que estivessem a ela submetidos.

Como reconhece, logo de início, o economista, professor e pesquisador Ladislau Dowbor, ao apresentar a obra por ele organizada em parceria com Octavio Ianni, Paulo-Edgar Resende e Hélio Silva, a comunicação, naquele limiar de novo milênio, e diante da nova face do mundo global, não era mais apenas *um* negócio. Ela havia se transformado no *negócio*.

## Plano da obra

*Desafios da comunicação*, assim como *Desafios da globalização*, título organizado dois anos antes por Dowbor juntamente com Ianni e Resende, constitui um dos volumes que integram a coleção “Horizontes da Globalização”, elaborada ao longo de uma década sob a curadoria do conselho editorial composto por Milton Santos, Maria Adélia Aparecida de Souza, Lucrécia Dialessio Ferrara, Renato Ortiz, além do próprio Ianni.

Na época do lançamento do volume aqui retratado, a coleção já havia reunido outros seis títulos, encabeçados por autores por Armand Mattelart (*Comunicação-mundo -- História das ideias e da estratégias*), Mike Featherstone (*Cultura global -- nacionalismo, globalização e modernidade*), Jean Chesneaux (*Modernidade-mundo*), Serge Latouche (*A ocidentalização do mundo -- Ensaio sobre a significação, o alcance e os limites da uniformização planetária*), Leslie Sklair (*Sociologia do sistema global*) e Roland Robertson (*Globalização: Teoria social e cultura global*).

Nos anos seguintes, ainda viriam a somar as edições de *Desafios do trabalho*, de 2003, também coorganizado por Dowbor e Hélio Silva, em parceria com Odair

Furtado, Leonardo Trevisan, Marcio Pochmann e outros colaboradores, e *Desafios do consumo*, de 2007, organizado por Ricardo Mendes Antas Jr.. Em conjunto, essas obras constituem uma singular contribuição do mercado editorial brasileiro para apresentar, ao leitor lusófono, uma perspectiva ampla sobre o processo da globalização, tal como compreendido pelo pensamento crítico na última década.

Os 35 textos que compõem os capítulos de *Desafios da comunicação* tratam de uma série de problemas comunicacionais implicados no processo de globalização a partir de leituras provenientes dos campos da economia, da política, da cultura, do direito e, principalmente, das próprias ciências da comunicação, incluindo suas diversas perspectivas setoriais. O plano da obra é dividido em cinco partes, precedidas por um texto de apresentação assinado por Dowbor e no qual se expõe o propósito geral do livro, isto é:

[...] analisar como esta revolução silenciosa [associada às tecnologias de comunicação e informação, ou TCI] está transformando o modo de fazer política, de fazer economia, de canalizar o lazer, de controlar a intimidade das pessoas, de relacionar culturas, de maquiar a informação política, de organizar movimentos sociais, de priorizar o consumo. As TCI mudam a nossa visão de tempo, com a explosão do presente e diluição da perspectiva histórica. Abrem novas formas de conectividade social através da internet. Transformam as hierarquias empresariais. Criam novas solidões. (p.8-9)

Ao traçar esse percurso, seus organizadores reconhecem que os fenômenos abarcados não cabem mais nas disciplinas que, tradicionalmente, os estudam. Estas, embora elas permaneçam necessárias, já não podem ser vistas como campos suficientes para compreender os problemas em curso. Daí a busca por entender como a área da comunicação “é vista quando se parte de novos enfoques” (p.9).

Para iniciar essas reflexões, a obra traz cinco textos fundamentais que compõem sua Parte I, chamada “Panorama”, com contribuições de Dênis de Moraes (“A comunicação sob domínio dos impérios multimídias”), Gabriel Cohn (“A forma da sociedade da informação”), Jesús Martín-Barbero (“O medo da mídia - Política, televisão e novos modos de representação”), Ladislau Dowbor (“Economia da comunicação”) e Octavio Ianni (“O príncipe eletrônico”).

A Parte II trata de “Teoria da Comunicação” e reúne trabalhos de Antonio Albino Canelas Rubim (“Contemporaneidade, (idade) mídia e democracia”), José Luiz Aidar Prado (“Teoria da comunicação e discurso sobre a globalização:

crítica ou marketing”), Maria Immacolata Vassalo de Lopes (“Por um paradigma transdisciplinar para o campo da comunicação”) e Philadelpho Menezes (“Teorias da comunicação na globalização da cultura”).

Na Parte III, “Comunicação e Cultura”, figuram capítulos assinados por Silvia Helena Simões Borelli (“Telenovelas brasileiras - Territórios de ficcionalidade: universalidades e segmentação”), Luciara Silveira de Aragão e Frota (“Comunicação e ‘cultura industrial’”), Paula Montero (“Cultura e comunicação: a tradução cultural e a re-invenção da etnicidade”), Paulo-Edgar Almeida Resende (“Comunicação e mestiçagem”), Vera da Rocha Resende (“A vida em capítulos”) e Margarethe Born Steinberger (“A ética do jornalismo latino-americano na geopolítica da pós-modernidade”).

A Parte IV enfoca “Estudos setoriais”, com treze capítulos produzidos, respectivamente, por Esther Bueno Soares (“O direito e a mídia: encontros e desencontros”), Francisco Fonseca (“A democracia virtual: a mídia sem freios e contrapesos”), Inês Sílvia Vitorino Sampaio (“Aprendizes no planeta mídia”), Juca Kfourri (“O Brasil não vai à guerra”), Maria Cristina Sanches Amorin (“Comunicação nas organizações - Descobrimos possibilidades de ação”), Monika Dowbor e Hélio Silvia (“Os meios da comunicação a serviço do marketing”), Ricardo Castilho (“Tecnologia da informação e os novos fundamentos do espaço geográfico”), Ricardo Mendes (“Expansão dos meios de comunicação, novas configurações territoriais e a constituição do direito global”), Rubens Grosso (“Publicidade: uma perspectiva semiótica”), Roberto Coelho Barreiro Filho (“Comunicação: memória e esquecimento”), Sônia Alem Marrach (“Mídias e história - a explosão do presente a mudança na perspectiva história”), Vera Chaia (“Mídia e marketing político”) e Yvone Dia Avelino (“Comunicação e história”).

A Parte V, última do livro, trata “Os diversos meios de comunicação”, com sete textos, de autoria de Adrián José Padilla Fernández (“Comunicação e cidadania na virada do século - movimentos sociais e espaço público em frequência modulada - FM”), Carlos Henrique Carvalho (“Os desafios da TV brasileira”), Fabíola de Oliveira (“O jornalismo como instrumento para a formação de uma cultura científica no país”), León Pomer (“Los ojos del amo”), Leonardo Trevisan (“Direto para a internet: a convergência de mídia no fim da era dos ‘sem-TV’”), Murilo César Ramos (“As novas comunicações brasileiras”) e, por fim, Rodrigo Gurgel (“Brasil: ‘jornalismo complacente’”).

## Sentido da obra

Não seria possível abrigar, aqui, por certo, as considerações devidas a cada uma desses aportes, tendo em vista sua amplitude. Porém, ao se refletir sobre os aspectos gerais das contribuições que fornecem o panorama de *Desafios da Comunicação*, é possível cristalizar a percepção de que se desnudam, ali, as contradições centrais de um processo ainda inconcluso e que tem levado à dissolução, em escala mundial, das fronteiras historicamente constituídas entre as dimensões do público e do privado, da cidadania e do consumo, da cultura e do mercado, conforme os termos de Octavio Ianni.

Nesse sentido, parece possível situar um conjunto de pressupostos que permeia a obra e forma, nela, uma espécie de eixo norteador, um substrato comum aos desafios que se apresentam a partir de fenômenos próprios da comunicação, mas que se projetam para além de seu campo. Essa baliza é representada, sobretudo, pelos capítulos da Parte I, ou “Panorama” e suas teses centrais podem ser, a nosso ver, sintetizadas por meio de oito proposições, colhidas e sintetizadas a partir dos escritos assinados por Dênis de Moraes, Gabriel Cohn, Jesús Martín-Barbero, além de Dowbor e Ianni, formuladas a seguir:

- 1) Sistemas de comunicação estão estruturalmente subordinados a sistemas de informação, sendo estes os que determinam o modelo econômico do sistema;
- 2) O advento de tecnologias eletrônicas, informáticas e cibernéticas conferiu escala mundial a movimentos sociais, culturais, políticos e econômicos, levando à sua globalização;
- 3) A apropriação dessas tecnologias fez emergir a uma nova ordem comunicacional, caracterizada pela conectividade e pelos fluxos de informação em escala mundial;
- 4) Nessa nova ordem, os setores de telefonia, televisão e informática passaram a estar articulados entre si, dando origem ao setor da *infotelecomunicação*;
- 5) Aplicações da *infotelecomunicação* ocupam o centro dos sistemas econômicos, fazendo dela não apenas um setor, mas uma dimensão crucial de todos os setores;
- 6) A dimensão financeira dos sistemas econômicos sobrepõe-se à sua dimensão produtiva, com a virtualização dos fluxos de riqueza e de suas formas de valoração e representação;

7) Os meios de comunicação assumem o papel de indutores de demanda para o marketing e a publicidade poderem garantir o escoamento das ofertas do capitalismo pós-industrial;

8) As novas formas de conectividade alteram a percepção sobre o tempo e o espaço, com o predomínio do presente, a desterritorialização e a diluição da perspectiva histórica.

É a partir dessas teses que se desenrolam, ao longo da obra, a maior parte dos enfoques por ela reunidos para tratar de suas implicações, seja ao envolver temas da contemporaneidade, do paradigma transdisciplinar e da crítica transformadora das teorias da comunicação; seja ao discorrer sobre o universo das telenovelas, da cultura industrial, da etnicidade, da mestiçagem e da ética na interface entre cultura e comunicação; seja ao elencar estudos setoriais sobre direito, democracia, educação, esportes, organizações, marketing, geografia, território, publicidade, memória e história; ou ao avaliar como esses fenômenos se refletem em diversos meios de comunicação, como o rádio, a televisão, os jornais e a internet, incluindo seus novos processos de convergência e hibridização.

Há, porém, alguns aspectos daquele panorama geral que merecem ser ainda destacados, para que se compreenda, por exemplo, alguns aspectos estruturais desses processos sistêmicos, com vistas a entender suas determinações. Como sublinha Gabriel Cohn, na “sociedade capitalista da informação”, os sistemas de comunicação estão subordinados e reduzidos à condição de subsistemas dos sistemas de informação, que atuam de modo decisivo na “modelagem” econômica do sistema e, portanto, exercem um papel de sobredeterminação em relação àqueles. Portanto, segundo o autor, “a comunicação opera no interior dos recortes estabelecidos pela informação”, de modo que “antes de falar de conteúdos, configurações, significados, cabe procurar a operação fundamental, aquela sem a qual não há para onde dirigir o olhar.” (p.24).

Seguindo o pensamento de Dênis de Moraes, é possível considerar que, ao assumirem o controle desse sistema de informação, as empresas de *infotelecomunicação* passaram a formar oligopólios de escala mundial e a exercer seu comando estratégico sobre conteúdos, mercadorias e serviços, aproveitando as brechas ou mesmo a mais completa ausência de regulamentação que caracteriza o capitalismo neoliberal, sobretudo em países periféricos, como o Brasil, diante da “inexistência de controles públicos eficazes sobre os fluxos de programações vindos do exterior” e da “fragilidade dos sistemas fiscais e alfandegários diante do trânsito de conteúdos por satélites e redes eletrônicas” (p.18).

Como decorrência dessa constatação, *Desafios da comunicação* trata também de revelar as intenções e distorções de um novo mercado da comunicação que, conforme pontua Jesús Martín-Barbero, se apropria de espaços públicos para refundá-los como espaços meramente publicitários, substituindo seus territórios de localização por zonas virtualizadas nas quais a interação simbólica dos povos se reduz à interatividade das multidões, impondo às pessoas uma ressignificação de suas percepções sobre seu sentido e lugar no mundo, sobre suas próprias identidades.

Há também, neste sentido, um aspecto premonitório da obra ao se denunciar a fantasia de uma “democracia eletrônica” pretensamente advinda dessa nova ordem comunicacional, com sua promessa incumprida de empoderamento dos indivíduos sobre os mecanismos e instrumentos que lhes confeririam o controle dos meios de comunicação e os tornariam, então, protagonista de uma nova era da representação política, a prescindir das formas tradicionais de intermediação política por meio das quais se constituiu, historicamente, a democracia tradicional.

Ou, ainda, quando se alerta, por exemplo, para os dilemas que passaram a rondar o direito à privacidade e à soberania a partir da intromissão da mídia na vida dos indivíduos, bem como do uso das tecnologias de informação e comunicação para fins de espionagem pura e simples e de outras formas mais sutis de monitoramento da opinião. São por demais emblemáticas, sobre isso, as palavras de León Pomer, ao denunciar até que ponto chegaria, pelas vias da comunicação cibernética, o alcance dos olhos e ouvidos da última grande potência ocidental:

Todos los que recurrimos, y en el futuro habremos de recurrir, a los impactantes artefactos electrónicos, seremos inspeccionados, indagados, vigilados, disecados, auscultados, revisados y debidamente evaluados por los “analistas de inteligencia” a quienes se les ofrezcan nuestras osadías verbales y escritas, y acaso, por qué no, pensadas o imaginadas. [...] A esto llaman democratización de la comunicación. Los Estados Unidos, potencia rectora y gendarme de la humanidad, quieren saberlo todo. (p.323)

De fato, como observa Martín-Barbero, a “intromissão” dos meios de comunicação sobre as esferas individuais da existência humana se dá “de tal maneira que o direito à privacidade se converteu num dos mais importantes na hora de regular coletivamente os novos processos e tecnologias da comunicação” (p.29).

Não obstante, os desafios traduzidos na obra também guardam algum lugar para o otimismo, conforme expresso nas palavras de Paulo-Edgar Resende, quando pontua que, nesse novo cenário, “[o] local e o nacional não se encontram negados, mas redefinidos”, para então afirmar que uma “mestiçagem” de representações, códigos, práticas, gostos e crenças, como a quem sedia essas novas relações entre os povos, também fornece “base objetiva para sermos otimistas”. Segundo o autor,

[os] meios de comunicação nos mundializam de várias formas; somos mantidos *a par de*, nos colocam *dentro de, em relação com, disciplinados ou controlados por*, mas também *livres de*. [...] Os meios de comunicação concretizam algumas dessas possibilidades. Admitamos que começa a estar ao nosso alcance cuidar desta tenra erva mestiça, que brota das rachaduras da globalização. Não significando apenas uniformização, massificação, pasteurização, tampouco multiculturalismo, relativismo, tolerância, a mundialização tem chance de ser o contrário de tudo isso, que ainda predomina. (p.165)

## Do olhar crítico, um olhar ético

Olhando adiante, e para fazer frente a esses desafios, será preciso um conjunto razoável de senhas que permitam aos agentes que pensam e atuam nesse campo não apenas compreender as transformações em curso, mas também vislumbrar, nos labirintos dessa nova mídia, um caminho que os leve para além da angústia da impotência. Será preciso, enfim, formar as bases para um reordenamento moral desses sistemas, denunciando, sim, seus excessos, mas procurando também construir uma senda que venha garantir os direitos fundamentais dos indivíduos que passaram a estar, em praticamente todas as dimensões de sua vida, no lazer, em casa, no trabalho, a eles submetidos.

Empreendimentos intelectuais dessa magnitude envolvem, necessariamente, algo mais que uma releitura dos aspectos técnicos e das formas estéticas que tipicamente acompanham as sucessões tecnológicas ao longo da história da comunicação. Demandam, sobretudo, a construção de um sentido ético em relação aos fenômenos que encerram, assumindo-os ora como problemas econômicos, ora como problemas políticos, ora como problemas culturais, confor-

me o olhar que lhes é dirigido, mas que, em realidade, passaram a estar unidos, principalmente, pelo modo como estão implicados no mesmo emaranhado das teias informacionais por onde flui a comunicação. É sobre essas teias que se tensionam as forças que constroem esses sistemas em sua escalada global. São elas que constituem seu tecido e que, afinal, lhes conferem conjunto.

Tratar de reatar as amarras da cidadania e da cultura que se ameaçam perder nesse processo é, portanto, fundamental para que se possa enxergar para além da opacidade desses sistemas, como indicam as palavras de Martín-Barbero, que nos lembra ser imprescindível, sempre, uma “ancoragem territorial” para as próprias experiências da vida humana, mais até do que as informações, possam fluir, uma vez que “é no lugar, no território, onde se desdobra a corporeidade da vida cotidiana e a temporalidade – a história – da ação coletiva, que são a base da heterogeneidade humana e da reciprocidade, traços fundantes da comunicação humana.” (p.34).

Na organização e na difusão de ideias como essas se pode encontrar, a nosso ver, o impulso seminal para construção das bases que virão a fundar aquele empreendimento ético mais amplo. E é aí, e não somente na composição de um contexto apropriado para um novo capítulo na história das comunicações, que se dá, talvez, a mais significativa contribuição da obra organizada por Dowbor, Ianni, Resende e Silva e lançada pela editora Vozes, treze anos atrás.

Não se trata de um empreendimento acabado, é claro. E nem seria esse seu propósito. Essa qualidade de aporte, porém, surge naturalmente de uma perspectiva crítica que se adota não como mero exercício retórico, mas como compromisso intelectual, que não se furtar a enfrentar as questões de fundo valorativo que estão, em última instância, no cerne dos desafios dessa comunicação de espectro global. Denunciar as distorções é, ademais, sempre um requisito para que se possa avançar rumo à sua superação.



## 23.

# O estudo das histórias em quadrinhos para além dos condicionamentos da indústria cultural

Rozinaldo Antonio Miani<sup>1</sup>

SANTOS, Roberto Elísio dos. **Para reler os quadrinhos Disney**: linguagem, evolução e análise de HQs. São Paulo: Paulinas, 2002. 316p. (Coleção Comunicar).

Roberto Elísio dos Santos, autor do livro “Para reler os quadrinhos Disney”, é atualmente professor da Escola de Comunicação e do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do

---

1. E-mail: [mianirozinaldo@gmail.com](mailto:mianirozinaldo@gmail.com)

Sul (USCS). Sua intensa atividade como pesquisador em histórias em quadrinhos o credenciou a assumir em 1999 a vice-coordenação do Observatório de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP, reconhecidamente o principal núcleo de estudos e pesquisas da área no Brasil, bem como a condição de editor da revista *Nona Arte* do referido núcleo.

Além do livro em questão, Roberto Elísio dos Santos foi autor de outra obra na área das histórias em quadrinhos: “História em Quadrinhos Infantil: leitura para crianças e adultos”, publicada em 2006 pela Editora Marca de Fantasia. Foi ainda organizador dos livros “O Tico-Tico 100 anos: centenário da primeira revista de quadrinhos no Brasil” (organizado em parceria com Waldomiro Vergueiro), editado pela Opera Graphica em 2005; “Gibi: a revista sinônimo de quadrinhos” (organizado em conjunto com Waldomiro Vergueiro e Nobuyushi Chinen), publicada em 2010 pela Editora Via Lettera; e também organizou, novamente com parceria de Waldomiro Vergueiro, o livro “A história em quadrinhos no Brasil”, lançada pela Editora Laços em 2011.

O livro aqui apresentado é resultado de sua tese de doutoramento – desenvolvida sob orientação da Professora Dra. Mary Eunice Ramalho de Mendonça e aprovada em 1998 na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – e foi lançado em 2002 pela Paulinas Editora durante a 17ª Bienal Internacional do Livro em São Paulo.

Dentre os principais objetivos do autor com a pesquisa estava o propósito de restituir aos artistas responsáveis pela concepção e produção das histórias em quadrinhos do Universo Disney o devido crédito por seus respectivos trabalhos, reconhecendo que “a visão que os artistas têm do mundo e dos quadrinhos”, bem como “as condições sociais, históricas e culturais a partir das quais as narrativas sequenciais foram criadas” (p.15), são também determinantes para as condições de produção das histórias em quadrinhos.

O prefácio assinado pelo professor Waldomiro Vergueiro, um dos mais respeitados estudiosos das histórias em quadrinhos no Brasil, já aponta as principais virtudes do livro e, mais do que isso, identifica e valoriza as múltiplas qualidades do autor. Para Vergueiro, Roberto Elísio dos Santos agrega tantos atributos que ele o considera “quase a receita do leitor ideal de quadrinhos” e descreve tais qualificações: “a curiosidade dos que a eles se dedicam, a perseverança dos que buscam com exaustividade seus personagens e histórias prediletos, paixão dos que se encantam com os ícones quadrinhísticos, o senso crítico dos que fazem investigação científica” (p.10). E assim o livro é apresentado ao público: “Uma obra de fôlego. Arquitetural. Apaixonada. Densa” (p.10).

De fato, ao concluir a leitura do livro, a sensação é praticamente a mesma apresentada por Vergueiro. “Para reler os quadrinhos Disney” é uma obra construída com paixão e muita competência, oferecendo aos demais pesquisadores da área, e mesmo ao leitor leigo no assunto, uma abordagem instigante e inovadora. O estudo de histórias em quadrinhos precisava de algo assim para poder revitalizar a área e tirar os pesquisadores da zona de conforto a que estavam acostumados.

Apesar disso, e mesmo considerando que a estrutura temática e de análise proposta por Santos abarca uma multiplicidade de aspectos que constituem o universo de pesquisa do campo das histórias em quadrinhos, explorados com competência e profundidade, faz-se necessário uma apreciação atenta a algumas questões desenvolvidas ao longo do texto que merecem ser comentadas ou problematizadas.

Como é próprio de uma tese de doutoramento, o primeiro capítulo do livro apresenta uma excelente revisão bibliográfica no que se refere a conceitos e evolução das histórias em quadrinhos. Apoiando-se nos principais autores da área, Santos apresenta e reelabora com riqueza de detalhes e com uma boa dose de ilustratividade – sempre com referência ao Universo Disney – os principais pressupostos teórico-conceituais das histórias em quadrinhos, afirmando sua condição de narrativa sequencial, valorizando as bases que constituem a técnica quadrinhográfica e localizando sociologicamente as HQs no universo da Cultura Pop – expressão preferida pelo autor ao invés de Cultura de Massa, por acreditar que esta é portadora de preconceitos que comprometeriam a condução das reflexões e análises –, reconhecendo sua complexidade por sua condição de manifestação cultural industrializada (ou seja, ao mesmo tempo um produto comercial e de entretenimento, mas também uma forma de arte visual), que pode servir para educar ou para alienar.

No que concerne à apresentação das condições sócio-históricas e também dos protagonistas do processo de evolução das histórias em quadrinhos, percebe-se que o autor não se propôs a defender um ou outro ponto de vista que estão em disputa para determinar a origem e a paternidade das histórias em quadrinhos. Verifica-se uma preocupação e um compromisso em apresentar e analisar a contribuição dos precursores e também das mais significativas circunstâncias que influenciaram ou tensionaram o desenvolvimento da linguagem dos quadrinhos e também dos produtos quadrinhísticos, desde os seus primórdios até os tempos em que o trabalho foi realizado, levando em consideração o contexto histórico e cultural.

Para a conclusão do primeiro capítulo, o autor foi encaminhando a análise para o universo predominante de seu estudo, qual seja, os quadrinhos produzidos nos Estados Unidos pelo Estúdio Disney, enfatizando os principais gêneros dos *comics* e destacando os *funny-animals* – que são as histórias em quadrinhos

em que os personagens são animais falantes ou antropomorfizados –, atribuindo aos personagens-animais a condição de “caricatura do homem”.

Pois bem, depois de se dedicar à conceitualização e à análise da evolução das HQs, Santos passa a se aventurar pelo Universo Disney. Ele começa o segundo capítulo com uma apresentação biográfica do seu criador, Walt Disney, e depois passa a descrever e comentar, sempre com muitas vinhetas ilustrativas extraídas de seu vultoso arquivo pessoal, os principais personagens criados (originalmente para os desenhos animados ou diretamente para os quadrinhos). O autor organiza o conjunto dos personagens do Universo Disney em três grupos: a) Turma do Mickey; b) Família Pato; c) Terra da Fantasia.

Vale lembrar que a produção de quadrinhos Disney teve início precisamente em 13 de janeiro de 1930 nos Estados Unidos, como decorrência do sucesso obtido com os desenhos animados de Mickey. A primeira tira diária era parte inicial da série “Mickey na Ilha Misteriosa” (*Lost on a Desert Island*), com roteiro do próprio criador Disney, desenhos de Ub Iwerks e arte-final de Win Smith, distribuída pelo King Features Syndicate; esta tira foi o início de um “empreendimento” comercial e cultural que teve desdobramentos em várias regiões do mundo. No Brasil, os quadrinhos Disney tiveram circulação em publicações como *O Tico-Tico* e *Suplemento Juvenil* já na primeira metade da década de 1930 e se consolidou em julho de 1950 quando a Editora Abril passou a editar a revista *Pato Donald*.

Até o momento em que Santos apresenta o criador e os personagens do Universo Disney, nenhuma grande novidade em termos de originalidade de pesquisa, apenas ressalta-se o profundo conhecimento do autor em relação ao objeto estudado. A grande novidade ainda estaria por vir, e ganha contornos a partir da metade do segundo capítulo. Nesse momento, Santos faz emergir um universo de artistas – ainda que predominantemente desenhistas e roteiristas e, além disso, apenas os “mais representativos” (p.83) – que protagonizaram e humanizaram o processo de produção de um dos mais importantes produtos culturais do mercado editorial dos quadrinhos no mundo. Vejamos uma boa síntese apresentada pelo próprio autor para argumentar a validade de sua opção de análise: “Os quadrinhos Disney formam uma obra coletiva e, apesar de ser um produto cultural elaborado em moldes industriais para entreter o público, sempre possibilitaram a criação individual” (p.145).

À medida que os principais artistas da produção estadunidense dos quadrinhos Disney vão sendo apresentados, inclusive, revelando que alguns deles também são criadores de determinados personagens (geralmente secundários, mas também personagens representativos como é o caso do Tio Patinhas, criação

de Carl Barks) - e que, portanto, Walt Disney nem mesmo é o criador de todo o universo que lhe é atribuído -, vai se configurando um ambiente dinâmico e, ao mesmo tempo, conflitivo, pois as relações profissionais e políticas que se estabeleciam no interior do Estúdio Disney de alguma forma se refletiam nas histórias dos diversos personagens.

Mudanças de personalidade de personagens; recorrência de paradigmas temáticos; diferentes apropriações de um personagem por diferentes culturas; ascensão ou queda da importância de determinados personagens em razão do maior ou menor interesse do artista por utilizá-lo em suas histórias; predominância do fantasioso ou maior ideologização da história como decorrência dos valores políticos de cada artista; estas são apenas algumas questões apontadas e abordadas pelo autor para demonstrar a diversidade e a complexidade do produto cultural analisado.

Da produção dos quadrinhos Disney realizada fora dos Estados Unidos, a produção italiana, e seus respectivos artistas, recebeu atenção especial, que, segundo Santos, “se destaca pela autonomia dos artistas, por sua criatividade e pelos temas tratados nas histórias, que possuem uma visão mais crítica da sociedade” (p.17).

As análises incidem também sobre a produção brasileira dos quadrinhos Disney e seus respectivos artistas, tratada de modo particular no terceiro capítulo. O destaque para o personagem Zé Carioca e a relação entre as narrativas sequenciais e a realidade e a cultura brasileira são o foco central do último capítulo do livro. Para cumprir os objetivos dessa etapa do trabalho, foram realizadas entrevistas com os artistas brasileiros mais significativos, que proporcionaram ainda mais riqueza ao trabalho de pesquisa.

Nesta parte específica do trabalho, merece destaque a reflexão apresentada por Santos em relação aos diferentes questionamentos fomentados pelos estudiosos em torno do personagem Zé Carioca. O reconhecimento de que o personagem criado para representar a cultura brasileira no contexto do Universo Disney “cumpriria uma função política” (p.282), qual seja, a de favorecer uma política de boa vizinhança do governo estadunidense em relação aos países da América Latina em razão dos conflitos mundiais provocados pela Segunda Guerra Mundial com o objetivo de afastar os dirigentes da região da influência nazifascista, revela o senso crítico do autor (ao menos em alguns momentos do trabalho) no que se refere à ideologização produzida por meio dos quadrinhos Disney.

De modo geral, a pesquisa bibliográfica realizada pelo autor é bastante consistente, apresentando aos leitores - muitos dos quais, certamente, estudiosos da área -, além dos autores clássicos para os estudos em histórias em quadrinhos, vários autores pouco conhecidos ou referenciados pelos pesquisadores. A densidade

bibliográfica acaba se dissipando um pouco quando o estudo entra na fase de descrição e análise dos personagens, das histórias e dos artistas, mas, ainda assim, deve-se creditar à obra uma qualidade bibliográfica plenamente satisfatória.

Do conjunto das análises de histórias em quadrinhos realizadas pelo autor, há que se considerar a necessidade de algumas problematizações. Em primeiro lugar, há uma excessiva quantidade de histórias comentadas; isso pode provocar certa angústia e mesmo desconcentração por parte do leitor, pois nem sempre os detalhes descritos são suficientes para dimensionar os elementos de análise pretendidos. Além disso, o leitor pode ficar um pouco entediado com tantas histórias apresentadas como exemplos.

A demasiada interrupção da leitura analítica para apresentar os dados bibliográficos das histórias (títulos no original e referência da edição em que foi publicada), apesar de revelar a preocupação do autor com os créditos da obra, acaba produzindo ruídos que podem comprometer a qualidade da compreensão das análises.

Outro aspecto que merece uma advertência é a pouca qualidade das imagens publicadas. Por apresentar uma quantidade muito grande de vinhetas como ilustração das reflexões produzidas – e considerando os limites impostos pela indústria editorial para o número de páginas de um livro –, os quadrinhos ficaram muito pequenos e, na maioria das vezes, a leitura dos textos dos balões fica praticamente impossível, além de serem apresentados na língua original, que nem sempre é de domínio do leitor.

É preciso considerar, ainda, que as contribuições inovadoras da obra “Para ler os quadrinhos Disney” não podem ser tomadas como justificativa para ignorar algumas fragilidades analíticas. A atitude de ruptura com uma visão preconceituosa, anacrônica e superficial das histórias em quadrinhos – visão esta que marcou os estudos das HQs, principalmente, por parte dos estudiosos influenciados pelas teorias frankfurtianas da indústria cultural – não pode resultar numa negligência em relação às questões de ordem política e ideológica numa acepção mais macroestrutural. Relegar o fenômeno das histórias em quadrinhos estritamente às contingências culturais acaba por empobrecer a dimensão sociopolítica presente no processo e no próprio produto.

Um exemplo dessa atitude pode ser observado quando Santos apresenta uma explicação até certo ponto simplista para os problemas apresentados por Armand Mattelart e Ariel Dorfman na obra clássica “Para ler o Pato Donald” em relação à “estranha estrutura familiar dos personagens” (p.227) e também à “ausência de meios de produção e de trabalhadores nas histórias” (p.229).

Sobre essa última questão, o argumento do autor não condiz com a complexidade por ele apresentada e defendida para compreender o Universo Disney.

Santos afirma que não há uma ocultação das relações de trabalho nas histórias Disney; ele diz que “o que não é abordado é o conflito de classes, a contradição entre capital e trabalho, já que, em uma sociedade liberal, como a americana, os desníveis sociais são tratados como fenômenos naturais” (p.229). Como o autor considera o Universo Disney resultado de uma complexidade que envolve diversos contextos culturais – e não apenas a produção estadunidense – essa justificativa, contraditoriamente, supõe a sobreposição de uma condição cultural específica atuando sobre todo o universo de produção dos quadrinhos Disney.

Além disso, essa argumentação – que aparece mais como uma inquestionável constatação – não deveria bastar para se contrapor aos argumentos apresentados por Mattelart e Dorfman – mesmo que se reconheça que se tratava de argumentos imprecisos e permeados por preconceitos. Afinal, a ausência da representação do conflito de classes no contexto das histórias em quadrinhos Disney, de fato, é reveladora de uma posição política e ideológica praticada como uma espécie de convivência ou autocensura dos artistas. E, mais do que isso, a simplificação na referida construção argumentativa dá margem para supor que o autor naturaliza e confere validade à lógica ideológica do pensamento liberal.

Outra ponderação necessária nos procedimentos de análise praticados por Santos diz respeito à pouca ou nenhuma problematização em relação às declarações polêmicas dos artistas quando estes se manifestaram a respeito de seu próprio trabalho; tais declarações são pouco aprofundadas ou criticadas. Um exemplo significativo disso pode ser verificado nas histórias criadas por Carl Barks quando este inventa Brutópia – “metáfora à União Soviética, nome que forma um amálgama de utopia com violência” (p.184) – ou então quando cria histórias com intenções claras de atacar explicitamente o comunismo. Nesses casos, o autor não apresenta nenhum apontamento crítico que sirva ao leitor como contraponto argumentativo.

Apesar das ponderações e problematizações aqui apresentadas, há que se reconhecer que a obra de Roberto Elísio dos Santos inaugura uma abordagem renovadora nos estudos das histórias em quadrinhos. O contexto acadêmico da época em que a pesquisa foi desenvolvida e, posteriormente, o livro publicado, ainda revelava marcas dos resquícios da influência de uma concepção preconceituosa em relação aos quadrinhos e da subordinação à lógica de um pensamento estruturalista em relação aos condicionamentos e determinações da indústria cultural.

Deve-se reconhecer que outros trabalhos já haviam sido produzidos no campo de estudo específico das histórias em quadrinhos no sentido de romper com a lógica pessimista e determinista da indústria cultural, mas nenhum que houvesse ousado, com tanta contundência, destituir os condicionamentos

da indústria cultural e voltar as atenções para os sujeitos dos processos produtivos das histórias em quadrinhos, revelando a dinamicidade e a pluralidade dialética do contexto histórico e cultural na ordem da produção editorial dos quadrinhos. Em se tratando do Universo Disney, essa ruptura se faz ainda mais paradigmática, pois nenhuma obra quadrinhográfica foi mais estereotipada em termos de determinações ideológicas do que os quadrinhos Disney.

Embora o público-alvo do livro seja predominantemente acadêmico, voltado para pesquisadores da área ou professores e estudantes de Comunicação, certamente pode despertar a curiosidade de um leitor ou apreciador de histórias em quadrinhos ou mesmo artistas da área. A proposta do autor de realizar uma redação mais jornalística do que científica favorece a aproximação de um leitor leigo.

Podemos concluir que a intenção inicial do autor com sua obra foi plenamente atingida. “Para reler os quadrinhos Disney” tornou-se “uma obra de referência a outros pesquisadores da área de História em Quadrinhos em geral e de quadrinhos Disney em particular” (p.18). A partir de então, não é mais possível enveredar pelo universo de pesquisa das histórias em quadrinhos sem fazer referência a Roberto Elísio dos Santos e à sua contribuição renovadora para os estudos da área.

## 24.

# Comunicação publicitária em Propaganda e linguagem. Trajetória, análise e evolução<sup>1</sup>

Eneus Trindade<sup>2</sup>

ECA-USP – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. **Propaganda e linguagem**: análise e evolução. São Bernardo do Campo: UMESP. 2006. 191p.

- 
1. Este texto integrou o Ciclo de Conferências de 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo, realizado entre agosto, setembro e outubro de 2013 na sede da Fapesp e na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
  2. Professor Associado do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação e do Curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Bolsista Produtividade PQ CNPq nível 2. Líder do Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação Cultura e Consumo–GESC3. E-mail: [eneustrindade@usp.br](mailto:eneustrindade@usp.br).

## Trajatória docente e Elizabeth Gonçalves

Aos nos deparamos com os 50 anos da conformação do campo comunicacional, torna-se premente realizar o olhar da pesquisa em educação sobre este campo, para compreensão dos patamares alcançados nos estudos da área em seus modos e tipos de construir conhecimentos. Como os educadores estão mais preocupados com as licenciaturas, resta-nos o desafio de fazer o exercício multidisciplinar para pensar algumas contribuições para o campo da pesquisa em comunicação.

É na perspectiva educacional da relevância dos estudos de trajetórias, memórias e saberes docentes que abordaremos a trajetória profissional de Elizabeth Moraes Gonçalves em suas contribuições aos estudos da comunicação publicitária, aqui circunscrito aos aspectos da sua obra, intitulada *-Propaganda e linguagem. Análise e evolução*, editada pela UMESP em 2006.

Ressaltamos, com base em Lima (2006) e Tardif (2002), ambos da área de educação, que o resgate de memórias e saberes docentes e de suas trajetórias de formação em um dado campo científico são elementos esclarecedores para a compreensão dos rumos tomados por esse campo. Desse modo, a trajetória docente, aqui narrada, tem por finalidade tentar situar este sujeito docente/pesquisador em suas contribuições sobre o campo da comunicação publicitária, para depois aprofundar tais aspectos na resenha da obra em questão.

Nesse sentido, ao identificarmos a trajetória de formação de Elizabeth Moraes Gonçalves, percebemos uma lógica da sua constituição multidisciplinar, que sinaliza o potencial de trabalho para reflexão interdisciplinar para a comunicação, pois a professora é Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo-UMESP (1999). Mestre em Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1989) e graduada em Letras pela UMESP (1978).

Tal percurso de formação, entre graduação e doutoramento, registra a porta de entrada desta pesquisadora ao universo dos estudos comunicacionais atrelada às contribuições do trabalho linguístico nos estudos dos discursos, sobretudo, a partir de 1995, quando a pesquisadora inicia seu doutorado, abordando o objeto comunicacional da publicidade, sob a orientação do Prof. Dr. Gino Giacomini Filho, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PósCOM/UMESP), defendido em 1999 a tese *A mensagem publicitária na era tecnológica*.

Se no mestrado e na graduação Elizabeth Gonçalves se constituiu com uma perspectiva de formação pura na área das Letras, no seu doutoramento ela se constituiu no hibridismo, dialogando entre letras e comunicação publicitária, buscando

perceber nuances dos discursos midiáticos da publicidade, frente às demandas tecnológicas que as mídias apresentavam no contexto da produção de sua tese. Fica patente o movimento multidisciplinar das letras com a comunicação e o resultado da tese de processo interdisciplinar, para configurar a pesquisa na comunicação.

Logo após a sua defesa (1999) e já sendo professora da UMESP, instituição onde se doutorou, desde a década de 1980, a Professora recebeu o convite para integrar o corpo de docentes permanentes do Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, onde coordena atualmente o grupo de pesquisa Estudos de Comunicação e Linguagem – COLING, que se vincula à linha de pesquisa Comunicação Institucional e mercadológica. É a partir deste lugar e desta trajetória de formação que se dá a perspectiva de formação pós-graduada oferecida pela pesquisadora aos seus orientandos de mestrado e doutorado.

A formação básica da pesquisadora justifica os trabalhos desenvolvidos na Comunicação, com ênfase na linguagem e no discurso. As publicações e orientações versam sobre o contexto midiático, seus discursos e suas linguagens, e também o contexto organizacional e mercadológico, com seus discursos específicos.

A docente possui 50 publicações em periódicos, quatro organizações de livros, um livro de autoria individual, 23 capítulos de livros, 67 publicações em anais completos, muitos em coautoria, 33 orientações de mestrado concluídas, sete orientações de doutorado concluídas, sete orientações de especialização concluídas e 41 orientações de graduação, além da participação em uma centena de bancas de mestrado e doutorado. Assim, buscamos demonstrar, de modo breve, a consolidação da trajetória e os saberes docentes de uma pesquisadora que vive atualmente o auge de sua maturidade acadêmica.

## **Sobre a obra: Propaganda e Linguagem. Análise e evolução**

A obra em tela, que foi editada em 2006 pela editora da Universidade Metodista de São Paulo em São Bernardo do Campo, é a obra individual da autora. O livro *Propaganda e Linguagem. Análise e evolução*, está organizado com a seguinte estrutura: Apresentação; Cap. I - Publicidade: a construção de uma linguagem; Cap. II - O texto linguístico na publicidade: a informação além das linhas; Cap. III - A influência da evolução dos meios de comunicação; Cap. IV - O mundo digital e a interatividade publicitária, Conclusão e Referências bibliográficas.

Em sua apresentação à obra a autora prenuncia a conformação de uma nova gramaticalidade dos discursos da publicidade com o advento da internet, ressaltando, sobretudo, a visível predominância da iconicidade dos textos deste tipo de comunicação, as novas formas de interatividade que se desenhavam e a difusão do hipertexto. Sua perspectiva também estava em sintonia com trabalho de outros pesquisadores do país na área de comunicação publicitária, a exemplo de docentes que assumiram a publicidade como lugar de fala para as pesquisas em comunicação, como Ivan Santo Barbosa da Escola de Comunicações e Artes da USP e Maria Lília Dias de Castro da Universidade Federal do Rio Grande Sul, atualmente integrada ao PPGCOM da Universidade Federal Santa Maria – RS, para a elaboração de uma abordagem pragmática da comunicação publicitária, tendo em vista que, um dos objetivos da obra em questão, ao utilizar a linguística e a semiótica da publicidade era “discutir esse tipo de produção textual, que se apresenta no contexto social com uma função essencialmente pragmática”. (GONÇALVES, 2006, p. 10).

No *corpus* analisado, constituído por mais de 90 anúncios da pesquisa que deu origem ao livro, a autora fez opção pelo trabalho com mensagens impressas, em que pese as restrições que tal opção acarretou para uma percepção dos estudos da evolução da linguagem publicitária frente às outras mídias, percebe-se na obra e nos horizontes das preocupações da autora, os índices dos diálogos da publicidade impressa com a cena da convergência midiática.

No primeiro capítulo são mostrados os vínculos conceituais da linguagem publicitária com as ciências da Linguagem e da comunicação. Já o segundo capítulo, mostra o retorno à segurança da formação pura da pesquisadora, na área de letras, em que percebemos o isolamento do texto linguístico dos anúncios como eixo de reflexão, buscando apresentar as tendências e características dos signos linguísticos na publicidade frente às inovações tecnológicas na mídia impressa e no contexto de suas produções. Esse isolamento busca ser superado no capítulo seguinte, em que a autora discute numa perspectiva diacrônica a influência dos meios de comunicação nas características da linguagem publicitária na modernidade. Por fim, o capítulo quatro a autora realça as marcas do contexto tecnológico do uso dos computadores e nas suas possibilidades interativas de produção, a partir dos padrões de linguagem manifestados em mensagens dos meios impressos estudados.

Consideramos que a apresentação da autora sobre sua obra foi tímida, pois o trabalho vai um pouco além do que foi caracterizado, pois na leitura das conclusões o leitor é apresentado com a apresentação dos resultados de um conjunto de dez entrevistas com profissionais renomados da área de publicidade, cujo apanhado torna-se um registro interessante da época sobre as perspectivas

destes profissionais quanto à questão do texto publicitário e a cena da evolução tecnológica dos meios, no período em que a publicação foi realizada.

Fica evidente o cuidado da autora com a pesquisa pela sistematização do trabalho metodológico estruturado na descrição e análise da estrutura do texto linguístico, do conteúdo e estética das mensagens publicitárias impressas.

Outro aspecto e um mérito a destacar sobre a obra é que autora apresenta em suas análises sinestésias e hibridismos da linguagem publicitária impressa frente à evolução das linguagens midiáticas que já indicavam a presença da convergência midiática, embora tal conceito ainda não estivesse tão evidenciado nos estudos da comunicação publicitária, fato este que se mostrou com maior força nos dois anos subsequentes à publicação do livro.

Ainda nesta esteira dos prenúncios à questão da interatividade publicitária apresentada no livro, percebemos que o texto sinaliza novos modos de interação, sinestésicos no manuseio dos anúncios e do digital participando da produção do material publicitário impresso, proporcionando novas experiências no contato produtivo com as mídias impressas e suas mensagens a serem circuladas. Tal aspecto nos permite lançar a reflexão que tais indícios, na atualidade, certamente encontram-se mais intensos, com novos gradientes, inclusive com repercussões na circulação midiática e na recepção, se compararmos com os limites do suporte impresso e dos avanços tecnológicos à época da publicação em relação à atualidade.

Em função disso, percebe-se que o conceito de interação, embora não aprofundado na obra, está presente como elemento fundamental que auxilia a delinear os contornos dos objetos e problemáticas das pesquisas comunicacionais, como trata Braga (2012), sobretudo, quando a autora, por meio de sua obra, busca tratar dos modos de interação com o processo produtivo de mensagens publicitárias pela tecnologia digital, considerando suas potencialidades de significados e produções sociais de sentidos pela e na mediação das mensagens da publicidade em suporte impresso. Isso mostra o engajamento da autora para a legitimação dos estudos comunicacionais a partir de seus estudos sobre a comunicação publicitária e seus discursos, dentro de uma perspectiva que vai do multidisciplinar ao interdisciplinar como ação de pesquisa, para a constituição que se pretende, paradoxalmente, denominar de disciplina ou campo da comunicação.

A obra de Elizabeth Gonçalves apontou em 2006 para o que hoje está na centralidade dos estudos comunicacionais contemporâneos que se refere à compreensão das lógicas interacionais que se instituem potencialmente na presença dos dispositivos midiáticos da publicidade na vida cotidiana, no caso do trabalho específico desta pesquisadora.

Hoje com novas percepções de gradientes das interações, que incluem além do sistema produtivo, os sistemas de recepção em circulação midiática, faz-se sempre oportuno o estudo das ações do sistema publicitário em suas manifestações de linguagens, para a permanente atualização da análise e reflexão do pensamento comunicacional, a partir de tais objetos. Assim, entendemos que a obra aqui tratada nas palavras da autora é “um incentivo a outros pesquisadores que propõem a enveredar por esses caminhos surpreendentes e inovadores da linguagem publicitária...” (GONÇALVES, m006, p.11), cujos desafios são permanentemente ressignificados e que demandam a atualização da problemática colocada pelo trabalho de pesquisa.

## Referências

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da Comunicação. In **Revista Matrizes**. Revista do Programade Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: ECA/USP. v. 6. n. 1 jul-dez. 2012. p.25-42.

GONÇALVES, E. M. **Currículo Lattes**. <http://lattes.cnpq.br/1270011884916244>. Acessado em 11/06/2014.

\_\_\_\_\_. **Propaganda e Linguagem. Análise e evolução**. São Bernardo do Campo: UMEP. 2009. p.191.

LIMA, M. I. R. Memórias de Professores: uma experiência de pesquisa na formação de professores no ensino superior. In **Revista Diálogo Educacional**. Curitiba: PPGED da UFPR. v. 6.n. 19. set/dez. 2006, p. 89-98.

TARDIF M. **Saberes Docentes e formação profissional**. Petrópolis: Vozes. 2002.

## 25. Sinais de uma outra TV

Eduardo Amaral Gurgel<sup>1</sup>  
UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Televisão Comunitária** – Dimensão Pública e Participação Cidadã na Mídia Local. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. 197p.

- 
1. Doutorando e Mestre em Comunicação Social - Universidade Metodista de São Paulo (2012) sob a orientação do Professor Doutor José Marques de Melo. Especialização em Comunicação Empresarial - Uniletoledo Araçatuba (2011) e graduação em Comunicação Social - Jornalismo - Faculdades Adamantinenses Integradas (2007). Integra o Grupo de Pesquisa Pensa-Com/Brasil da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Revisor da RBCC (Revista Brasileira de Ciências da Comunicação- Intercom). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. Tem mais de 17 anos de experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo - jornal impresso e revistas. xagurgel@yahoo.com.br.

## Preâmbulo

Os canais de uso gratuito da televisão a cabo, em particular a TV Comunitária, constituem um importante avanço para a democratização dos meios de comunicação de massa no Brasil.

A TV comunitária, diferentemente dos modelos de televisão comercial e público-estatal, caracteriza-se como uma possibilidade de acesso comunitário. Essa participação popular gera a partilha do poder de informar, educar e divertir. A TV Comunitária vem preencher essa lacuna deixada até então pelos modelos tradicionais de televisão à qual essa grande massa não tem acesso. Um novo jeito de fazer e de ver TV é a proposta que pode e deve trazer consideráveis avanços na comunicação. É com esse intuito que a TV Comunitária nasce e se desenvolve no Brasil.

Essa história do nascimento e do desenvolvimento da TV Comunitária no Brasil envolta a uma série de percalços, erros e acertos, é a proposta de Cicilia Peruzzo em sua obra: *Televisão Comunitária – Dimensão Pública e Participação Cidadã na Mídia Local*.

Com o resgate das experiências pioneiras de televisão comunitária no Brasil desde as TVs de Rua até os canais comunitários na TV a cabo, a pesquisadora levanta questões que devem ser observadas, discutidas e melhoradas para garantir a real participação popular nos processos comunicacionais televisivos.

Tal empresa resulta de uma pesquisa realizada no projeto temático Mídia Local e Comunitária do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. No foco da pesquisadora uma investigação sobre a participação popular na TV Comunitária. Por que modalidades poderá a massa popular participar efetivamente dos processos comunicacionais nas TVs comunitárias? Por detrás desta pergunta aparentemente simples que Cicilia Peruzzo faz, em resposta descortina-se um véu de práticas hegemônicas e embates contra hegemônicos.

Para a consecução dos objetivos, a pesquisa parte da base teórica dos conceitos de participação que identificam a inserção das pessoas nos meios de comunicação comunitária. Este modelo privilegia os prováveis níveis de envolvimento dessas pessoas como parte integrante dos processos de planejamento, produção e gestão da comunicação.

Desde as primeiras experiências com o formato de TV Livre na década de 1980 até os dias atuais, interesses diversos, por vezes até difusos, permeiam a estruturação das TVs Comunitárias. Já a política nacional para a regulamentação

das TVs Comunitárias por meio de Leis e Decretos—Lei caminha lenta ao passo da burocracia. Por vezes a Lei mais atravancou do que impulsionou o processo de estruturação das TVs Comunitárias.

A própria criação dos canais comunitários no sistema de televisão a cabo se constituem em um paradoxo: como dar acesso às camadas mais populares em um sistema de televisão elitista? Entraves por força de Lei cerceiam também a sustentabilidade das TVs Comunitárias.

Os aspectos acima são explicitados no percurso diacrônico da TV Comunitária no Brasil traçado por um histórico bibliográfico documental e nos exemplos de três canais comunitários do sistema cabo de televisão do Brasil: o Canal Comunitário de Porto Alegre, a TV Comunitária do Rio de Janeiro e o Canal Comunitário da Cidade de São Paulo.

A pesquisa então responde as questões sobre as modalidades de participação desenvolvidas pelos canais comunitários, os sistemas de gestão e formas de sustentação desses canais, estratégias de programação e, principalmente, a participação das organizações da sociedade civil na grade de programação.

Após mapear todos os caminhos da TV Comunitária no Brasil, o foco recai sobre uma abertura necessária para maior participação direta das camadas populares nos sistemas televisivos de comunicação. Cobra-se a criação de condições para a produção e veiculação dos produtos audiovisuais por camadas populares.

Enfim, a abertura de canais comunitários no sistema aberto de televisão permitiria um grande salto no acesso à comunicação de produtos de uma TV realmente comunitária em sua verdadeira acepção da palavra.

A batalha permanente pelo processo de democratização da comunicação cresce em adesão e força desde seu início no regime militar autoritário, mas, apesar de avanços das TVs Comunitárias no Brasil e de sinais de uma nova TV, a luta está longe de ser ganha.

Este é o cenário onde o livro *Televisão Comunitária – Dimensão Pública e Participação Cidadã na Mídia Local* se faz contemporâneo da realidade deste ano de 2013.

Não por acaso, a obra de Círcia Peruzzo merece destaque entre uma centena de livros e respectivos autores produzidos e/ou publicados em São Paulo que foram revisados criticamente durante Ciclo de Conferências “50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo”, evento organizado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (INTERCOM).

Na programação do evento, dividida em blocos, Círcia Peruzzo figura entre os “Transformadores das Ciências da Comunicação” e, sua obra, classificada por

José Marques de Melo está no grupo dos “Livros Inquietadores”. Ainda retrata a pesquisadora como parte dos “exegetas do pragmatismo utópico. Tanto aqueles devotados à produção crítica de mercadorias que preenchem as aspirações populares, como Cicilia Peruzzo”, conforma Marques de Melo (*on line*, 2013).

Diante das categorizações de Marques de Melo, idealizador e organizador do evento, podemos tirar inferências que nos ajudam a entender o propósito de dissertar sobre a obra e sua autora.

Parece lógico que, para se transformar as Ciências da Comunicação, é preciso analisar, estudar, pesquisar e apontar caminhos. Mais natural ainda é o princípio metodológico que parte de um objeto e um problema. Cicilia Peruzzo vislumbrou os problemas de acesso à comunicação e o cerceamento do exercício da cidadania que essa falta promove. Por este motivo, como ela própria atesta em sua tese de doutorado, “dedica-se especialmente aos estudos da comunicação popular, alternativa e comunitária, da mídia regional e local e suas interfaces no processo de ampliação do exercício da cidadania”. (PERUZZO, *on line*, 2013).

A partir desse problema, Cicilia Peruzzo se dedica incansavelmente à pesquisa do campo comunicacional a procura de respostas para perguntas e, estas, se tornam soluções para problemas do cotidiano. Como dissemos, parece lógico e até natural, mas, infelizmente, não são muitos os pesquisadores que conseguem transformar realidades como Cicilia Peruzzo transforma as Ciências da Comunicação com o resultado de seu trabalho de pesquisadora do campo.

Por outro lado, do relato de José Marques de Melo sobre a inquietude da obra em questão pode-se inferir que, justamente pelo seu caráter contestador e sincrônico a realidade atual, é uma obra viva. É o caráter mutante das Ciências da Comunicação observado com olhos atentos da pesquisadora para garantir que as camadas populares possam acompanhar e participar efetivamente da evolução da comunicação por meio das TVs Comunitárias.

Com este propósito, o livro, sistematicamente dividido em quatro capítulos, mostra uma nova maneira de fazer TV e, assim, democratizar a comunicação.

Mas os problemas apontados pela pesquisadora bem como suas sugestões e cobranças ainda carecem de esforços para se chegar a bom termo como pretende Cicilia Peruzzo: ter uma televisão que seja realmente pública e com acesso irrestrito para as camadas mais populares da sociedade como forma de exercitar sua cidadania.

Mãos à obra.

## Aspectos históricos da TV Comunitária no Brasil

Neste capítulo, mesmo antes de explicitar o percurso diacrônico da estruturação dos canais comunitários pioneiros entre os canais “básicos de utilização gratuita”, no sistema de televisão a cabo, o livro resgata as experiências precursoras do atual modelo de Canal Comunitário na Televisão a Cabo.

Quatro tipos de televisão comunitária no Brasil, nem todos sendo de emisoras ou mesmo canais de televisão, têm suas particularidades destacadas: as TVs “comunitárias” em UHF, a Televisão de baixa potência (VHF), a TV de Rua ou TV Livre e, finalmente, os canais comunitários da TV a Cabo.

As TVs “comunitárias” que transmitem pelo sistema UHF (*Ultra High Frequency*) funcionam em nível local e são “repetidoras não simultâneas” de televisões educativas<sup>2</sup> que retransmitem parte da programação deste tipo de emissora. Sob a custódia da Secretária Nacional de Comunicação, as TVs “comunitárias” operam dentro de um sistema que outorga somente permissão de uso, diferentemente da concessão.

Os canais de TVs “comunitárias” “são destinados a fundações vinculadas a Universidades, fundações geridas por recursos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, e fundações e sociedades civis sem fins lucrativos” (PERUZZO, 2007, p.14).

Eles ocupam a prerrogativa das TVs Educativas que têm permissão legal de inserção de até 15% dos programas produzidos localmente. Também seguem a mesma regra das Educativas onde não é permitida a inserção de anúncios publicitários, mas somente apoio cultural, na forma de propaganda institucional.

São exemplos de TVs “comunitárias” a Metropolitana de Sorocaba-SP, a TV Beira Rio de Piracicaba -SP, TV Búzios-RJ, TV Educativa de Barretos-SP, entre outras. Dentre outras universidades, chama atenção o caso da Universidade de Caxias do Sul que, desde dezembro de 1994, tem convênio assinado com a Televisão Educativa do Estado do Rio Grande do Sul para retransmissão. Não obstante, persistirem transmissões de TVs educativas universitárias em UHF, há também a possibilidade de transmissão por cabo.

---

2. Cada Estado brasileiro tem uma emissora de televisão educativa, sediada nas capitais, pertencente ao Governo Estadual. As emissoras educativas que têm obtido maior expressividade em nível nacional são a TV Cultura de São Paulo e a TV Educativa do Rio de Janeiro.

Citando uma pesquisa da década de 1990 realizada nas TVs locais do interior do Estado de São Paulo por Paulo R. Botão e Rosana B. Zaccaria<sup>3</sup>, Cílicia Peruzzo anota as primeiras dificuldades das TVs “comunitárias”. As TVs citadas na pesquisa não obedeciam à imposição do apoio cultural com a justificativa de que os recursos não eram suficientes para arcar com a produção. Justificava-se assim, o reduzido número de programas locais e o baixo nível desses programas. Porém, o problema mais grave destacado na pesquisa é

[...] que nenhuma emissora tomou iniciativas no sentido de abrir os canais à comunidade. Os espaços vêm sendo tratados como privados e negociados de forma nem sempre transparente com grupos que de algum modo já têm ocupado outros meios de comunicação. Aos olhos da comunidade local, a emissora não oferece nenhum indício de seu caráter comunitário e muito menos de que deseje contar com uma participação maior dos diferentes segmentos sociais da cidade (PERUZZO *apud* BOTÃO & ZACCARIA, 1996, p.10-11).

Diante deste quadro e de suas próprias incursões, Cílicia Peruzzo aponta interesses, nem sempre alinhados com o bem comum, que acabam por determinar o tipo de programação das TVs, nem tão comunitários assim, e também de relações com a comunidade. “No Brasil há uma variedade de interesses na estruturação de canais locais em UHF. Podem ser interesses educativo-cultural, comercial (meio de captação de inserções publicitárias locais) ou político-partidário” (PERUZZO, 2007, p.15). Ao fim, a constatação de que o interesse político-partidário predomina já que a maioria desses canais está nas mãos de políticos.

Já a televisão de baixa potência se caracteriza por transmissões televisivas na frequência VHF (*Very High Frequency*)<sup>4</sup>, do sistema aberto, de aproximadamente 150 watts, que atingem comunidades específicas com uma amplitude restrita a 1,5 quilômetros. Por funcionar à revelia da lei, suas transmissões são clandestinas e ocasionais. Este tipo de TV surgiu na

---

3. BOTÃO, Paulo R., ZACCARIA, Rosana B. TVs Comunitárias: limites e possibilidades. GT Comunicação e Cultura Popular. Trabalho apresentado no Congresso Intercom, Piracicaba: Intercom/Unimep, 1996. p.10.

4. A mesma das TVs abertas, tais como TV Globo, TV Record, SBT etc.

década de 1980, mesma época em que eclodiram diversas emissoras de rádio livres, também conhecidas como rádios piratas.

Aos olhos de Cílicia Peruzzo, as TVs piratas simbolizam um protesto contra o sistema de concessão de canais de televisão e a inexistência de canais de baixa potência de uso público.

São experimentos que objetivam exercitar a liberdade de expressão e contestar o sistema de concessão de canais de televisão no País, bem como sua programação essencialmente marcada por interesses mercadológicos. E, em casos específicos, objetivam democratizar técnicas de produção e transmissão televisiva com grupos populares. Em última instância, o que se pretende é forçar mudanças na legislação dos meios de comunicação de massa no país (PERUZZO, 2007, p.16).

A primeira experiência de TV Pirata estava marcada para acontecer em 15 de agosto de 1985, com a inauguração da TV Livre da cidade de Sorocaba. Porém, uma reportagem do Jornal *Folha de São Paulo* despertou o interesse do órgão fiscalizador que inibiu a iniciativa. Compartilhando sua visão, Cílicia Peruzzo (2007, p.17) revela que “o objetivo básico dos protagonistas da TV livre era criticar a obsolescência da lei de telecomunicações e forçar mudanças na legislação de modo que fossem permitidas transmissões locais e comunitárias”.

A primazia da primeira transmissão televisiva pirata ficou por conta da TV Cubo que, no dia 27 de setembro de 1986, transmitiu um programa de 13 minutos na região do Butantã em São Paulo.

As experiências de TVs piratas com transmissão em VHS foram feitas no Rio de Janeiro e em outros Estados, mas sem maiores repercussões. Eram experiências com pouca estrutura e ocasionais para despistar a fiscalização. Contudo, Cílicia Peruzzo (2007, p.18) atesta que “apesar dos riscos demandados pelas transmissões ilegais, tais experiências ousaram criticar o sistema televisivo vigente no país, demonstrando a possibilidade de uso social do mesmo”.

Outras experiências tiveram o propósito de democratização das técnicas de produção e transmissão de sons e imagens no sistema VHF para grupos populares. Neste quesito o destaque foi a oficina de capacitação em comunicação comunitária do Projeto Codal – Comunicação para o Desenvolvimento da América Latina, realizado no Brasil por meio da ABVP – Associação Brasileira de Vídeo Popular, em parceria com a TV Sala de Espera. No período de

26 de maio a 4 de junho de 1995, em Belo Horizonte-MG, foram realizados e transmitidos uma série de programas para a população local. Fizeram parte da programação noticiários com notícias locais, matérias de comportamento, experiências coletivas de sucesso, além de quadros musicais, culturais, culinária, humor, matéria infantil, juvenil e destaque para discussões. Durante três dias o projeto permaneceu 12 horas no ar, com programação de cunho social. “Participaram do projeto 35 (trinta e cinco) pessoas vindas de 12 estados do Brasil, inclusive do Estado sede, que desenvolveram uma TV Comunitária, a TV Beira Linha, em parceria com a população local” (PERUZZO, 2007, p.19).

A modalidade TV de Rua ou TV Livre tem como característica as “realizações em vídeo produzidas com a participação da população e transmitidas em espaços públicos abertos ou fechados, destinados a recepção coletiva” (PERUZZO, 2007, p.19).

Com a aparelhagem de transmissão dos vídeos sendo transportada por automóveis e, por vezes, em locais previamente escolhidos, essa modalidade assume um caráter móvel e itinerante. Os vídeos são transmitidos em praças e ruas ou em postos de saúde, creches, escolas, centros comunitários, associação de bairro, sindicato, ginásio de esportes, hospitais etc. Cicilia Peruzzo (2007, p.20) relata que essas “são experiências de comunicação oriundas dos movimentos populares e que têm por finalidade a mobilização social em torno das lutas por melhor qualidade de vida”.

Apesar da parte técnica de elaboração de roteiros, gravação e edição ser elaborada por uma equipe de produção vinculada a alguma ONG – Organização Não-Governamental, esses projetos têm a participação direta da população local no processo de produção de mensagem.

Promovendo a participação popular no processo de produção dos audiovisuais, almeja-se desmistificar a televisão, discutir assuntos de interesse público candentes aos grupos locais e motivar o envolvimento das pessoas na democratização dos meios de comunicação de massa através da apropriação pública das tecnologias da informação. (PERUZZO, 2007, p.21)

Essa produção não fica restrita a exibição em espaços públicos, mas, também, produzem outros audiovisuais para uso nos movimentos sociais. Peruzzo (2007, p.22) atesta que

A TV comunitária nos moldes da TV de Rua tem propósitos educativos e culturais. Surge em um contexto de efervescência

dos movimentos sociais em que se busca a utilização do vídeo como meio facilitador do processo de tomada de consciência e mobilização de segmentos sociais excluídos.

A pesquisa então enfatiza as TVs de Rua que se destacaram no cenário nacional. Faz uma breve apresentação das entidades TV Viva (Recife-Olinda), TV Mocaronga (Santarém-PA), TV Liceu (Salvador-BA), TV Maxambomba (Rio de Janeiro-RJ) e a TV Pinel (Rio de Janeiro-RJ), com o intuito de entender melhor suas características como meio de comunicação comunitária.

Cada uma dessas experiências apresentam peculiaridades conforme seus propósitos, mas todas elas garantem a participação popular no processo de produção do audiovisual. Outras características dão conta que nas TVs de Rua

Há inovação de linguagem em relação à televisão tradicional, com bastante uso do humor, música e expressões populares; não precisa de concessão/permissão de canal; objetiva democratizar /desmistificar a televisão e suas técnicas de produção; é voltada a segmentos excluídos da população; tem finalidades essencialmente educativas, culturais e de desenvolvimento comunitário local; não tem fins comerciais; trabalha a partir e com temáticas, preocupações, realidade e valores de cada lugar; incentiva a criatividade popular; contribui para o resgate das identidades culturais e da auto-estima (PERUZZO, 2007, p.32).

Ao destacar as experiências e características das TVs comunitárias em UHF, VHF e das TVs de Rua, Círcia Peruzzo ressalta seu importante papel de precursoras dos atuais canais comunitários do sistema de televisão a cabo.

Os Canais Comunitários de TV a Cabo foram criados a partir de uma legislação específica por meio da Lei 8.977, de 06 de janeiro de 1995, regulamentada pelo Decreto Lei 2.206, de 14 de abril de 1997 e pela Portaria 256, de 18 de abril de 1997. Essa legislação

[...]estabelece a obrigatoriedade das operadoras de TV a Cabo, beneficiárias da concessão de canais para, na sua área de prestação de serviços, disponibilizar seis canais básicos de utilização gratuita, no sentido dos canais abertos a utilização por parte de associações sociais comunitárias e outras organizações de

interesse público, instituições educativo–culturais, legislativas e da justiça (PERUZZO, 2007, p.33).

Este sistema foi criticado na observação pertinente de Cicília Peruzzo (2007, p.33) quando constata que, desta forma, os canais comunitários do sistema de TV a cabo, “são canais de uso público, mas não propriamente de acesso público, já que estão organizados de modo a favorecer o acesso apenas de entidades em determinados segmentos da sociedade e não do cidadão isoladamente”.

Sobre o Canal Comunitário da TV a Cabo, a pesquisa se depara com um grande paradoxo: a televisão a cabo é um sistema de transmissão das chamadas TVs por assinatura, ou TVs pagas. Consiste na transmissão de sinais por meio físico: o cabo. A pergunta é: como um canal de TV Comunitário que, por princípio, deveria ser feito por e para a massa popular (a população mais carente, alijada dos processos comunicacionais tradicionais) está em um sistema elitista feito somente para aqueles que podem pagar e não no sistema aberto de televisão como deveria ser? Esta é uma das questões mais emblemáticas tratadas na obra e que, apesar da luta pela democratização da comunicação, ainda não há no horizonte uma esperança concreta de que os Canais Comunitários figurem no sistema aberto de televisão.

O Artigo 23 da Lei 8.977 detalha os canais de uso gratuito: três canais legislativos (Senado Federal, Câmara dos Deputados e Assembleias Legislativas/Câmaras de Vereadores), um canal universitário (uso partilhado entre universidades sediadas na área de prestação de serviços), um canal educativo–cultural (para uso dos órgãos que tratam de educação e cultura do governo federal, governos estaduais e municipais) e um comunitário (aberto para utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos). Além desses criados em 1995, no ano de 2002 foi criado um canal para uso do Poder Judiciário, a TV Justiça e, em 2004, foi criado um canal do Poder Executivo, a TV NBR ou TV Nacional Brasil.

Mesmo com restrições ao acesso público, após intensa luta, a conquista foi comemorada como um passo importante para o processo de democratização da comunicação no Brasil. Neste sentido, Cicília Peruzzo diz que os canais de utilização gratuita

Representam um avanço no sentido da democratização dos meios de comunicação de massa no Brasil, apesar das limitações impostas pelo sistema de TV por assinatura. Institucionalizaram-se em decorrência das negociações ocorridas entre várias forças que controla os meios de comunicação de massa no Brasil (Governo e empresa de comunicação), parlamentares e

entidades da sociedade civil, entre elas o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (PERUZZO, 2007, P. 34).

Apesar de ser instituído por Lei no ano de 1995, foi somente no ano de 1996 que o primeiro canal comunitário foi ao ar. Em 15 de agosto de 1996, o “Canal Comunitário” de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, estreou pelo canal 14 da NET Sul. Em seguida vieram a TV Comunitária do Rio de Janeiro (TV Carioca), em 30 de outubro de 1996 e, em 27 de julho de 1997, o Canal Comunitário de São Paulo entrou no ar. No segundo semestre de 1997 foi a vez dos canais de Belo Horizonte e Brasília.

Ao elencar as principais características dos canais comunitários na televisão a cabo, Cicilia Peruzzo acaba por conformar a importância desses meios de comunicação. Nesses canais

O espaço da programação, do planejamento e da gestão tende a ser aberto e democrático; o espaço da grade de programação é ocupado por um conjunto de entidades, dividindo-o entre as associadas que queiram transmitir seus programas, como exceção de casos específicos em que o espaço é cedido mediante o pagamento de taxa de veiculação; sua gestão tende a ser coletiva, mas há casos de centralização de poder por parte de lideranças; seus diretores recebem mandatos temporários; a propriedade é coletiva; as entidades participantes são amplamente diferenciadas entre si, tendo em comum o fato de serem não-governamentais e sem fins lucrativos; a programação tende a ser pluralista e eclética; o conjunto da programação tem como objetivo central contribuir para a educação, cultura e desenvolvimento comunitário; buscam a auto-sustentação financeira através de contribuições das associadas, patrocínios e, eventualmente, prestação de serviços e rateio de custos; estão voltados a uma audiência ampla e heterogênea; são meios para canalização e expressão dos resultados da mobilização das pessoas no exercício da cidadania; concretizam a democratização da televisão, um dos meios de comunicação de massa da maior importância no país; não tem interesses comerciais (PERUZZO, 2007, p.36-37).

Apesar de algumas limitações, as TVs populares e comunitárias no Brasil que, em pouco tempo, passou de ilegal a “obrigatório”, demonstra um salto qualitativo na comunicação comunitária que pode colaborar e muito com o processo de democratização da comunicação.

## Gestão e sustentabilidade dos canais comunitários

Daqui até o fim da obra a pesquisa tem como foco principal o estudo dos três canais comunitários de TV a Cabo pioneiros no Brasil: o Canal Comunitário de Porto Alegre, a TV Comunitária do Rio de Janeiro e o Canal Comunitário de São Paulo.

Neste segundo capítulo é feito um resgate dos processos de implantação desses canais com o objetivo de “identificar suas finalidades e o tipo de participação das entidades na gestão dos mesmos, além de levantar as estratégias de sustentabilidade econômico-financeira adotada” (PERUZZO, 2007, p. 39).

Antes, porém, são apresentados os principais aspectos da lei e seus enfoques que permitiram a criação dos canais comunitários.

A Implantação da TV a Cabo e os demais serviços de televisão por assinatura geram mudanças expressivas no sistema televisivo brasileiro. Antes da implantação da TV a Cabo no Brasil a TV Aberta reinou sozinha. O crédito desta conquista é exaltado pela pesquisadora quando diz que

Convém lembrar que a promulgação da lei de TV a Cabo, nos moldes como a que se chegou, foi fruto da mobilização de organizações da sociedade civil, representadas no Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que desencadeou um processo de negociação junto ao Governo Federal, parlamentares e empresas de comunicação. O acesso a canais de televisão de uso gratuito [...] representa uma conquista da sociedade civil, num momento de grande efervescência popular em favor de mudanças e justiça social (PERUZZO, 2007, p.42).

Dessas considerações o capítulo passa então ao resgate histórico dos três canais escolhidos para o estudo, a começar pelas articulações para a fundação desses canais. Os processos de fundação dos canais comunitários de Porto Alegre e Rio de Janeiro tiveram a participação efetiva de diversas entidades, inclusive do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Já a fundação do canal comunitário de São Paulo foi marcada pela divergência de opiniões o que resultou na retirada de importantes entidades, fato que comprometeu a representatividade do canal.

Sobre a gestão dos canais comunitários, o estudo aponta pontos em comum, mas também variações nos modelos e formas de gestão.

Em nível de pressupostos em comum, encontrados nos três canais, estão: o sentido de interesse público como força motriz; não ter fins lucrativos; propriedade coletiva (e não a propriedade privada); base de sustentação em entidades civis e sem fins lucrativos; e democratização do espaço de programação, mesmo que seja cada um a seu modo. As variações mais significativas estão nos modelos de gestão e nas estratégias de ocupação da grade de programação adotadas (PERUZZO, 2007, p.61).

Quanto à sustentabilidade, cada um dos canais comunitários tem que criar mecanismos próprios para a viabilização econômico-financeira. Para piorar a situação, a Lei da TV a Cabo, além de proibir a publicidade comercial nos canais de utilização gratuita, não prevê mecanismos de contribuição para a viabilização desses canais. Ao contrário dos canais comunitários, todos os outros canais de uso gratuito – TV Justiça, TV do Poder Executivo, TV Senado, TV Câmara, TVs educativas e culturais e os canais universitários – recebem algum subsídio, seja público ou privado.

Cicilia Peruzzo (2007, p.64) defende que cada associação tenha autonomia para criar condições de viabilização, porém, sem comprometer a autonomia política e ideológica do canal comunitário. “O ideal mesmo é que os canais de televisão comunitários fossem financiados por recursos de fundos públicos (constituídos com verbas do poder público e das concessionárias dos canais)”.

O estudo então detalha como cada canal elabora sua gestão econômico-financeira e seus principais problemas. As dificuldades são muitas e, algumas em comum, como no caso da principal delas, a de ordem financeira que acaba por comprometer a produção de programas próprios. Outras dificuldades elencadas dão conta de conflitos de interesse e a baixa participação das entidades, até a falta de mão-de-obra.

Apesar das divergências e das dificuldades, Cicilia Peruzzo (2007, p.76) acredita que “os canais estão em processo de construção e reconstrução, dinâmica e permanentemente, no modo de exercer a cidadania no âmbito dos meios de comunicação de massa”. Acredita que a vivência do dia a dia pode trazer os ajustes e melhorias necessárias ao bom andamento dos canais. Neste processo de gestão coletiva, a pesquisadora vê diferenças, porém, ressalta as semelhanças que buscam o objetivo comum que é a democratização da comunicação com uma programação que privilegie o interesse social, contribuindo assim para a cidadania.

## Participação popular e estratégias de programação

O terceiro capítulo da obra vem em resposta à pergunta/problema da pesquisa: Por que modalidades poderá a massa popular participar efetivamente dos processos comunicacionais nas TVs comunitárias?

Além de demonstrar a participação popular, o estudo demonstra os principais aspectos da programação dos canais comunitários analisados na pesquisa.

Antes, porém, a autora faz uma ressalva para alertar sobre o modo como as pessoas tendem a relacionar a televisão comunitária com as experiências que já têm da televisão, ou seja, com os grandes canais de televisão. Alerta para duas diferenças fundamentais para se entender a dinâmica da programação de uma TV Comunitária. Na primeira explica que um canal pode ser produtor (ele mesmo produz os programas) ou um canal provedor de conteúdos, quando abre e organiza o espaço para transmissão de programas de terceiros. A opção por produtor ou provedor de conteúdos é que define a estratégia de ocupação da grade. Essa opção está ligada às condições econômicas, técnicas e de infraestrutura do canal. Por conta desta diferença, Cicilia Peruzzo (2007, p.77) relata que “[...] quando se faz a crítica de que o canal comunitário não apresenta uma unidade de programação, ela está baseada nos padrões da televisão convencional, que a TV comunitária, por natureza, não se vê obrigada e nem pretende seguir”.

A segunda diferença está ligada a força motriz da TV Comunitária que é pautada na geração de uma programação sociocultural-democrática, sem depender de grandes audiências e sem se submeter aos padrões da TV comercial. “Não lhe cabe reproduzir um tipo de programação igual ou similar à das grandes redes de televisão que têm suas próprias finalidades e são regidas pela lógica do mercado”, Explica Cicilia Peruzzo (2007, p.78) ao destacar que

Sua finalidade maior é ser canal de expressão para aqueles que, historicamente, foram privados dos direitos de participar como emissores ativos de conteúdos através dos meios de comunicação de massa; os movimentos sociais, sindicatos e outras organizações sem fins lucrativos. É fazer uma televisão que enfatize o desenvolvimento da cidadania cultural e, conseqüentemente, contribua para o desenvolvimento social e local (PERUZZO, 2007, P.78).

Quanto à finalidade, mesmo que em respeito aos parâmetros da Lei de TV a Cabo, os canais estudados têm em seus estatutos, basicamente em comum, como

princípios, respeitar conceitos como democracia, cidadania, pluralidade, igualdade, enfim a democratização dos meios de comunicação buscando o livre acesso público.

Quanto à participação popular e ocupação da grade de programação, “o funcionamento dos canais comunitários tende a ser bastante flexível, pois depende das condições estruturais e da conjuntura de cada momento” (PERUZZO, 2007, p.106).

No caso dos canais de Porto Alegre e do Rio de Janeiro, a participação está restrita a entidades associadas, diferentemente do canal de São Paulo que acolhe qualquer entidade. Em todos os canais, as entidades devem ser não governamentais e sem fins lucrativos. Mas, mecanismos como espaço interprogramas criado pelo Canal do Rio de Janeiro já possibilitam a participação de entidades não associadas e do cidadão comum, independente de pertencer a alguma associação.

Como se vê, realiza-se uma comunicação em que aqueles (entidades a sociedade civil e cidadãos) que eram apenas receptores de mensagens passam a ser emissores ativos. Há participação no planejamento, na produção, na transmissão e na recepção dos conteúdos veiculados. Tal processo revela que a prática de participação na programação nos canais comunitários se realiza em nível elevado, em que o poder de decisão sobre o conteúdo, a linguagem, o formato do programa está no grupo, na entidade que veicula programas, e não na equipe técnica ou de direção do canal (PERUZZO, 2007, p.106-107).

Em suma, apensar da diversidade das entidades associadas, as dificuldades de toda a ordem, os Canais Comunitários estão cumprindo sua missão de facilitar a participação popular e estimular a democratização da comunicação de caráter comunitário e de interesse público.

## **A dimensão pública da Televisão Comunitária**

O quarto e último capítulo do livro inicia-se com a pergunta: o que significa ser TV comunitária? Para responder a questão, a pesquisadora recorre aos conceitos de comunidade, comunicação comunitária e também a questões sobre o sentimento de pertencimento e a construção identitária.

Explica que as comunidades hoje “podem ser tanto de base territorial, como virtuais, étnicas, culturais etc.” (PERUZZO, 2007, p.110). Avisa também que os conceitos de comunidade<sup>5</sup> não devem ser confundidos com uma simples localidade.

Ela pressupõe participação ativa dos seus membros, caráter cooperativo, sentimento de pertencimento, compromisso, interação, compartilhamento de objetivos e outros laços em comum. Portanto, um canal comunitário requer a existência de democracia e envolvimento direto de cidadãos, associações, movimentos populares e demais organizações sem fins lucrativos nos seus processos de criação, de administração e na programação (PERUZZO, 2007, p.110).

Diante do explícito, Cílicia condena o entendimento de comunidade como algo fechado, restrito a uma só comunidade e cobra a pluralidade e diversidade que deve se refletir nos canais comunitários.

A seguir, a pesquisa elenca e detalha onze dificuldades que prejudicam o desenvolvimento dos canais comunitários e elabora breves sugestões com o intuito de provocar discussões e, assim, contribuir para o avanço dos canais comunitários. Entre as dificuldades está: a falta de recursos, a impossibilidade de contratação de funcionários por canais estruturados, a não existência de um centro de produção coletiva aberto às comunidades e às organizações sem fins lucrativos, a restrição ao acesso do cidadão, a subutilização dos espaços abertos para a veiculação de programas e para a participação na programação de livre acesso, a exibição de programas distantes da perspectiva comunitária, a sofrível produção de grande parte dos conteúdos veiculados, os conflitos de interesse existentes no âmbito interno, a cobrança de taxas para a veiculação de programas, a falta de planejamento sistemático do canal como um todo e, finalmente, a transmissão restrita ao sistema a cabo de televisão.

Sem a pretensão de criar uma cartilha, Cílicia Peruzzo (2007, p. 121) relata “que cada limitação apontada anteriormente, já contém o contraponto de sua negação, ou seja, um indicativo para que se busquem soluções”.

---

5. Ver: Martin Buber (1987); Zigmunt Bauman (2003); Orlando de Miranda (1995); Ferdinand Tönnies (1973).

Cicília destaca a importância da mobilização social para o empoderamento<sup>6</sup> da mídia comunitária. Incita a criação de mecanismos de mobilização como “comitês locais (ou comunitários) de comunicação – paralelos ou complementares aos conselhos municipais de comunicação” (PERUZZO, 2007, p. 122). O estudo demonstra como a mobilização social poderia ajudar no desenvolvimento dos canais comunitários e relembra experiências anteriores que foram bem sucedidas.

Também retoma a dificuldade de produção dos canais comunitários e das associações a eles ligadas e cobra esforços para a criação de centros coletivos de produção audiovisual nos municípios. Peruzzo (2007, p.125) sugere que uma forma para “a criação de centros coletivos de produção audiovisual se daria por meio da disponibilização de estúdios de produção e edição para uso das organizações sociais sem fins lucrativos pelas próprias operadoras de televisão a cabo”.

Sobre a questão da falta de recursos, Cicília Peruzzo faz coro com a Associação Brasileira dos Canais Comunitários pleiteando um fundo comunitário de recursos.

Traz contribuições sobre o acesso popular e cobra a ampliação deste ao cidadão e a outras entidades, independente de serem ou não associadas.

Fala sobre a capacitação de jovens lideranças e lideranças populares através de parcerias entre os canais comunitários, organizações sociais e universidades.

Ressalta a importância do planejamento estratégico dos canais de comunicação comunitária a exemplo o documento “O Novo Desenho da TCRJ” (NR94), elaborado por Alberto López Mejía, ex-coordenador do Canal Comunitário do Rio de Janeiro.

Falando sobre as críticas à qualidade da programação, Cicília retoma as diferenças entre as televisões comerciais e comunitárias para explicar que, as últimas, não têm a pretensão de seguir o modelo das primeiras. Ainda relata que os canais comunitários são novos e as organizações sociais não possuem tradição em participar da comunicação e, ainda, não tem prática em fazer TV. Porém, Cicília Peruzzo (2007, p.137) diz que “não há dúvidas que os canais têm interesse em melhorar sua programação e que os cidadãos e organizações da sociedade civil, se convocados, trarão respostas e alternativas que podem vir a melhorar a práxis dos canais”. Disse ainda respeitar o que vem sendo transmitido e acreditar que tudo faz parte de um processo de aprendizagem que tende ao aperfeiçoamento.

---

6. De empowerment, em inglês, quer dizer participação popular ativa com poder de controle e de decisão.

Discute ainda a montagem da grade de programação por gêneros e temas e a ampliação da representatividade popular na gestão e na programação dos canais comunitários.

Por fim, trata do desafio da televisão comunitária que é constituir-se em um novo modelo de televisão pública democrática no Brasil. Resgata modelos e exemplos de TVs da Europa e da América Latina para reforçar a ideia de que o Brasil tem a oportunidade histórica de criar uma nova maneira de fazer TV, visto que seu modelo ainda está em construção. Em sua visão, Cicilia Peruzzo (2007, p.147) acredita que a televisão comunitária “poderá ser cada vez mais democrática se as forças que lutam pela democratização da comunicação conseguirem mobilizar cidadãos, movimentos populares e organizações a assumirem o protagonismo comunicacional [...]”.

Em suas conclusões, Cicilia Peruzzo (2007, p.149) faz um balanço da pesquisa e afirma que a criação dos canais comunitários na TV a Cabo, mesmo sob contradições, é “um passo significativo na democratização do acesso das organizações civis de interesse público aos meios de comunicação na condição de protagonistas de mensagens e programas, além de gestoras de canais de televisão”.

Por fim, há que se reconhecer que a TV comunitária no Brasil está em processo de construção. Não há um modelo único, nem um modelo que seja o melhor. Garantidos os princípios, as finalidades e as práticas que assegurem o acesso democrático à gestão e à programação, além do desenvolvimento de conteúdos condizentes aos interesses de desenvolvimento da cidadania e do controle coletivo da gestão e dos recursos, todas as experiências são válidas e tendem a ser aperfeiçoadas gradativamente (PERUZZO, 2007, p. 152).

Para finalizar a obra, Cicilia Peruzzo (2007, p.158) ainda tem tempo de uma provocação: “Ninguém nasce sabendo fazer televisão”.

## Considerações

Ao se debruçar sobre a obra de Cicilia Peruzzo: *Televisão Comunitária – Dimensão Pública e Participação Cidadã na Mídia Local*, a impressão que se tem

é a de um especialista em seus apontamentos diários.

A precisão da pesquisa documental bibliográfica descrita de forma leve em dados que contam uma história gostosa de ser lida e ser sabida.

O estudo profundo e o conhecimento de causa da comunicação comunitária dão a nota das contribuições, que não são poucas, diga-se de passagem.

Ao fim e ao cabo, tem-se um resgate fidedigno da história das TVs comunitárias, uma pesquisa que abarca os pontos principais da constituição e desenvolvimento dos canais comunitários e, uma visão ímpar sobre a realidade da televisão pública que pode ser transformada.

Na dedicatória do livro Cílicia Peruzzo escreve: “Espero que note os sinais de uma outra TV”. Nota-se com clareza uma televisão que pode mudar o mundo por meio da democratização da comunicação.

## Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BOTÃO, Paulo R., ZACCARIA, Rosana B. **TVs Comunitárias**: limites e possibilidades. GT Comunicação e Cultura Popular. Trabalho apresentado no Congresso Intercom, Piracicaba: Intercom/Unimep, 1996. p.10.

BUBER, Martin. **Sobre Comunidade**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

MARQUES DE MELO, José. **Ciências da Comunicação**: Brasil, 50 anos. Disponível em: [http://portalintercom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4300:ciencias-da-comunicacao-brasil-50-anos&catid=131:artigos-em-destaque&Itemid=135](http://portalintercom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4300:ciencias-da-comunicacao-brasil-50-anos&catid=131:artigos-em-destaque&Itemid=135). Acesso em 27/07/2013.

MIRANDA, Orlando de (org.). **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo: Edusp, 1995.

PERUZZO, Cílicia Maria Krohling. **Apresentação**. Disponível em: <http://www.ciciliaperuzzo.pro.br/>. Acesso em 27/07/2013.

PERUZZO, Cílicia Maria Krohling. **Televisão Comunitária** – Dimensão Pública e Participação Cidadã na Mídia Local. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. 197p.

TÖNNIES, Ferdinand. Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais. In: FERNANDES, Florestan (org.). Comunidade e Sociedade. São Paulo.V.1 p.96-116.

## 26.

# Comunicação Popular Escrita: uma viagem comunicacional das ruas ao livro<sup>1</sup>

Eliane Penha Mergulhão Dias<sup>2</sup>

FATEC – Faculdade de Tecnologia / UNIP – Universidade Paulista

PELLEGRINI Fº, Américo. **Comunicação popular escrita**. São Paulo: EDUSP, 2009.

- 
1. Obra apresentada e comentada no Ciclo de Conferências “50 anos de Ciência da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo”, no dia 27 de setembro de 2013, na USP.
  2. Doutora em Comunicação Social, Docente FATEC SJC, UNIP SJC, Pesquisadora em Folkcomunicação (UMESP). E-mail: elianemergulhao@terra.com.br

## Introdução

Este estudo está situado na área de Comunicação tendo como tema a análise do livro *Comunicação Popular Escrita* do autor Américo Pellegrini Filho que tem graduação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero (1958), mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1980) e, pela mesma Universidade, doutorado em Ciências da Comunicação (1987), Livre-Docência (1992) e Titular (1996). Atualmente aposentado, é professor-colaborador em Pós-Graduação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Sua atuação acadêmica se volta principalmente aos seguintes temas: patrimônio cultural e natural com interesse para turismo, folclore/cultura popular, comunicação popular escrita. Viajou por vários países e publicou inúmeros trabalhos em revistas, periódicos e livros, conforme consta em seu Currículo Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/5774589355592475>>

Sua formação jornalística levou-o ao interesse pelo folclore e pela cultura popular. Também, e esta é nossa interpretação de que, pela visada do comunicador, e pela percepção da dinâmica das mudanças de paradigma de tempos em tempos em relação à sociedade, Américo Pellegrini Filho também vê, no movimento das populações, novas oportunidades de turismo e de troca cultural. Assim, comunicação popular, folclore e turismo são os três eixos de suas pesquisas mais relevantes.

Sem sombra de dúvida, o livro *Comunicação Popular Escrita* (Edusp, 2009), é seu trabalho de maior fôlego no que se refere à extensão da pesquisa e ao volume de material levantado, catalogado, classificado e analisado.

## Conteúdo

No livro “Comunicação Popular Escrita” Américo Pellegrini Filho analisa 14.014 registros de campo, de 107 países, sistematizados em 22 classes e 40 temas e subtemas de comunicação do povo. O levantamento bibliográfico contempla em lapso espaciotemporal de 47 anos, compreendido entre os anos 1960 até 2007. As mensagens populares reunidas na obra estão escritas em 42 línguas, estando incluídos neste total mais quatro dialetos. Os temas tratados no material levantado manifestam expressões de toda natureza, tais como religiosidade; política; comemorações; vitórias e derrotas, alegrias e tristezas; e ainda assuntos

do sexo, do amor, dos xingamentos, com forte recorrência à jocosidade. A obra tem como Apêndice um CD com os anexos da pesquisa que inclui, além do registro integral e a tradução livre do autor para todas as frases, os agradecimentos, os quadros de relações, e um painel de 1.902 ilustrações. Configura-se, portanto, como obra de referência da comunicação popular escrita, abrangendo um registro de âmbito mundial. É uma obra recente e de alta importância para os estudos desse segmento da comunicação social.

Nossa intenção aqui não é a de fazer um diagnóstico da obra, pois que demandaria um largo tempo e talvez nunca alcançássemos o intento, e sim o de dar notícias ao leitor/ pesquisador que busca informação abalizada sobre a CPE. A riqueza dessa obra é de tal magnitude que por mais que escrevêssemos sobre ela jamais a esgotaríamos.

Toda a dificuldade de um pesquisador que pretende empreender um novo trabalho de caráter científico está em encontrar uma metodologia adequada para o tratamento dos dados de seu objeto de estudo. Isso também ocorreu com CPE quando seu autor se viu diante do mundo de informações e de objetos a serem ordenados e analisados. Segundo o que ele mesmo explica, o método escolhido foi a *Grounded theory* (teoria fundamentada, em tradução livre), em que os procedimentos são estabelecidos a partir dos dados coletados e selecionados. Assim, o autor passa a considerar a dupla de objetos “conteúdo & suporte” para catalogação, e para as análises leva em conta os conceitos já estabelecidos na comunicação social, que é o endereço teórico de todo o trabalho que resulta neste rico compêndio.

Por se tratar de uma pesquisa de caráter exploratório e de natureza qualitativa sincrônica, a ordenação e catalogação dos objetos levaram o pesquisador – a partir da dupla material conteúdo-suporte – a “descobrir” e levar em consideração o que ele chamou de *neomídias*, já que as mensagens (mídias) apareciam desdobradas em novos formatos e apresentadas em novos suportes, acompanhando a evolução da comunicação junto às novas tecnologias eletrônicas. Desse modo, sua classificação avança em tipologia e número em relação aos formatos e suportes já pesquisados por outros autores, enriquecendo sobremaneira o acervo catalogado.

Pellegrini F.<sup>o</sup> leva em conta ainda que o “autor” de uma mensagem popular é, sobretudo, um crítico, i.e., que ele escreve para colocar em causa um determinado problema social, para criticar uma ordem ou um costume. Por isso, a pesquisa de Pellegrini F.<sup>o</sup> encara o desafio de “colocar ordem” nesse sem-fim que é o universo da comunicação popular escrita, já que cada assunto se desdobra em uma infinidade de mensagens, apresentadas das mais variadas formas. E,

como já foi dito, mas vale enfatizar, este trabalho tem caráter internacional e é válido do ponto de vista da comunicação social tanto para o Brasil quanto para qualquer outro país que trabalhe em pesquisa com as mesmas bases científicas.

## Comentários

A comunicação social escrita carrega consigo o constante desafio que é o de ser suficiente para seu leitor mesmo na ausência do dono, ou seja, sem mais a presença daquele que a escreveu. Portanto, do ponto de vista comunicacional, as peças da CPE são, cada uma em si, a comprovação de um esforço de seu autor de se fazer entender e de ser acreditado.

A parábola do escravo que, ao levar um cesto de maçãs para entregar em outra fazenda e no meio do caminho senta-se sobre o bilhete da Senhora para que “ele” (o bilhete) não conte que ele comeu uma das maçãs, ilustra com perfeição a competência da comunicação escrita. Ao ser castigado, o escravo não conseguia entender de que modo a Senhora ficara sabendo de sua “desobediência” se não havia ninguém por perto que o tivesse visto comer a maçã<sup>3</sup>.

Este é, portanto, o fundamento da CPE: a competência de comunicar uma evidência, um fato, uma constatação sem a presença de seu comunicador. Neste caso, o receptor entende-se com a mensagem e, salvo em caso de incompetência do próprio receptor, a mensagem é sempre autossuficiente para expressar seu próprio conteúdo.

No entanto, a relevância do trabalho de Américo Pellegrini Filho junto às pesquisas das Ciências da Comunicação se destaca pela riqueza de objetos e amplitude da catalogação. Para não tornar exaustivo este breve estudo, lembramos

---

3. A parábola conta a história do escravo da Senhora A que foi enviado à casa da Senhora B para entregar um cesto de maçãs com um bilhete junto. Ao voltar, a Senhora A o advertiu dizendo que desta vez ela não o castigaria, mas da próxima, sim. Ele, analfabeto, perguntou quem contou a ela que ele havia comido a maçã, e ela mostrou-lhe o bilhete que a Senhora A havia mandado de volta. Na próxima vez em que foi enviado com as maçãs, no caminho ele tirou o bilhete de dentro do cesto, sentou-se sobre ele e ainda se gabou: “quero ver vc contar pra Sinhá que eu comi a maçã!”. Então, dessa vez a Senhora o castigou. Moral: O bilhete foi o delator do escravo porque a mensagem escrita é autossuficiente, ela fala por si mesma. (domínio público)

apenas que em sua classificação o autor dividiu seu acervo em 22 classes. Essa divisão facilita o trabalho do pesquisador que venha a se interessar por tal material para desdobramento de pesquisa dessa natureza, pois vai encontrar pronto o trabalho pesado de separação, catalogação e agrupamento por natureza de uma infinidade de mensagens colhidas nos cinco continentes.

## Conclusão

Aristóteles afirma que o texto é válido – filosoficamente falando – quando sua leitura desencadeia o processo de extrapolação da própria palavra rumo às alturas do pensamento. Bela constatação, que se pode classificar como palavras de um poeta!

Portanto, na Comunicação Popular Escrita ocorre algo semelhante, pois as mensagens, que trazem sempre um rico e variado conteúdo, da mesma forma, são lidas com olhos e repertório também ricos e heterogêneos. Desse modo, cada grupo de cada local, de cada cultura vai dar sua própria interpretação às mensagens migradas de outro grupo, de outro emissor.

Então, uma frase do tipo “*Nóis capota, mais não breca*” tem um sentido de rebeldia e de resistência tanto pessoal quanto política que talvez seja de mais fácil assimilação ao receptor de origem latina, mas de mais difícil entendimento para um oriental. Enfim, toda a riqueza desse tipo de mensagem reside no fato de ela ser uma expressão da cultura de um dado povo, e como tal ser uma espécie de porta-voz dessa cultura. E ainda: dada a natureza dos suportes onde ela é mostrada, pode-se inferir que ela seja um mostruário, uma espécie de vitrine para deixar à mostra o que há de mais genial, verdadeiro e singelo no espírito de um povo.

## Bibliografia comentada

PELLEGRINI F<sup>o</sup>, Américo. **Comunicação popular escrita**. São Paulo: EDUSP, 2009. (livro e CD)

Em síntese, esta obra atende a um vasto campo de interesse dentro das comunicações sociais, abrangendo inclusive o campo da Folkcomunicação, pois o ex-voto, catalogado por Luiz Beltrão como peça comunicacional, está também

aqui representado. Todas as peças referentes à religiosidade, ao folclore e à regionalidade podem ser estudadas e catalogadas dentro dos estudos folkcomunicaçãois. Contempla ainda os estudos etnográficos e antropológicos, já que são mensagens que variam segundo a natureza regional, cultural e geopolítica de seu emissor. Livro de 696 pág., e um CD multimídia.

# 27.

## As mídias na ficção

José Carlos Marques<sup>1</sup>

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

BULHÕES, Marcelo M. **A Ficção nas mídias**: um curso sobre a narrativa nos meios audiovisuais. São Paulo: Editora Ática, 2009, 136 p.

### Introdução

Marcelo Magalhães Bulhões é professor livre-docente da Universidade Estadual Paulista (UNESP – Campus de Bauru), onde há cerca de duas décadas vem ministrando aulas de literatura e língua portuguesa para diversos cursos, especialmente os de Comunicação Social (Rádio e TV, Jornalismo e Relações Públicas). Nessa instituição, o docente integra ainda o Programa de Pós-Graduação em Comunicação, no qual tem orientado diversas dissertações de mestrado,

---

1. Professor do Departamento de Ciências Humanas da UNESP. Diretor Administrativo da Intercom. E-mail: zeca.marques@faac.unesp.br

nomeadamente sobre as relações entre o jornalismo e a literatura. Foi por meio dessa fecunda experiência que o Professor Bulhões ganhou fôlego e inspiração para escrever a obra *A Ficção nas Mídias: um curso sobre a narrativa nos meios audiovisuais* (Editora Ática: São Paulo, 2009), em que ele se propõe a discutir como os processos ficcionais se comportam no mundo moderno diante das possibilidades informacionais advindas com os novos meios de comunicação.

É preciso distinguir, antes de qualquer coisa, que o termo “curso”, no subtítulo da obra, refere-se à ideia de rumo, direção, rota, caminho, percurso. É exatamente aqui que reside a pertinência do livro: propor um percurso analítico sobre como a narrativa de ficção passou a comparecer em produtos midiáticos presentes em nosso dia-a-dia. Nesse caminho, observamos que essas novas possibilidades de consubstanciação das narrativas ultrapassam as primeiras formas e modelos de realização da ficção, como as narrativas orais, num primeiro momento, e a poesia e o teatro, num segundo momento. E, como diz o próprio subtítulo do livro de Bulhões, sua preocupação é refletir sobre a narrativa nos meios audiovisuais; assim, o foco do trabalho é verificar como se dão os processos de criação ficcional, antes muito atrelados aos registros literários, agora no cinema, na televisão e nos games:

A literatura e o teatro sempre abasteceram fortemente o ficcional. Há algum tempo, todavia – em um intervalo que vai de meados do século XIX até a contemporaneidade –, algo mudou: o papel de detentor privilegiado da capacidade de produzir, ativar e distribuir a ficção para a maioria das pessoas passou para o comando da mídia, ou como chamaremos neste livro, das diversas mídias: rádio, cinema, televisão, computador, *videogames* etc. (BULHÕES, 2009, p. 7).

Nesse percurso, Bulhões anuncia de antemão que não irá desperdiçar o maduro campo dos estudos literários, ao mesmo tempo em que não deixará de considerar a especificidade da narrativa audiovisual. E, fazendo jus à formação e à atuação profissional do autor, o livro apresenta-se como destinada a estudantes e professores dos cursos de Comunicação e Letras, assim como para profissionais do audiovisual.

## Estrutura da obra

A obra está estruturada em sete capítulos, mais um texto de apresentação

e a bibliografia, que conta com quase 50 títulos (a maior parte deles referente a autores clássicos dos estudos literários). No primeiro capítulo, intitulado “A ficção nossa de cada dia”, o autor denuncia a presença cotidiana em nossas vidas daquilo que ele nomeia como uma espécie de “creme ou chantili”: a ficção. Esta se mostraria presente desde as manifestações textuais mais elaboradas (como a literatura e as narrativas cinematográficas e televisivas) até as mais espontâneas (como as anedotas, os “causos”, as fofocas e os comentários apressados).

Além disso, em inúmeras situações do dia a dia nos veríamos confrontados com momentos em que a ficção daria sua cara: o desenho animado da TV, a publicidade no aparelho de telefone celular, a programação da telenovela da noite anunciada no jornal impresso, o personagem principal da mesma telenovela na revista semanal na banca de jornais, o videoclipe assistido na tela do computador pela internet, o filme a que assistimos na sala do cinema etc. Em todos esses casos, teríamos “histórias e seres de vida ‘falsa’ nos mais diversos contornos narrativos das mídias” (BULHÕES, 2009, p. 13). Será esse o fenômeno que o autor procurará discutir nas páginas seguintes de seu livro.

Para dar conta desse propósito, já no capítulo 2 (“Conceitos essenciais”) Bulhões procura definir o conceito de ficção, sintetizando-o como um trabalho criativo imaginado, fingido, em que se nota por vezes a ação de fantasiar: *Ficção* deve ser definida, assim, como o ato ou efeito do trabalho imaginativo, idealizado, fingido; é tanto a ação de fantasiar quanto as produções que decorrem dela (BULHÕES, 2009, p. 17).

Explora-se aqui o quanto a ficção poderia representar uma fuga da realidade ou uma nova forma de representar essa mesma realidade, apontando a necessidade de transformação do mundo cotidiano. Assim, as narrativas ficcionais poderiam tanto representar um “maldito artifício, uma perigosa anestesia”, fazendo-nos escapar das infelicidades e precariedades da vida real, como também poderiam representar o contrário, ou seja, uma “grave advertência de que é preciso transformar o mundo, trazendo em seu bojo o germe da transformação” (BULHÕES, 2009, p. 22). O autor passa então à distinção entre maravilhoso e fantástico, mostrando-se como a transfiguração ficcional não deixa de perder o vínculo com aquilo que chamamos de “mundo palpável”.

Em seguida, apresenta-se o conceito de verossimilhança, este muito importante para se entender o universo ficcional, tanto na literatura, como nas mídias, e que poderia ser caracterizado pela coerência e pela lógica interna da obra. Personagens e ações que não são próprios de nosso mundo real e cotidiano seriam aceitos a partir da coerência que manteriam no universo ficcional (daí aceitarmos acontecimentos fantasiosos próprios das obras de ficção científica, por exemplo, em que um mundo futurista, com seres de outros planetas, é imaginado na narrativa).

No terceiro capítulo, intitulado “Das velhas histórias ao advento das mídias”, o autor, por meio de um exercício arqueológico, desvenda as primeiras formas de ficção oral (o mito, a lenda, a fábula e o conto popular): “Em volta de uma fogueira imemorial, são narradas histórias de viagens, aventuras, enganos, trapacas, guerras, disputas amorosas, zombarias, conquistas eróticas etc.” (BULHÕES, 2009, p. 39). Em seguida, teríamos a transposição desse universo para o universo da escrita (os espetáculos populares teatrais, o folhetim, o melodrama, o romance). Num momento posterior, teríamos então a posterior apropriação dessas formas de ficção pelas mídias, especialmente as audiovisuais (cinemas, TV, games).

Assim, após transitarmos pelo mundo dos mitos e da literatura, chegamos à compreensão de que o ato de contar histórias de ficção não se restringe mais ao universo das lendas e romances – ou, numa só palavra, ao universo da literatura. A produção de narrativas ficcionais, como não poderia deixar de ser, ocupou também as novas formas de comunicação estabelecidas pela humanidade a partir do século XIX e, sobretudo, no século XX: assim, podemos verificar como se dá esse processo no cinema, nas telenovelas, nos reality shows, nos videogames, nas animações, nos seriados etc.

No quarto capítulo, “O diferencial da ficção nas mídias”, Bulhões procurará responder à questão que parece dar o mote a todo o livro: “O que acontece com a ficção ao ser capturada pelo império das mídias?” (p. 55). O próprio autor esclarece-nos o âmago da questão de forma elegante e esclarecedora:

Uma resposta genérica – e necessária – deve dizer que a natureza técnica das mídias *potencializa* o velho atributo da ficção de nos encantar e envolver. Não se trata de avaliar se a ficção se torna “pior” ou “melhor” com a presença das mídias. Trata-se de perceber que, sob o domínio midiático, a ficção recombina as suas bases, submetendo-se a uma espécie de remodelagem. (BULHÕES, 2009, p. 55)

Nesse processo de reconfiguração, as mídias – apoiadas em inúmeros recursos tecnológicos – busariam captar a atenção do público por meio de “astúcias visuais”, por meio de recursos sinestésicos que se apoiariam em apelos sensoriais, conjugando imagem e som e até estímulos táteis (no caso específico dos games):

A natureza tecnológica das mídias reveste o narrativo-ficcional de sedutores recursos de estimulação sensorial (visual, sonora e também tátil). As mídias procuram dinamizar e ativar a ficção com dispositivos técnicos apontados diretamente aos nossos ca-

nais perceptivos: as histórias são expressas por meio de imagens e encorpadas por sons que pulsam na forma de música, ruídos, vozes; maquinismos especiais se dedicam também à estimulação tátil; inúmeras engrenagens, aparelhos, sistemas, cabos e fios assaltam as nossas percepções e parecem querer entrar no nosso corpo. A ficção midiática habita, enfim, um grande parque tecnológico de apelos sensoriais. (BULHÕES, 2009, p. 66-67).

Desse modo, a especificidade das mídias estaria em sua “capacidade fascinadora” de incorporar o ficcional, fazendo o uso de diversos procedimentos imagéticos desenvolvidos pelas tecnologias do audiovisual, algo que se torna flagrante no universo dos games e da computação gráfica.

O esforço seguinte do autor, no capítulo 5 (“O comportamento das categorias narrativas”) é utilizar um referencial teórico próprio dos estudos literários para analisar as novas formas de ficção no mundo audiovisual. Os conceitos analisados são os que envolvem as categorias narrativas clássicas (foco narrativo, espaço, tempo e personagem), e suas transmutações na passagem do mundo da oralidade e da escrita para o universo das mídias.

O conceito que envolve o foco narrativo (ou focalização) é o que recebe maior tratamento neste capítulo, muito em torno da falsa ideia de que, numa narrativa audiovisual (um filme ou uma telenovela, por exemplo), não haveria *a priori* a presença de um narrador. O autor, entretanto, afasta por completo esse falso juízo, comprovando acertadamente que “o ato de inventar histórias é inseparável da invenção das formas de narrá-las”. Assim, mesmo que não haja um narrador explícito ou uma voz em off (no caso do cinema), sempre haveria

[...] uma instância que realiza escolhas deliberadas sobre o universo narrativo, estabelecendo ângulos, realizando enquadramentos, recortando as porções e determinando a duração de exibição das imagens, definindo as distâncias em relação ao que se mostra etc. (BULHÕES, 2009, p. 82).

Ao lado das reflexões em torno da focalização da narrativa midiática, destacam-se as discussões em torno das noções de “tempo da história” (o tempo do interior da narrativa) e “tempo do discurso” (o tempo que transcorre na representação da história), e em torno da materialidade que a imagem midiática confere ao personagem.

Já no capítulo 6, “A fruição da ficção midiática: os processos fundamentais”, Bulhões analisa as categorias da substituição (criação de um mundo imaginário,

descolado da realidade tangível) e do reconhecimento (reconstrução do mundo tangível, em forma de ficção), na composição ficcional. Esse movimento pendular deriva da própria natureza da ficção midiática, numa reconstrução e recriação de nosso próprio cotidiano:

A ficção midiática é sempre um canal para que vivamos nossas fantasias de identificação. De fato, a ficção midiática é um campo poderoso de captação e inserção de nossa subjetividade. Quando desfrutamos um filme, uma animação televisiva ou um *game*, “nos enxergamos” ou nos reconhecemos simbolicamente na tela. Assim, a narrativa ficcional oferece-se como uma extensão especial de nossa vida diária. (BULHÕES, 2009, p. 105).

No caso da substituição, temos os mecanismos psicológicos pelos quais o espectador identifica-se com determinada personagem (na maior parte das vezes com o herói, mas, eventualmente, também com o anti-herói ou vilão). Esse processo serviria como uma espécie de compensação, uma evasão à vida cotidiana:

A própria natureza e o próprio conceito de ficção são associados à atitude de substituição. Desse modo, há quem atribua à ficção midiática certo poder “farmacêutico”, cujos produtos são como remédios diariamente ministrados – ou como entradas para a ilha da fantasia. Após uma jornada desgastante de trabalho, correríamos à televisão ou ao computador para desfrutar uma narrativa cujo encantamento imagético aplacaria ou dissiparia, ao menos por instantes, as angústias e insatisfações daquele dia, fazendo-nos entrar na frequência mais suave e feliz dos devaneios. (BULHÕES, 2009, p. 108-109).

Já no caso do reconhecimento, temos personagens e dramas semelhantes a nós mesmos, em situações plausíveis de acontecer ordinariamente em nossas vidas. Trata-se de uma realidade ficcional que é perfeitamente possível de ser vivida em nosso cotidiano, já que a narrativa não se distancia muito do universo do espectador:

Em sentido contrário ao da substituição aparece o processo do *reconhecimento*: o mundo narrativo-ficcional agora é incorporado ao nosso pelo que nele há de familiar. Em vez de escape, comparece o teor de integração; ao contrário de fuga, associação. [...] Algumas vezes, nos interessamos por determinados fil-

mes ou seriados de TV justamente porque eles contêm certas situações em que nos *reconhecemos*. (BULHÕES, 2009, p. 114).

Cabe lembrar, porém, que esses dois processos – substituição e reconhecimento – não precisam acontecer separadamente; trata-se de possibilidades que mantêm mútuas formas de embaralhamento, especialmente por meio de alegorias que acabam por conectar realidades fantasiosas a questões relacionadas a nossas experiências de vida.

Por último, no capítulo 7, “Fim de espetáculo: revelando os bastidores”, o autor encerra o curso de suas reflexões enfocando os conceitos de metalinguagem e intertextualidade – e suas utilizações pelo universo ficcional das mídias. A metalinguagem refere-se à linguagem que trata de si mesma, à linguagem que se volta para si, à brincadeira com o próprio código. É quando o cinema, por exemplo, brinca com a própria arte de se fazer um filme. São muitos os exemplos em que a narrativa audiovisual nos mostra “um filme dentro de outro filme”, ou em que personagens conversam com o público por meio das câmeras. Já a intertextualidade ocorre quando um texto dialoga deliberadamente com outros textos, como ocorre nos casos da paródia, da paráfrase ou da citação. Trata-se de um recurso bastante frequente em comédias e desenhos animados que recorrem ao humor por meio da referência a outros produtos audiovisuais que lhes são anteriores.

Para Bulhões, no entanto, esse comportamento metalinguístico-comportamental poderia representar um jogo perigoso para o universo ficcional, uma vez que sempre haveria o risco de se desmontar o “parque ilusionista tão engenhosamente arquitetado” pelas mídias. O desmascaramento ficcional poderia, em último grau, denunciar a cumplicidade do público na elaboração de todo esse fingimento que se estabelece na composição das narrativas audiovisuais. Segundo o autor, isso só não ocorre porque, ao contrário da metalinguagem presente em obras de vanguarda ou em artistas mais inventivos, a ficção audiovisual de entretenimento faria um uso equilibrado e seguro desses recursos, de modo a permanecer no comando desses “maquinismos de encantamento”:

A metalinguagem da narrativa midiática para as massas é leve, protegida de angústia e do risco. É também, pode-se dizer, cínica: sua atitude de revelar os bastidores dos truques narrativos é mais um recurso para incrementar o passatempo descartável. (BULHÕES, 2009, p. 130).

## À guisa de reflexão

A obra de Bulhões apresenta um texto fluido, atraente, de agradável leitura. Longe de terminologias e explicações muito eruditas, o autor propõe-se a discutir temas de grande complexidade de forma simples sem ser simplista – o que nem sempre é fácil de realizar. No entanto, o tom declaradamente ensaístico do livro pode dificultar a compreensão de parte do público a que se dirige a obra (estudantes de cursos de graduação em Letras e Comunicação), se este não partilhar de algumas referências retiradas em sua grande maioria de exemplos narrativos das décadas de 1980 e 1990. Do mesmo modo, mas por razões opostas, professores e profissionais das áreas de Letras, Comunicação e audiovisual (a quem também a obra é destinada) poderão sentir a ausência de citações e referências explícitas a autores e correntes de pensamento que embasam algumas das reflexões propostas (como, por exemplo, na menção ao conceito de indústria cultural). Seria interessante também que o autor justificasse de forma mais ampla por que os games mereceram sua inclusão num livro que parece dar prioridade à análise dos processos ficcionais típicos da TV e do cinema.

Nenhuma dessas ressalvas, entretanto, desmerece o prazer e o conhecimento que se experimentam com a leitura desta obra. Seu maior mérito é o de valorizar a tradição epistemológica dos estudos sobre a ficção (na esteira da contribuição da linguística e da literatura) na consideração das especificidades dos produtos narrativos com os quais lidamos em nossas vidas cotidianas, da manhã até a noite.

Ao destacar o fascínio que a ficção exerce no mundo contemporâneo, o livro acaba ainda por fazer eco ao mote cristalizado no conjunto das histórias árabes conhecidas no ocidente a partir da composição das “Mil e Uma Noites”: certo dia, o monarca Shariar, revoltado com o fato de ter sido traído por sua esposa com um escravo, acaba por condená-los à morte. Em seguida, convoca a cada noite uma mulher de seu reino para esposar e dormir consigo no leito real. Ao final da noite de amor, o rei manda matar sua nova companheira na manhã seguinte. Desse modo, ele teria a certeza de que jamais seria traído novamente. Após inúmeras moças do reino terem se deitado com o monarca – e sido decapitadas em seguida – aparece Sheherazade, uma das filhas do vizir. Sabendo que iria ter um fim trágico no dia seguinte, Sheherazade resolve contar ao rei parte de uma história, a fim de entretê-lo após passar a noite no leito real. Promete-lhe ainda contar o resto da narrativa na manhã seguinte. Enternecido com o

relato da jovem mulher, Shariar deixou-se seduzir e, durante 1.001 noites, permitiu que Sheherazade contasse um novo conto e não fosse executada.

Essa metáfora dos contos do mundo árabe parece sintetizar nossa condição humana: precisamos contar histórias a fim de nos mantermos vivos. A contribuição de Bulhões com o seu “A ficção nas mídias” é justamente a de mostrar a nós, leitores, essa mesma condição a que estamos fadados. E a de nos lembrar de que nos mantemos vivos atualmente muito em função das narrativas ficcionais que as mídias nos oferecem, especialmente com o cinema e a televisão.



## 28.

# Cultura das Bordas: comunicação e cultura em movimentos

Laan Mendes de Barros<sup>1</sup>

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

FERREIRA, Jerusa Pires. **Cultura das bordas**. Cotia: Ateliê Editorial, 2010.

Há cerca de trinta anos, neste mesmo edifício<sup>2</sup>, eu cursava, como aluno em regime especial, a disciplina “Arte Popular: Tradição e Identidade”, ministrada pela professora Jerusa Pires Ferreira, autora da obra que eu tenho a honra de hoje comentar. Na época eu fazia meu Mestrado, na Universidade Metodista

- 
1. Professor do Departamento de comunicação Social da Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho.
  2. Este trabalho sobre a obra *Cultura das Bordas* foi apresentado no Teatro Miroel Silveira da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP – Cidade Universitária – Butantã – São Paulo.

de São Paulo, sob orientação do professor Luiz Roberto Alves, Instituição na qual sou docente e pesquisador há cerca de cinco anos. Assim como o meu orientador, a professora Jerusa sempre se interessou por fenômenos que estavam fora dos eixos temáticos mais convencionais estudados pela academia. Em um período no qual predominavam os debates sobre a cultura de massa – ou indústria cultural, quando tratada de maneira crítica – no campo da Comunicação, ela se voltou para a cultura das bordas. Jerusa Pires Ferreira teve sensibilidade para ver o que nem sempre era notado e coragem para sair da zona de conforto dos continentes institucionais, para compreender os movimentos da cultura, para pensar comunicação e cultura em movimento, nos movimentos. Este é o sentido que procuro dar a este texto.

Naquelas aulas sobre a tradição e a identidade da cultura popular, ela nos levou a ler textos de antropologia cultural, em francês (provavelmente um estudo do historiador e antropólogo Robert Muchembled, sobre *Culture Populaire et Culture des Elites*). Mas também nos apresentou ao mundo da literatura de cordel, com direito a aula especial, com um cordelista e repentista, que abriu sua mala de couro e nos encantou, mestrandos e doutorandos, com suas histórias e cantorias. Aquelas aulas tinham tudo a ver com a ideia de Cultura das Bordas, embora somente mais tarde a professora viria a publicar o artigo “Heterônimos e Cultura das Bordas”, fixando tal terminologia no repertório do pensamento comunicacional brasileiro. Aquelas aulas fizeram com que eu me interessasse pelo pensamento de Michel de Certeau, presente em especial no livro *Culture au pluriel*. Também, pelos os Estudos Culturais, da *New Left Inglesa*, e, ainda, pelas reflexões de Octavio Ianni sobre “transculturização”.

Ao reler o livro *Cultura das Bordas*, a fim de trazê-lo para este Ciclo de Conferências, reconheço que aquelas aulas e lições permaneceram comigo, juntamente com as lembranças daquela pessoa que trazia no rosto um sorriso franco e no espírito o melhor de uma educadora. Baiana de Feira de Santana, no sertão da Bahia, a professora Jerusa é uma intelectual singular, que abre mão do pensamento hegemônico, e de objetos de estudo predominantes nos estudos de grande parte dos pesquisadores, para se dedicar a fenômenos que por vezes ficam à margem, que são relegados a um segundo plano. Os fenômenos culturais aos quais ela lança o seu olhar, atento, crítico e criativo, são aqueles que se encontram no espaço dos movimentos e não das instituições. Jerusa Pires olha para a periferia e vê riqueza na cultura popular, na cultura vivenciada nos “espaços não canônicos”, como ela própria define.

O livro “Cultura das Bordas” traz para o centro da observação a literatura popular, almanaques e outras produções, que transitam nas margens da cultura,

nas bordas. Criações ao mesmo tempo acessíveis e complexas. Narrativas que mesclam o sagrado e o profano, o lúdico e o onírico, o campo e a cidade, a tradição e a modernidade, a ficção e a realidade. As ideias de hibridação cultural, interculturalidade e transculturação, recorrentes no arcabouço teórico dos estudos comunicacionais contemporâneos, estão bem presentes na obra de Jerusa Pires, que nos leva a pensar, desde a perspectiva das bordas, na “Cultura no Plural”.

Destaco três dentre os dez capítulos que compõem a obra *Cultura das Bordas*, um de cada uma de suas partes: 1) Um Autor Singular e os Almanagues; 2) Leituras e Enigmas; e 3) Palavras e Ofícios: Editores e Edição Popular.

O primeiro capítulo – “Heterônimos e Cultura das Bordas: Rubens Lucchetti” – recupera a história e ampla obra daquele escritor, de muitos nomes e estilos. No contexto dos estudos que fazia sobre *O Livro de São Cipriano*, Jerusa Pires Ferreira visitou Lucchetti em Ribeirão Preto e procurou compreender aquela personalidade que sabia tão bem escrever a voz do povo. Ela registra a trajetória daquele operário das letras, que escondido por diferentes heterônimos, escreveu diferentes “gêneros” de literatura popular, novelas, histórias de suspense, romances policiais, contos de terror, etc. Jerusa Pires Ferreira faz ali uma sociologia da leitura e uma antropologia do autor de gêneros populares, que se aprofunda nos capítulos seguintes, dedicados ao estudo de almanagues populares, dos mais diversos.

Da segunda parte, escolhi o capítulo sete – Memória, Magia e Tramoia – no qual a autora discute a natureza e o destino da literatura popular, que estaria ameaçada de extinção na sociedade midiaticizada. Jerusa procura entender “a teia completa de mediações que vai da produção à recepção, para avaliar os processos, trâmites, consequências da produção desta literatura popular brasileira, que parte de fundações tradicionalmente populares e vai transitando gradualmente para a de massas”. Ela passa pelos processos de extinção e adaptação de temas, pela fragmentação da estrutura das narrativas populares e pelas estratégias da produção editorial e da ação – “predatória e embusteira” – das editoras nesse segmento do mercado. E o faz desde uma perspectiva crítica, ao questionar as “fórmulas mágicas” ali presentes.

O capítulo oito – A Editora João do Rio de Savério Fittipaldi – foi o selecionado da terceira parte do livro *Cultura das Bordas*. Penso que aquela editora foi a que melhor trabalhou o segmento popular da indústria editorial brasileira. Os títulos, que nos remetem ao universo da tradição oral e da literatura de cordel, são dos mais variados e sugestivos. A editora dedicou uma série a Lampião, com títulos como *As amantes de Lampião*, *A traição de Corisco* e *Assalto a Mossoró*. Essas narrativas repercutem até hoje no imaginário popular. Dentre relatos de crimes e histórias de criminosos, a editora publicou títulos

como *A Tinta e o Sangue*, *O Novo Crime da Cadeira Elétrica* e *História Verdica do Famoso Bandido Amletto Gino Maneghetti*. Tal interesse pelo trágico e, mesmo, pelo grotesco, parece fazer parte da própria natureza humana. Quase 90 anos depois daquelas publicações impressas, o interesse do público pela “tinta e o sangue” ainda persiste na cultura midiaticizada.

Os textos reunidos em *Cultura das Bordas*, por Jerusa Pires Ferreira, refletem ecos de “tradições e práticas arcaicas”, que não ficaram no passado. A garimpagem dessas memórias gráficas e as reflexões trazidas pela autora nos permitem refletir sobre a evolução da mídia e dos próprios estudos de comunicação no Brasil. A disciplina caminha paralelamente às transformações de seu objeto de estudo. Quando comemoramos os 50 anos das Ciências da Comunicação é oportuno que desviemos nosso olhar para a cultura das bordas, para a comunicação e a cultura em movimentos.

Como desdobramento a este breve comentário da obra *Cultura das Bordas*, em diálogo com o pensamento de Jerusa Pires Ferreira, trago a seguir algumas articulações com três outros autores que também se ocuparam da cultura em movimentos. São eles: o francês Michel de Certeau, o britânico Raymond Williams e o brasileiro Octavio Ianni.

## **Cultura das bordas: a cultura do cotidiano, pensada no plural**

Michel de Certeau trouxe para os estudos da cultura uma visão dialética. Ele nos sugere pensar a cultura em uma perspectiva plural, como preconiza o título de uma de suas principais obras, *A cultura no plural* (1995). Também, valoriza o caráter cotidiano e comunitário da constituição da cultura, como fica bem presente no livro *A invenção do cotidiano* (2013). Nesta segunda obra, Certeau registra observações feitas na década de 1970, a partir da ação de equipes multidisciplinares em várias partes do Brasil, relacionadas às manifestações culturais populares, alimentadas pela tradição oral, com destaque às narrativas de lavradores pernambucanos sobre sua fé em Frei Damião. Em seus escritos sobre cultura popular, ele se volta aos almanaques e à literatura de cordel, objetos de estudo também presentes nos trabalhos de Jerusa Pires Ferreira.

A cultura pensada em múltiplas dimensões; nos campos científico, acadêmico, político, midiático, massivo e popular; em nexos com as modulações linguísticas

das narrativas diversas e âmbitos do imaginário; em articulações com os tempos históricos e lugares sociais; em confrontações entre campo e cidade, entre centro e periferia. Certeau assim desenvolve a obra *A cultura no plural*. Ao discutir “minorias” e “autonomias”, no contexto dos “novos marginalismos”, o autor nos adverte para que pensemos política e cultura de forma articulada. Segundo ele, “não é possível a um movimento minoritário se apoiar em uma reivindicação política. É preciso que ele mude também a cultura” (CERTEAU, 1995, p. 157). Neste sentido, a garimpagem das manifestações culturais que estão à margem dos círculos de poder e a sua valorização compreendem mais que um empreendimento cultural. Elas têm um caráter político. E essa subversão da ordem institucionalizada se dá na forma de movimento. Para Certeau (1995, p. 250), “as ações culturais constituem movimentos. Elas inserem *criações nas coerências* legais e contratuais. Inscrevem trajetórias, não indeterminadas, mas inesperadas, que alteram, corroem e mudam pouco a pouco os equilíbrios das constelações sociais”.

Em *A invenção do cotidiano*, o título da primeira parte da obra – “Uma cultura muito ordinária” – é no mínimo intrigante. Considerando a dupla conotação do termo “ordinário” cria-se ali, com a carga da palavra “muito”, a ideia de que a cultura popular é algo ordinário, no sentido vulgar de “banal”. Mas o que o autor nos traz, nessa e noutras obras, é a ideia de que a cultura nos envolve a todos e não se trata de algo “extraordinário”. Trata-se de algo comum, ordinário. Ela pode ser pensada nas coisas simples da vida, no dia a dia das pessoas e comunidades. É a cultura que inventa o cotidiano e é por ele inventada. Nos capítulos que integram a referida divisão da obra, ele fala da linguagem como um “lugar-comum” de encontro entre as pessoas e discute a “historicidade cotidiana” com essência da cultura, “indissociável da *Existência* dos sujeitos que são os atores e autores de operações conjunturais” (CERTEAU, 2013, p. 77). A ação e autoria desses sujeitos são relações dialógicas. Para Certeau, a cultura não se dá na singularidade do indivíduo, mas na relação com o outro. E o outro não é objeto da ação, mas interlocutor. Isso fica evidente na maneira como ele projeta a ação do leitor:

Este não toma nem o lugar do autor nem um lugar de autor. Inventa nos textos outra coisa que não aquilo que era a “intenção” deles. Destaca-os de sua origem (perdida ou assessoria). Combina os seus fragmentos e cria algo não sabido no espaço organizado por sua capacidade de permitir uma pluralidade indefinida de significações. (CERTEAU, 2013, p. 241)

O leitor dos contos populares, das narrativas e poéticas da cultura das bordas é mais que um receptor passivo. Ele realiza no ato da leitura, uma experiência estético-poética, pois faz da fruição estética (recepção) um exercício poético (criação), ao se apropriar do texto e produzir novos sentidos à luz de seu contexto semântico-pragmático. O texto, assim, ganha nova vida em um novo contexto, vez que o leitor percebe nele sentidos que não estavam previstos pelo autor. Como são variadas as leituras, esses sentidos são diversificados a partir de múltiplas mediações culturais existentes no lugar e no tempo da leitura. São polissemias, vivenciadas em movimentos.

Certeau (2013, p. 245) vê os leitores como “viajantes”, que “circulam nas terras alheias, nômades caçando por conta própria através dos campos que não escreveram”. Trata-se, portanto, de um movimento autônomo e criativo, que se dá em uma relação dialógica, entre autor e leitor, e especular (de espelhamento), entre obra e leitor. A isso podemos chamar de “experiência estética”.

Podemos, portanto, reconhecer a invenção do cotidiano na cultura das bordas, no dia a dia das pessoas comuns, em situações ordinárias, plurais, nas quais as polifonias das narrativas, repletas de imagens e imaginários, ganham novos sentidos em polissemias, que reelaboradas, em um movimento circular, geram novas polifonias.

## **Cultura das bordas: a cultura ordinária em trânsito permanente**

Em relação aos Estudos Culturais da Escola de Birmingham são várias as articulações possíveis com o pensamento de Jerusa Pires Ferreira. As origens daquela corrente de pensamento no campo da literatura e da história, sua atenção às transições culturais decorrentes dos processos de colonização e dos movimentos de migração e a revalorização da cultura popular são características que podem ser relacionadas à noção de *Cultura das Bordas*.

As diásporas estudadas por Stuart Hall trazem para o debate sobre cultura a ideia de trânsito, em escalas geográfica e histórica. As migrações e os processos de colonização, são trabalhados pelo pensador jamaicano, que migrou para a Inglaterra, na perspectiva da multi-culturalidade. Sua ênfase no resgate da figura do receptor, como sujeito do processo comunicacional, está no esteio dos estudos de recepção contemporâneos. Ele trabalha a ideia de negociação entre produtor e receptor e su-

gere que nos processos de codificação e decodificação da mensagem acaba se dando uma aproximação entre as partes, no que ele chama de “margem de entendimento”. Sua atenção às questões raciais e de migração presentes na mídia o levam a pensar a cultura fora dos contornos das instituições centrais. Seu olhar se volta à cultura popular, ao lócus onde estão as minorias. O que nos permite aproximar suas ideias às proposições de Jerusa Pires Ferreira sobre a *cultura das bordas*.

No contexto dos estudos culturais, destaco também a ideia de “cultura ordinária”, desenvolvida por Raymond Williams, como aquela que se aproxima de maneira mais explícita ao tema da *cultura das bordas*. Em um ensaio publicado ainda em 1958, intitulado *Culture is Ordinary*, Williams relata sua própria trajetória cultural, a partir de sua história familiar e de referências aos lugares em que viveu. Ele inicia sua narrativa com uma experiência corriqueira, presente na viagem de ônibus da cidade para o campo. O autor embarca na frente da catedral, após visitar a biblioteca e esperar uma hora para ver o Mapa Mundi. Do universo urbano, onde os cartazes do cinema anunciavam as atrações *Six-Five Special* e o desenho animado as *Viagens de Gulliver*, ele se desloca para o campo, passa por pomares e pastos, castelos e antigas fundições, observa os vales cultivados e as montanhas. Algo que lhe era comum, nada extraordinário. Nesse movimento ele reconhece a presença da cultura, em suas diferentes dimensões e expressões. Se a cultura estava presente na cidade, no espaço sagrado da catedral e letrado da biblioteca, ela também se manifestava no contexto do cotidiano, no campo, na periferia. Portanto, é possível reconhecer a cultura “nas bordas” da sociedade. Para Williams a cultura é ordinária.

O referido ensaio foi compilado por Bem Highmore (2002), juntamente com outros 35 textos, na coletânea *The Everyday Life Reader*. Em seu comentário introdutório a *Culture is Ordinary*, ele lembra que Williams toma a palavra “cultura” em dois sentidos: “o modo de vida como um todo” (cultura no seu sentido antropológico, sinônimo da vida cotidiana) e as formas de significação (livros, filmes, mas também propaganda e televisão) que circulam na sociedade. Ou seja, para estudarmos a cultura precisamos reconhecer que esses dois significados coexistiam. E nessa coexistência, cultura popular e erudita de interpõem à cultura de massa, alimentada pelo aparato comunicacional. Também, as dimensões locais, nacionais e globais “circulam e colidem”, como observa o autor da *New Left Inglesa*. Para ele, a natureza da cultura “é sempre tanto tradicional quanto criativa”, que está presente “tanto nos mais ordinários significados comuns, quanto nos mais refinados significados individuais” (WILLIAMS in: HIGHMORE, 2002, p.93).

Como reconhece Maria Elisa Cevasco, em *Para ler Raymond Williams*, “a contribuição central do pensamento de Williams se dá sob a rubrica de ‘pensar novas maneiras’ de se abrir para a cultura comum” (CEVASCO, 2001, p.75). É nessa perspectiva de transversalidade da cultura que Williams discute as instituições e as relações de produção e reprodução cultural na sociedade. Ele propõe uma sociologia da cultura. E o faz a partir de um questionamento aos processos de mercantilização da cultura, desde uma perspectiva marxista. No livro *Cultura*, ele relaciona cultura e ideologia, elementos da superestrutura social, e ressalta as tensões e contradições nas manifestações artísticas e culturais:

O que o sociólogo cultural ou o historiador cultural estudam são as práticas sociais e as relações culturais que produzem não só “uma cultura” ou “uma ideologia” mas, coisa muito mais significativa, aqueles modos de ser e aquelas obras dinâmicas e concretas em cujo interior não há apenas continuidades e determinações constantes, mas também tensões, conflitos, resoluções e irresoluções, inovações e mudanças reais. (WILLIAMS, 2011, p. 29)

Seja no estudo da cultura institucionalizada, ou naquela presente nos movimentos e momentos ordinários da sociedade, convém, mesmo, pensar para além de harmonias. As contradições estão presentes e merecem nossa atenção. Neste sentido, cabe questionar se na obra *Cultura das Bordas* a valorização de produções e reproduções populares, colhidas nas margens da sociedade, não se torna acrítica em relação às peças analisadas no que se refere à sua subordinação às lógicas do mercado e ao reforço de preconceitos e estereótipos. Caberia dialogar com Jerusa Pires Ferreira sobre as tensões e conflitos existentes na cultura das bordas.

As proposições de Williams e seus parceiros da Escola de Birmingham ecoam no pensamento comunicacional latino-americano. Em especial, nos estudos de recepção e nos debates sobre mediações culturais da comunicação e cultura midiaticizada. A compreensão da cultura como algo complexo, que se encontra em diferentes âmbitos e dimensões da vida em sociedade e carrega contradições, é um desafio que temos pela frente, que nos anima a pensar, de fato, comunicação e cultura em movimento, de maneira dialética.

## Cultura das bordas: em meio à transculturação da era do globalismo

Octavio Ianni sobrepõe tradição e modernidade, concessões e resistências, localidades e globalidades, quando fala de cultura. Aliás, de “transculturação”. Termo que ele formula para denominar os movimentos culturais contemporâneos da sociedade globalizada. Vivemos a “era do globalismo”, como adverte o grande sociólogo brasileiro.

A partir das ideias de contato, intercâmbio, permuta, aculturação, assimilação, hibridação e mestiçagem, Ianni nos propõe a categoria “transculturação” (IANNI, 2000b, p. 95). Tal denominação aponta a natureza transversal dessas relações interculturais, que nem sempre se dão de forma pacífica, mas resultam de negociações, convencimentos, concessões e conquistas. Para Ianni, “a história dos povos e coletividades, das nações e nacionalidades, ou das culturas e civilizações” pode ser lida como uma “história de um amplo processo de transculturação” (idem, p. 99). Processo este que, segundo Ianni, não se deu de maneira pacífica e harmônica. Mas foi marcado por conflitos e contradições.

A transculturação pode ser o resultado da conquista e dominação, mas também da interdependência e acomodação, sempre compreendendo tensões, mutilações e transfigurações. Tantas são as formas e possibilidades de intercâmbio sociocultural, que são muitas as suas denominações: difusão, assimilação, aculturação, hibridação, sincretismo, mestiçagem e outras, nas quais se buscam peculiaridades e mediações relativas ao que domina e subordina, impõe e submete, mutila e protesta, recria e transforma (IANNI, 2000b, p. 107).

De fato, esses processos de transculturação se dão no contexto de relações políticas, de dominação e subordinação. Isso vale tanto para as sobreposições e imposições da cultura do dominador sobre a cultura do dominado, nos processos de colonização, quanto na difusão de um modelo socioeconômico hegemônico em âmbito transnacional. E nesse contexto, a lógica do mercado por vezes leva à padronização, com prejuízo à diversidade cultural. “São muitas as formas culturais mutiladas ou mesmo destruídas pela globalização”, afirma Ianni (1999, p. 25). Para ele, vivemos a “era do

globalismo”<sup>3</sup>, que resulta da globalização do capitalismo. Resulta “de um jogo complexo de forças atuando em diferentes níveis da realidade, em âmbito local, nacional, regional e mundial. Algumas dessas forças emergem com o nascimento do capitalismo, ao passo que outras surgem com o colonialismo e o imperialismo” (idem, p. 184).

Nestes tempos globalismo, marcados por novas e intensas dinâmicas de transculturação, cabe perguntar sobre a cultura local. A manutenção da diversidade cultural e das identidades locais dependem da sobrevivência da “cultura das bordas”. Cabe, então, à academia o estudo dos fenômenos culturais que não estão na institucionalidade da mídia; e sim nos movimentos das mediações culturais da comunicação. Como nos sugere Jesús Martín-Barbero (1997), precisamos nos deslocar “dos meios às mediações”. Precisamos pensar comunicação e cultura em movimentos. Precisamos conhecer e reconhecer a “cultura das bordas”. E neste sentido, o livro de Jerusa Pires Ferreira representa uma excelente contribuição.

## Referências

CERTEAU, Michel de. **A cultura no plural**. 2ª. Ed. Campinas: Papirus, 1995.

\_\_\_\_\_. **A invenção do cotidiano**. 20ª. Ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

CEVASCO, Maria Elisa. **Para Ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

FERREIRA, Jerusa Pires. **Cultura das bordas**: edição, comunicação leitura. Cotia: Ateliê Editorial, 2010.

HIGHMORE, Ben (org.). **The Everyday Life Reader**. Londres: Routledge, 2002.

IANNI, Octavio. **A era do globalismo**, 4ª. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

---

3. A ideia de “globalismo” formulada por Ianni está no livro *A era do globalismo*, mas já estava delineada em outra obra sua, *Teorias da globalização* (2000a).

\_\_\_\_\_. **Teorias da globalização**. 8ª. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000a.

\_\_\_\_\_. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000b.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.



## 29.

# A cultura gospel além das fronteiras do protestantismo

Paulo Ferreira<sup>1</sup>

Obra: CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel**: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X, Mysterium, 2007. 231p.

A obra “A Explosão Gospel” de Magali Cunha é mais do que uma análise comunicacional da revolução promovida por este gênero musical. Mantendo a isenção necessária de pesquisadora sem, no entanto, deixar de evidenciar sua paixão pelo tema, Magali Cunha nos traz a cultura *gospel* como um verdadeiro modo de vida baseado em um modelo tripartite que vem caracterizando as relações sociais neste cenário de pós-modernidade: música, consumo e entretenimento.

---

1. E-mail: pauloferreirarp@uol.com.br

Neste contexto social o caráter religioso torna-se um importante termômetro para a aferição das transformações que têm ocorrido nos costumes do protestantismo brasileiro. Podemos ir além: há íntima relação entre a busca pelo consumo da música religiosa e a realidade social e econômica do brasileiro nestes final e início de milênios.

Tal transição de milênios tornou-se um importante enfoque a considerar, haja vista o intenso sentimento místico e transcendental que envolveu este marco cronológico, a exemplo do que aconteceu na passagem para o ano 1000 da Era Cristã. Havia um dito popular italiano que se espalhou pelo mundo: “*Milla e non più milla*”, ou seja, mil anos, sim, mas não mais de mil. Desenvolvida já nos primeiros anos do novo milênio a pesquisa de Magali Cunha capta a essência desta transformação cultural neste “caldeirão místico”.

O *gospel* (termo criado da interseção das palavras ‘*God spell*’) nasceu dos escravos negros norte-americanos em meados do século XIX antes mesmo do *blues* e foi citado pela primeira vez no livro “Free Negro in the Slave Era” de Charlotte Forten, em 1862. Do século XIX até os idos dos anos de 1970, o *gospel* era um gênero musical não captado por ouvidos brasileiros. Quem deu uma nova dimensão ao *gospel* no Brasil – onde é feito basicamente por brancos – foi o publicitário Antônio Carlos Abbud (ligado à Igreja Renascer) criando, em 1989, a “Terça Gospel” realizada no extinto Dama Xoc, no bairro de Pinheiros, São Paulo. O curioso é que no Dama Xoc, considerado o “templo do rock’n’roll”, os músicos cristãos levavam mais de 2 mil pessoas ao Dama Xoc às terças-feiras, dia considerado fraco pela casa.

O *gospel* brasileiro se inspirou, naturalmente, no norte-americano. Nos anos da década de 1990 ocorreu uma verdadeira explosão de músicos cristãos, tal qual ocorreu na década de 1960 nos Estados Unidos com o surgimento da maior gravadora de música negra americana, a Motown, que criou um selo puramente *gospel*, o Capitol. Esse selo lançava músicas de igrejas evangélicas com cantores de nome hoje conhecidos mundialmente: Stevie Wonder, Ray Charles, James Brown, Diana Ross, Donna Summer, Aretha Franklin, Tina Turner e Whitney Houston.

Na obra “A Explosão Gospel” Magali Cunha retrata o jeito de ser evangélico no Brasil e aponta as transformações advindas destes novos cenários místicos em que o cantor ou músico *gospel* e os ministérios de louvor e adoração revestem-se de uma aura quase divinal o que gera alguns desencadeamentos importantes para a compreensão da “explosão”: um intenso avivamento das práticas religiosas, notadamente nos cultos pentecostais e neopentecostais que confronta a tradição protestante puritana no sentido de valorizar o corpo e

sacralizando o gênero *gospel*. Em consequência surge um segmento de mercado para esta nova expressão musical que consegue traduzir uma nova ordem de inserção social e no sistema econômico, tudo isso mediado pela tecnologia e pelos meios de comunicação.

A música, desde sua origem, é uma linguagem mística. O canto sempre foi empregado, desde a época mais remota, nas cerimônias religiosas. Através dos tempos, podemos delinear a presença e importância da música para o homem. Na Pré-História, o homem procurava comunicar-se com as divindades: gritava, dançava no intuito de atrair a proteção divina ou afastar os maus espíritos.

Na Idade Antiga, evidencia-se a música dos hebreus: Salmos (em grego, oração cantada e acompanhada por instrumentos) ou Tehillim (em hebraico, louvores). Os salmos<sup>2</sup> nasceram em ambiente judaico ao longo de 600 anos, sendo praticamente impossível determinar com precisão quando surgiram. Segundo padre José Bortolini “em sua origem, não há um texto escrito; há sim uma experiência forte de uma pessoa ou grupo e essa experiência foi sendo conservada e passada adiante. Para que essa riqueza não se perdesse, muito tempo depois começou-se a registrar esses textos por escrito”<sup>3</sup>.

Na Idade Média surge o canto gregoriano, através do papa Gregório Magno, que contribuiu efetivamente para o desenvolvimento da arte musical na Igreja Católica. De acordo com as festas litúrgicas da Igreja, Gregório Magno selecionou e coordenou os cantos católicos e os compilou no livro “O Antifonário”. Em homenagem a este papa, o canto da Igreja passou a chamar-se “canto gregoriano”, também conhecido por cantochão (ou canto plano).

- 
2. Segundo nota no prefácio do hinário “Cantando os Salmos e Aclamações nos Anos A,B e C”, coordenado por Irmã Míria Kolling, compositora litúrgica, e editado pela Editora Paulus, a Bíblia registra 150 salmos; destes, 73 são atribuídos a Davi. Os outros são dos “Filhos de Coré”, “Filhos de Asaf”, Salomão, Etã e Iditun. Eles podem ser classificados como de louvor (20), que celebram a realeza de Deus (6), que têm como centro das atenções a cidade de Jerusalém – também chamada Sião (7). Alguns são clamores de uma pessoa (39) ou de um grupo (18), de agradecimento pessoal (11) ou coletivo (6). Percebemos salmos de confiança individual (9) e coletiva (3), centrados na figura do rei (11), que recordam a história do povo de Deus (3) ou de profetas que denunciavam (7). Também trazem pequenos fragmentos de liturgia (3) e caráter sapiencial (11).
  3. Trecho do prefácio do hinário “Cantando os Salmos e Aclamações nos Anos A,B e C”, coordenado por Irmã Míria Kolling, compositora litúrgica, e editado pela Editora Paulus.

Durante o Renascimento, temos os Concertos de Palestrina. Durante quase toda a Idade Média, a Europa sofreu sucessivas invasões bárbaras, que menosprezaram as artes. Estas encontraram refúgio na Igreja Católica, tornando-se praticamente um patrimônio católico, recebendo profunda marca da doutrina cristã.

No final da Idade Média (fim do século XVI), a cultura clássica greco-romana é redescoberta (daí o termo “Renascimento”). Na área da pintura e escultura surgem nomes como Michelangelo, Rafael e Leonardo Da Vinci. No campo musical, surge a polifonia, ou seja, canto a várias vozes (na Antiguidade, a música era exclusivamente monódica – uma só voz) e a música religiosa passou a sofrer grande influência da música profana.

Com a polifonia – que está para a música como a perspectiva está para as artes plásticas – abandonou-se o canto gregoriano e temas de canções populares infiltraram-se na liturgia cristã; a música sacra tornou-se confusa com inúmeras vozes cantando simultaneamente temas sacros e profanos. O Concílio de Trento (1545-1563), face à necessidade de uma reforma no canto da Igreja Católica, proibiu tudo o que não fosse extraído das Sagradas Escrituras, exigindo que as palavras fossem claras, simples, inteligíveis e compreensíveis aos fiéis. O encarregado desta “reforma” foi Giovanni Perluigi Palestrina, considerado um dos maiores gênios musicais da época. Ele promoveu um trabalho no canto litúrgico com maestria, impedindo que a Igreja banisse a polifonia. Palestrina compôs aproximadamente 400 motetes, 109 missas e inúmeras outras peças litúrgicas e madrigais (ZIMMERMANN, 1996).

Outro nome importantíssimo para a música litúrgica no Renascimento, foi o monge alemão que promoveu a Reforma Protestante: Martinho Lutero. Para que seus fiéis entendessem o culto, Lutero substituiu a língua latina pela alemã na liturgia. Usou melodias simples e populares. Estes cânticos eram executados em duas, três e até quatro vozes. Dessa forma, Lutero criou grandes corais, cuja tradição os protestantes conservam até hoje. Para ele, a música é presente e graça de Deus e não uma invenção dos homens (PERRUCCI, 1982).

No primeiro capítulo do livro “A Explosão Gospel”, Magali Cunha nos apresenta as origens do *gospel* como gênero musical dentro de uma modalidade de música conhecida como “*negro spirituals*” e esta encontra-se na base de toda a musicalidade negra norte-americana, incluindo aí o *blues* e as canções populares religiosas que formataram o movimento “*revival*” que se difundiu em âmbito urbano.

Este movimento de reavivamento ocorreu em dois momentos distintos nos Estados Unidos; o primeiro deles surgiu como resistência a uma conduta clara de secularização resultante do Iluminismo. O momento histórico era o século

XVIII e tais movimentos de reavivamento pregavam a total soberania de Deus e a necessidade premente e contínua de conversão espiritual.

Na Europa daquele século observava-se fortemente difundido o pensamento iluminista; as religiões institucionalizadas eram motivo de desprezo e os fenômenos advindos deste âmbito eram considerados irrelevantes para o entendimento do desenvolvimento social. Tal tentativa de “descristianização” assumida pela Revolução Francesa provocou forte reação ao racionalismo que marcou o século XIX.

Neste contexto, na Inglaterra as diversas expressões do protestantismo europeu já haviam sofrido um processo de resignificação dos elementos advindos da reforma protestante do século XVI. Vale lembrar que a raiz do protestantismo norte-americano (que foi trazido para o Brasil) é inglesa.

Nos primeiros anos do século XIX começaram a chegar ao Brasil os anglicanos ingleses e os luteranos alemães. Em seguida o mesmo se deu com os missionários europeus (presbiterianos, batistas, metodistas, episcopais) que já haviam atuado nos Estados Unidos. Os primeiros grupos neopentecostais somente chegam ao Brasil no início do século XX<sup>4</sup>.

A partir dos anos 1980 surgiram muitas igrejas pentecostais, movimento que passou a ser denominado *neopentecostalismo*. Esta presença neopentecostal foi imediatamente percebida graças à visibilidade que conquistaram por meio dos altos investimentos em espaços na mídia e também devido à intensa participação nas instâncias governamentais.

Com as denominações Congregação Cristã do Brasil, Assembleia de Deus, Adventista, Evangelho Quadrangular e o Brasil Para Cristo, surgiu a prática pentecostal<sup>5</sup> (invocação dos carismas do Espírito Santo) chamada de

- 
4. A partir da Igreja Católica, através da Reforma Protestante deflagrada por Martinho Lutero no séc. XV, surgiram as igrejas Calvinista, Anglicana e Luterana. Dos calvinistas surgiram as Igrejas Batista e Presbiteriana e dos anglicanos, a Igreja Metodista, chamadas de Igrejas Históricas. Por sua vez, dos batistas vieram a Igreja Adventista e a Assembleia de Deus; dos presbiterianos, surgiu a Congregação Cristã do Brasil e dos metodistas surgiram as Igrejas do Evangelho Quadrangular e também a Adventista. Da Assembleia de Deus, vieram a Igreja Universal do Reino de Deus e o Brasil Para Cristo; desta última surgiu a Deus é Amor.
  5. Corrente do protestantismo que surge em Los Angeles, Estados Unidos, em 1906, e se difunde rapidamente pelos países do Terceiro Mundo. O pentecostalismo reverencia o Espírito Santo, que teria concedido aos apóstolos o dom de curar. Os cultos são emotivos e teatrais. Há ênfase na pregação do Evangelho, nas orações coletivas feitas em voz

*pentecostalismo tradicional*<sup>6</sup>. Com a Deus É Amor e a Universal do Reino de Deus institui-se o que chamamos de *neopentecostalismo*<sup>7</sup>.

De forma distinta dos norte-americanos, a atuação dos evangélicos brasileiros nos meios de comunicação de massa sempre foi mais notória no rádio. Neste contexto histórico surgem duas correntes religiosas no meio evangélico: a “Guerra Espiritual” e a “Teologia da Prosperidade”.

Na lógica de exclusão, que caracteriza a política neoliberal, prega-se a inclusão social com promessas de prosperidade material [...] condicionada à fidelidade material e espiritual a Deus [...]. Na mesma direção prega-se que é necessário ‘destruir o mal’ que impede que a sociedade alcance as bênçãos da prosperidade (CUNHA, 2007, p.51)

O fenômeno gospel “explodiu” no Brasil na virada do século XX para o XXI e passou a ser vivenciado em praticamente todas as igrejas evangélicas brasileiras. Embora tal estrondo tenha sido percebido nas duas últimas décadas do século XX o fato é que o *gospel* no Brasil tem suas raízes nos anos de 1950

---

alta e aos rituais de exorcismo e curas, realizados em grandes concentrações públicas. Divide-se em pentecostalismo tradicional e neopentecostalismo.

6. As principais igrejas são a Assembleia de Deus, Congregação Cristã do Brasil, Evangelho Quadrangular, Adventistas e O Brasil para Cristo. A Assembleia de Deus é a maior igreja pentecostal do Brasil. Surge em 1911, fundada pelos suecos Daniel Berg e Gunnar Vingren, de uma cisão dos batistas de Belém (PA). Nos cultos, os fiéis cantam e oram em voz alta, com os braços estendidos. A Congregação Cristã do Brasil, oriunda dos presbiterianos existe desde 1909. Foi fundada por Louis Francescon. Durante os cultos, homens e mulheres sentam-se em lados separados nos templos. O Evangelho Quadrangular, criado nos Estados Unidos em 1918 de uma dissidência dos metodistas, chega ao Brasil na década de 40. Enfatiza o dom da cura e as manifestações de glossolalia (dom sobrenatural de falar em línguas desconhecidas). O Brasil para Cristo foi fundada em 1955 pelo brasileiro Manuel de Melo, pastor dissidente da Assembleia de Deus e do Evangelho Quadrangular. Os cultos são marcados pelas orações espontâneas e testemunhos dos fiéis, que também podem pregar.
7. Movimento surgido na década de 70. Dá maior ênfase aos rituais de exorcismo e cura. Segue a Teologia da Prosperidade, que defende que a felicidade e o sucesso devem ser encontrados nesta vida. Os neopentecostais não defendem hábitos morais tão rígidos como os dos pentecostais tradicionais. A principal igreja é a Universal do Reino de Deus, fundada pelo carioca Edir Macedo em 1977.

e 1960 quando a primeira fase do crescimento pentecostal acompanhou o intenso aumento da concentração populacional urbana. Foi nesta época que os pentecostais romperam com a tradição dos hinos protestantes.

Em um primeiro momento houve uma reação extremamente negativa das comunidades evangélicas frente a esta ruptura o que levou a uma nova experiência musical. A consequente “explosão” propriamente dita do movimento *gospel* aconteceu nos anos 1990 provocada, principalmente, pelas bandas de rock evangélico.

Se de um lado, a música evangélica ganhou espaço com o projeto “Terça Gospel” (como mencionamos no início deste artigo), a música católica também começava a despontar no Brasil. Na mesma época, em 1988, surgia em Franca, no interior de São Paulo, o “Hallel”. O “Hallel” (que em aramaico significa cântico de louvor a Deus) evento musical que reúne diversas bandas e cantores católicos, foi criado através da iniciativa de uma leiga, Maria Theodora Lemos Silveira – conhecida por Tia Lolita – com o apoio do bispo da diocese de Franca/SP, através da Associação Diocesana Nova Evangelização João Paulo II.

No Brasil, de fato, a música católica tem encontrado grande espaço e aceitação desde a década de 70, período caracterizado pelas mudanças ocorridas na liturgia da Igreja por conta das reformas propostas no Concílio Vaticano II, concluído na segunda metade da década de 60.

Dentre os sacerdotes católicos que se dedicaram à música religiosa utilizando-a como instrumento eficiente de evangelização já naquela época, destacam-se os padres Irala, Nereu, Zezinho, entre tantos.

Reconhecido como o padre-cantor mais atuante no Brasil, com visibilidade inclusive internacional, padre Zezinho sagrou-se como o grande nome da música católica por quase 50 anos. É, historicamente, o maior nome da música católica no Brasil e seguramente um dos maiores do mundo. Em 1999, ao completar 35 anos de carreira musical, era autor de aproximadamente 1,5 mil músicas para o hinário católico em todo o mundo, muitas traduzidas em cinco idiomas e divulgadas em cerca de 40 países. Na época, havia gravado 98 obras, entre discos e CDs.<sup>8</sup>

---

8. Release distribuído pela Paulinas-Comep em 1999 por ocasião do lançamento do projeto “35 Anos Cantando a Fé”, iniciativa que incluiu uma série comemorativa de produtos e eventos – CDs, CD-ROM, vídeos, programas de TV e shows – para comemorar os 35 anos de carreira de padre Zezinho.

Com o advento do neopentecostalismo na década de 70 e o surgimento do conceito da “Teologia da Prosperidade”, como vimos, o antigo preceito judaico-cristão do “paraíso para depois da morte”, articulado na relação criação-pecado-redenção-espera pelo Juízo Final, deu lugar à crença do “paraíso aqui e agora”. O capitalismo passou a organizar, além da externa, a vida interna do indivíduo.

No Brasil, durante as décadas de 60 e 70, a Igreja Católica adotou um discurso que ia na contramão da Teologia da Prosperidade; sob a bandeira da “opção preferencial pelos pobres”, erguida na visão evangelizadora libertadora dos documentos de Medellín (1968) e de Puebla (1979), surgia a “Teologia da Libertação”<sup>9</sup>. Entretanto, politizada, a Igreja Católica não conseguiu respostas para os problemas materiais do povo e viu-se abalada pelo crescimento de religiões e seitas que pregavam o “paraíso aqui e agora”.

O jornalista Roberto Campos, em artigo publicado em março de 1999 na Revista *Veja*, traduz esta realidade:

Os católicos tendem a acreditar demais no estado benfeitor, enquanto os protestantes admiram mais o capitalismo filantropo. A queda do Muro de Berlim demonstrou duas coisas: a primeira, que os países capitalistas são capazes não só de produzir mais como de distribuir melhor que os países socialistas, bastando como demonstração o padrão de vida americano comparado ao soviético. A segunda, que a revolução social violenta e o confisco da propriedade privada são fórmulas de empobrecimento e não de enriquecimento coletivo. A Teologia da Libertação criou uma economia da inveja e do ressentimento. “Nós somos pobres porque eles são ricos” era o slogan

---

9. Enfoque da teologia nascido e cultivado principalmente na América Latina, que põe em relevo a redenção ou libertação de Cristo não só no aspecto espiritual-pessoal, mas também no temporal e social. Muitos homens estão submetidos a situações de injusta opressão econômica e política opressão econômica e política porque estruturas de pecado favorecem a prosperidade desproporcionada dos fortes à custa da pobreza dos fracos. É exigência da caridade evangélica (e portanto entra na teologia) a libertação do injustamente oprimido. A Congregação para a Doutrina da Fé publicou duas instruções sobre esta matéria: *Libertatis nuntius* (1984) e *Libertatis conscientiae* (1986). O então papa João Paulo II, na mensagem enviada a 9 de abril de 1986 ao episcopado brasileiro reunido em Itaici, disse-lhes que “a teologia da libertação é não só oportuna, mas útil e necessária”.

que levou muitos teólogos não só a tolerar mas até a pregar a violência terrestre, esquecidos do espiritualismo do múnus pastoral (CAMPOS, 1999, p.23)

Padre Zezinho, porém, faz um contraponto a esse tom de “ressentimento” atribuído à Teologia da Libertação, quando afirma que:

A Teologia da Libertação não morreu; ela só foi empurrada para um lado, mas está voltando. E não há outra maneira de fazer teologia a não ser lutando pela libertação com a coragem de ser libertadora e de pedir mudanças sociais<sup>10</sup>

Neste ponto fica claro o posicionamento de padre Zezinho que, deliberadamente, opta por exprimir em sua obra musical mensagem calcada na catequese social da Igreja Católica. Isto fica ainda mais evidente em seu depoimento a seguir:

Na verdade Medellín, Puebla e Santo Domingo e o Concílio Vaticano II foram jogados na lata de lixo pelas canções atuais, porque a maioria dos compositores só está fazendo música inspirada nos Salmos e em trechos da Bíblia. Todo o caminhar da Igreja, que também é sábia e que tem uma tradição, uma experiência de 2 mil anos, foi jogada fora porque não se faz música sobre isto, exceto, alguns compositores. De cada mil compositores no Brasil no momento, se tiver 10 fazendo música de cunho sócio-político-religioso, é muito. Entre eles, eu destaco Zé Vicente, Zé Martins, Antônio Cardoso, Socorro Lira, Pe. João Carlos (do Recife), eu, que há muitos anos faço isto, e talvez mais uns três ou quatro; o resto da safra de compositores, numa desproporção gigantesca de mil para dois, só faz canções de louvor. Sobre isto é que chamo a atenção, porque os cantores perderam o trem da história; daqui a pouco, eles vão estar tocando uma música que a Igreja já não canta mais; é como o sujeito que só aprende um jeito de fazer música e quando muda o estilo ele não tem mais o que dizer<sup>11</sup>

---

10. Entrevista concedida a mim por padre Zezinho em 8 de novembro de 1999 para uma pesquisa de mestrado.

11. Ibid

Falando especificamente de um modo de vida baseado em um modelo tripartite (música, consumo e entretenimento) que vem caracterizando as relações sociais no que denomina “cultura gospel”, Magali Cunha propõe que o entretenimento, ao lado do consumo, apresenta-se como aspectos balizadores das relações de mercado. “Afinal é grande o esforço para sobreviver num sistema cuja lógica é excludente, o que provoca desgastes físicos e emocionais nas pessoas que buscam em seu tempo livre uma compensação, um alívio” (CUNHA, 2007, p.137).

A falta de perspectivas de desenvolvimento (desemprego, agressiva competitividade e violência) empurram as pessoas para a religião. O pêndulo da religião inclina-se, hoje, para uma ação mais voltada ao louvor, às experiências místicas do que em promover um questionamento das injustiças e desigualdades que ferem a sociedade. Na realidade do mercado de consumo, um grande contingente de pessoas vive num dramático processo de exclusão social. Segundo Magali Cunha

De acordo com este sistema, acessar o aparato eletrônico e sua programação e circular pelos espaços de oferta de bens e cultura é encontrar conforto para e estresse das lutas diárias, ao mesmo tempo em que também incluir-se na modernidade e produzir sentidos para a existência tanto na esfera privada quanto pública (CUNHA, 2007, p.137)

No último capítulo da obra – “O híbrido gospel: vinho novo em odres velhos” – a autora defende que o *gospel* é híbrido na medida em que é uma mistura dos aspectos da modernidade, traduzidos em “uma cultura de manutenção e não algo novo, transformador, desafiador” (CUNHA, 2007, p.32). Agindo, reagindo e (principalmente!) interagindo com a religião as pessoas vão construindo sua história pessoal e buscando relações de pertencimento, muitas vezes baseadas em relações de consumo. A relação dos fiéis ou apenas religiosos praticantes tem sido marcada também por esta característica. A lógica do entretenimento entra espaço nesta dinâmica e ganha contornos de um poderoso agente de ajuste social propondo uma síntese diante dos cenários de exclusão social que nos cercam.

O consumo implica uma multiplicidade de dimensões; embora importante, o consumo não tem apenas a dimensão econômica; a cultura de consumo também envereda pela dimensão social, política, cultural, estética e simbólica. O consumo também não é, pura e simplesmente, um comportamento irracio-

nal, uma manipulação do inconsciente. Há uma racionalidade. O consumo se expressa a partir de um mecanismo, de uma influência social (FERREIRA, 2011, p.220).

A sacralização da música profana garante a legitimação do consumo e espetacularização da religião em forma de entretenimento. Mas, a exemplo do vinho novo que pode quebrar odres velhos em função da ebulição química que lhe é natural, estaria a tradição religiosa apta e suficientemente com flexibilidade para suportar a pressão desta nova e pulsante lógica prática religiosa? O próprio título do último capítulo da obra parece dar as pistas do pensamento da autora acerca desta realidade.

## Referências

CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel**: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X, Mysterium, 2007.

FERREIRA, Paulo. **Padres-artistas**: o novo lugar do sacerdote no imaginário católico da sociedade midiaticizada. In: BARROS, Laan Mendes de (Org.). Discursos midiáticos: representações e apropriações culturais. São Bernardo do Campo: UESP, 2011.

CAMPOS, Roberto Campos. **Competição na fé**. Revista Veja, seção Ponto de Vista, 31 de março de 1999, p.23

PERRUCCI, Gamaliel. **Música sempre música** – para uso nos cursos de música dos seminários, faculdades teológicas, institutos bíblicos. Junta de Educação Religiosa e Publicações, 1982.

ZIMMERMANN, Nilsa. **A música através dos tempos**. São Paulo: Paulinas, 1996.



## 30.

# Examinando as entranhas da obra Autópsias do Horror A personagem de terror no Brasil<sup>1</sup>

Sônia Jaconi<sup>2</sup>

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

MARQUES DE MELO, Marcelo Briseno. **Autópsias do Horror: a personagem de terror no Brasil**. São Paulo: LCTE, FAPESP, 2011. 220p.

- 
1. Artigo apresentado no evento Ciclo de Conferências 50 anos de Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo, promovido pela INTERCOM e FAPESP, realizado em 27 de setembro de 2013.
  2. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Mestre e graduada em Língua e Literatura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo e Fundação Santo André, respectivamente. Professora da UMESP e pesquisadora colaboradora da Cátedra UNESCO de Comunicação, da Universidade Metodista de São Paulo. Email: [sonia.jaconi@uol.com.br](mailto:sonia.jaconi@uol.com.br)

## Motivações

Encontra-se aqui uma análise possível da obra *Autópsias do Horror – a personagem de terror no Brasil*, do autor Marcelo Marques de Melo, publicada em 2011, pela LCTE Editora, com apoio FAPESP.

Essas linhas analíticas conferem o cumprimento de tarefa atribuída a expositores convidados para falarem sobre obras relevantes ao campo da comunicação, publicadas nos séculos XX e XXI, no Ciclo de Conferências 50 anos de Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo, promovido pela INTERCOM e FAPESP, nos meses de agosto, setembro e outubro, de 2013. No total, foram mais de cem obras analisadas e expostas por pesquisadores, professores e alunos de comunicação, de diversas universidades do país.

## Sobre o autor

A formação nas áreas de Comunicação Social e de Letras permitiu que Marcelo Briseno construísse um estudo integrador entre as teorias literárias e as da comunicação social. Dessa forma, seu olhar sobre o gênero horror abarcou duas áreas do conhecimento humano para falar sobre personagens famosos da literatura mundial que protagonizam as narrativas desse gênero, Drácula e Zé do Caixão.

Marcelo Briseno é doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, mestre em Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e graduado em Rádio e TV pela Metodista.

Atualmente, coordena o curso de Rádio, TV e Internet da Faculdade de Comunicação, da Universidade Metodista de São Paulo.

## O horror na sala do legista

A presença do horror nas narrativas humanas é tão antiga quanto à própria história da civilização. Portanto, pode-se dizer que a necessidade que o homem tem de contar aos outros sobre as coisas que lhe são ocultas, suas imaginações, suas fantasias e seus medos é, praticamente, orgânica.

Todos nós sofremos uma espécie de exigência interna em compartilhar com as outras pessoas nossos temores, na tentativa de aliviar esse sentimento.

Compreender como o gênero horror se apresenta nas manifestações da literatura e do cinema é uma forma de contribuir com o avanço dos estudos sobre os gêneros que circulam nas diversas comunidades discursivas da sociedade. Essa constatação aponta a relevância do livro *Autópsias do horror – a personagem de terror no Brasil*, ao campo da comunicação, pois divulga um exame minucioso sobre o gênero horror, tão presente nas narrativas humanas, em diferentes formatos e mídias; ora no livro, ora no cinema, ora no rádio, etc..

Publicada no ano de 2011 *Autópsias do Horror: a personagem de terror no Brasil* é uma obra que aborda a Literatura de Horror, a partir de personagens clássicos desse gênero literário: Drácula e Zé do Caixão.

A narrativa se inicia com preâmbulos sobre a manifestação do horror no campo da literatura e do cinema, fazendo um resgate da presença de personagens fantásticos que acompanham a humanidade desde as antigas narrativas aos atuais filmes da indústria cultural.

Para discutir essa presença, o autor instiga uma discussão singular sobre o gênero terror naqueles campos, da origem a sua consolidação no século XIX, e como o gênero literário horror se acomodou no território nacional.

Para isso, o livro oferece ao leitor um panorama da evolução dessas narrativas, por meio dos famosos romances de Bram Stoker (*Drácula*), de Robert Louis Steveson (*O médico e o Monstro*) e de Mary Shelley (*Frankenstein*).

## O espanto

Quando o leitor se depara com o livro de Marcelo Briseno, a primeira construção gráfica que lhe pode chamar a atenção é a expressão *autópsias do horror*, grafada em seu título. Essa percepção baseia-se nas reações que esta resenhista teve quando se viu diante do livro.

A primeira foi de puro espanto fantasioso, revelado em indagações instantâneas como por exemplo; O que o autor teria feito com o gênero horror em sua sala de estudos? Fizera ele algum tipo de dissecação cadavérica? Seria possível a

realização de um exame póstumo de um objeto abstrato? Após breve momento de assombro, a segunda reação foi mais racional e, portanto, motivada pelo interesse acadêmico em conhecer os resultados de uma pesquisa apurada sobre o gênero horror e sobre a composição as personagens Drácula e Zé do Caixão.

É possível captar na leitura da obra de Marcelo Briseno dois tipos de exames. O primeiro de suas experiências adquiridas em viagens e leituras que envolveram o tema horror, e o outro como ele dissecou o gênero com instrumentos linguísticos próprios e adequados para descobrir as entranhas da narrativa e dos personagens que compõem esse gênero.

## Obra inovadora

O livro *Autópsias do Horror – a personagem de Terror no Brasil* se configura como uma obra inovadora no cenário dos estudos que abordam o tema gênero horror porque traz informações sistematizadas e reunidas, que ajudam a compreender de maneira uniforme e linear a presença e a evolução desse gênero nas comunidades e nas mídias em que se manifesta.

O estudo destaca o século XIX como sendo o período da consolidação do gênero horror com os romances *Drácula* (Bram Stoker), *O médico e o Monstro* (Robert Louis Stevenson) e *Frankenstein* (Mary Shelley).

Também é novo porque discute o “sentido do gênero e dos motivos de sua permanência e popularidade” (REIMÃO, 2011).” e apresenta uma análise significativa e nova sobre o personagem Drácula, por meio do resgate “histórico cultural e do processo de adaptação na construção de sua imagem pública”. (MARQUES DE MELO, 2011, p. 18)

A singularidade do livro também se dá porque o autor debate o cinema de horror, tema pouco discutido no Brasil, apresenta uma metodologia para o estudo das personagens desse gênero e examina o trabalho de José Mojica Marins por meio de sua personagem Zé do Caixão.

Além dessas questões, outras novas se destacam no livro como a composição de um panorama da evolução do gênero na filmografia específica das personagens examinadas e da revisão do impacto do gênero horror na história do cinema, da literatura, da televisão e dos quadrinhos.

Também é possível ver sua originalidade na exposição que o livro faz sobre os diferentes experimentos do gênero e suas expressões nas diferentes mídias. Outro traço empreendedor está na organização da cronologia das publicações de quadrinhos de horror nos EUA, e no Brasil, sempre dialogando com as personagens eleitas para o estudo.

Percebe-se, diante desse breve levantamento sobre a singularidade da obra, que o gênero horror foi examinado em suas entranhas mais profundas e que, dessa forma, o autor construiu um referencial teórico relevante para as pesquisas futuras sobre o gênero.

## Estrutura da obra

A obra está dividida em quatro capítulos e com ilustrações que dialogam com o tema apresentado, propiciando ao leitor uma leitura sincrética e divertida.

O capítulo inaugural da obra compõe uma linha cronológica da presença do gênero horror no campo da literatura e do cinema ocidentais, e um quadro teórico-conceitual sobre o horror. Nessa parte do estudo, o leitor aprecia a construção de um panorama histórico do horror e, portanto, conhece suas raízes fincadas nas histórias dos antigos povos, na literatura da Idade Média, nos contos do século XVIII e sua evolução até os dias atuais. Outro ponto que se destaca nesse capítulo é a explanação que o autor faz sobre a expressão do fantástico nas narrativas, mostrando as diferenças entre o fantástico estranho, o maravilhoso e o puro.

No segundo capítulo, a personagem Drácula é o protagonista da narrativa, observado a partir da sua imagem pública e das referências culturais que o construíram. Como paradigma universal da personagem de horror, Drácula derrama sua influência em outras personagens, como é o caso de Zé de Caixão aqui no Brasil, que bebe as gotas do sangue do famoso vampiro.

Zé do Caixão toma conta da cena e as ações do criador e da criação são examinadas na terceira parte do livro. A personagem de José Mojica Marins é contextualizada dentro do cenário do horror nacional e suas características analisadas.

Marcelo Briseno promove, no último capítulo, o encontro cordial entre Drácula e Zé do Caixão. Tal encontro se dá no âmbito de filmes em que os dois personagens protagonizam suas aspirações e conquistas.

## Considerações finais

Diante dessas observações, conclui-se que a obra analisada traz contribuição ao universo acadêmico, uma vez que constrói cronológica e teoricamente a narrativa do horror, por meio das referências do gênero e, dessa forma, organiza as características que o definem, contribuindo mais uma vez para estudos futuros dessa linguagem, tanto no campo estético quanto no discursivo.

Estudar como determinado gênero discursivo expressa os anseios comunicativos de uma sociedade, configura-se em uma importante contribuição ao campo das ciências sociais. Aqui, especificamente, ao campo da comunicação.

Sem dúvida, as entranhas do gênero horror foram examinadas e dissecadas por meio de autópsias em personagens que mexem com o imaginário da humanidade, por um especialista a sangue frio.

# 31.

## A imagem muito além do cinema

Marcos Corrêa<sup>1</sup>

FAPSP – Faculdade de Comunicação

RAMOS, Fernão. **A imagem-câmera**. Campinas: Papirus, 2012, 187p.

Elemento central na contemporaneidade, a imagem está presente em nosso cotidiano nas mais variadas formas. Seja pelo recurso dos circuitos de vigilância, ou mesmo pela centralidade que a mídia televisiva e as câmeras digitais ganharam nos dias atuais, produzimos uma infinidade de imagens e suas representações que por fim serão consumidas por um espectador (nós mesmos, muitas vezes). Normalmente mediada pelos recursos tecnológicos a imagem suscita

---

1. Professor da FAPSP – Faculdade de Comunicação. Doutorando em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: [correa.mrcs@gmail.com](mailto:correa.mrcs@gmail.com)

uma infinidade de questões tanto do ponto de vista ético quanto tecnológico que na contemporaneidade pouco são discutidas.

Num jogo desproporcional, produzimos muito mais imagens do que pensamos sobre elas, em especial sobre a relação que a imagem inaugura ao oferecer ao espectador, como imagem reflexa, um retorno à circunstância da tomada, do momento em que elas foram realizadas. Ao discorrer sobre a problemática da representação das imagens e seus recursos tecnológicos, Arlindo Machado (1993, p. 24) afirma que o resultado dessa equação acaba por abalar antigas certezas no plano epistemológico. É sobre essas certezas, retomando pois conceitos importantes sobre a análise da imagem, que Fernão Ramos se aventura no livro *A imagem-câmera* (Papirus, Campinas, 2012).

O livro não dever ser compreendido unicamente como restrito ao universo das teorias do cinema. As questões abertas pelo autor apontam para uma profunda compreensão da imagem tecnicamente produzida, mediadas ou não fisicamente pelo sujeito que as realizou. A questão central da análise de Ramos é a relação que o autor identifica entre o conceito de “imagem-câmera” e o mundo representado, capturado essencialmente no momento da tomada, quando o recurso tecnológico oferece ao espectador uma abertura ao mundo.

Na apresentação do livro *A imagem-câmera*, o autor afirma que ele foi escrito no “frescor dos anos”. Num processo análogo aos apontamentos teóricos feitos por Fernão Ramos, esse certamente é a característica que garante à obra seu caráter inovador. Vista na sua “circunstância da tomada”, o frescor da idade de Ramos garantiu ao espectador-leitor uma obra que se abre para uma discussão densa e de abordagem significativa para os estudos sobre a imagem, sua constituição e sua relação com o espectador como pouco se observa em autores nacionais que se detêm sobre o tema. Esse frescor característico do texto traz uma série de questões que mais tarde serão percebidas em outras publicações do autor, em especial sobre suas análises em torno do cinema documentário em livros como *Mas afinal, o que é documentário* (Editora SENAC, 2008), o texto *A cicatriz da tomada: documentário, ética e imagem intensa*, publicado no volume 2 da coletânea *Teoria Contemporânea do Cinema* (Editora SENAC, 2005) e no texto *O que é documentário*, publicado pela Editora Sulina na coletânea de textos *Estudos de Cinema da SOCINE*, no ano de 2001.

*A imagem-câmera* é estruturado em torno de três eixos: *O sujeito-da-câmera*, *As potencialidades reflexas da imagem-câmera* e *A fruição espectral*. O livro publicado em 2012 se difere do texto anterior, escrito no “frescor dos anos”, apenas por sua atualização, revisão textual e supressão do último capítulo que segundo o autor (2012, p. 09) “levava o texto para lugar nenhum”.

No primeiro capítulo, intitulado *Imagens do mundo: pensamento sobre cinema no horizonte da fenomenologia*, Fernão realiza uma leitura de autores que se ocuparam com o pensamento da imagem sob a luz do conceito fenomenológico como André Bazin, Albert Laffay, Amédée Ayfre, Maurice Merleau-Ponty, Jean-Pierre Meunier e Jean Mitry. Buscando resgatar a dimensão indicial da imagem, elemento central para a crítica fenomenológica, Ramos se dedica à análise tanto dos conceitos teóricos abordados pelos autores, quanto as obras cinematográficas por eles citadas. Desses, a referência principal de Fernão Ramos sobre a temática recai sobre o conceito de montagem presente na obra de André Bazin, para o qual o autor dedica boa parte da análise do primeiro capítulo.

Um dos conceitos caros de Bazin para os apontamentos presentes em *A imagem-câmera* é a noção centrífuga da imagem (rebatizada por Ramos como “imagem-câmera”). Num artigo intitulado *Pintura e cinema*, Bazin (1991) faz um comparativo entre a imagem fílmica e a imagem pictórica, afirmando que à primeira era essencial e natural a relação existente com o fora-de-campo, correlação não necessariamente existente na segunda. Se para Bazin a noção de quadro é substituída por “esconderijo”, Fernão Ramos destaca que a imagem-câmera nos remete para um mundo que está para além do quadro. Esse esconderijo permite ao autor observar aquilo que poderíamos considerar como um elemento central na análise presente em *A imagem-câmera* que é a instituição do “sujeito-da-câmera”. Esse sujeito não pode ser confundido com o operador da câmera. Trata-se de um elemento teórico e subjetivo e que em última instância garantiria a “fruição espectral” das imagens captadas numa situação de mundo, ou numa particularidade originária, própria do que transcorreu diante da câmera na forma de duração na tomada.

Nesse primeiro capítulo, ao destacar os conceitos fenomenológicos como significativos na análise da imagem-câmera em movimento, uma vez que garante à imagem sua aderência ao instante da tomada e seu caráter reflexo, Fernão Ramos acaba fazendo uma crítica ao pensamento desconstrutivista contemporâneo que tem a reflexividade como seu nó-cego e não permite portanto pensar a imagem no seu instante de constituição recheada daquilo que Bazin vai chamar de “excesso”. Para o autor, a tomada vincula a imagem tecnicamente produzida a uma situação de mundo mediada pelo sujeito-da-câmera, resgatando a importância da subjetividade como elemento preponderante para a compreensão da narrativa da imagem em movimento.

No segundo capítulo, Ramos vai se dedicar à constituição do sujeito-da-câmera, destacando que ele nasce da fusão entre a câmera, numa situação de mundo qualquer, e o sujeito que a opera; elemento central para garantir a operacionalidade do equipamento e, por fim, a fruição espectral. Segundo Ramos (2012, p. 77),

A câmera sem sujeito é uma coisa, um objeto inerte e mais no mundo. Quando incorpora aquele, ou aqueles, que vão detonar seu mecanismo, e intencionalmente inseri-la, estática ou movente, na circunstância que a circunda, ela passa a existir em razão de sua potencialidade de constituir imagens para um espectador futuro. Não se trata, na verdade, de uma câmera com um sujeito (que a manipula), mas, especificamente, de um sujeito-da-câmera, que surge como tal, principalmente ao pensarmos na constituição da imagem como um todo: naquilo que aponta e se lança para o momento da fruição espectral, sendo determinado por ele na potencialidade que tem de existir ao receber seu olhar [...].

Na compreensão do autor, o “sujeito-da-câmera” é uma subjetividade que a câmera invariavelmente incorpora e que produz imagens que experimentamos como reflexa. Esse conceito teórico é o ponto chave da análise de Ramos pois ele é a base de um simulacro da percepção do espectador daquilo que ocorreu diante da câmera, constituído em forma de uma “imagem-câmera”, conceito que empresta seu título ao livro ao autor.

Há nesse capítulo um pequeno trecho, de pouco mais de duas páginas, no qual Ramos descreve um monólogo do espectador em face do sujeito-da-câmera. Em alguns momentos repetitivos, mas não por conta disso confuso, o trecho ajuda a elucidar questões éticas que circundam a constituição desse personagem, em especial ligados à alteridade.

Uma questão relevante levantada por Ramos é a sua preocupação em não se ocupar apenas com a análise das imagens em movimento nas suas formas clássicas (filmes ou programas de TV). Em seu exame sobre o sujeito-da-câmera, o autor vai apontar para diversas possibilidades na qual esse sujeito pode se constituir, como por exemplo nas imagens realizadas ao vivo, aquelas realizadas através de mecanismos não manipuláveis como imagens de satélite ou de circuitos de vigilância e imagem-câmera familiar. Para o autor, há dois processos de identificação nas imagens-câmera familiar: quando o sujeito se identifica com o sujeito-da-câmera e outra na qual o sujeito se reconhece como tendo se oferecido ao sujeito-da-câmera.

Em ambos os casos, estou inserido na circunstância que a imagem mostra, embora em posições distintas. Como sujeito que manipula a câmera, como carne do sujeito-da-câmera, tenho presença no espaço fora-de-campo que a imagem delimita e eu vivi no passado [...] sempre em simultaneidade com a situação de mundo que a

imagem agora me mostra, embora eu não esteja efetivamente presente. [...] Já quando a forma, os contornos da figura do meu ser, são por mim identificados no campo da imagem, relaciono-me com a imagem de mim mesmo pelo modo como me ofereci ao sujeito-da-câmera que não fui eu. (RAMOS, 2012, p. 122)

Esse aspecto do livro é significativo não apenas pela sua forma singular de tratar a imagem-câmera, mas pelo fato de aproximar imagens ordinárias da densidade dos estudos sobre imagem e que, em última instância, não é objeto de estudo de teóricos sobre do cinema. Voltando sua atenção para a presença da fruição espectral no consumo de imagens-câmera familiar, Ramos demonstra não apenas fôlego para densas abordagens teóricas, mas mostra completo domínio sobre a temática da imagem e seu consumo.

Para o autor, seja como imagens-câmera familiar ordinárias ou resultado de elaboradas produções cinematográficas, é preciso considerar entre todas elas seu elemento unificador: o sujeito-da-câmera que existe sempre em função do espectador. Nesse sentido, o sujeito-da-câmera remete diretamente à situação da fruição espectral, existindo unicamente em função do espectador. Para Ramos (2012, p. 91), “o sujeito-da-câmera existe sempre através do sujeito concreto espectador; é, portanto, determinado em sua característica de se remeter à situação de fruição, de poder existir para o espectador”.

No terceiro e último capítulo o autor vai discutir o caráter reflexo da imagem, refutando sua característica como “reflexo da realidade”. Aqui, Ramos afirma que o que podemos considerar como reflexo na imagem-câmera em movimento é o caráter que o aparato possui de reproduzir imagens que guardam características de como as conhecemos no mundo. Para o autor (2012, p. 132),

O suporte que “corre” na câmera (como sucessão digital ou analógica de imagens estáticas) ao se oferecer ao mundo tem, portanto, em sua constituição, características das superfícies refletoras. Cabe atentar ao automatismo presente na formação, através da câmera, da imagem no suporte, automatismo que se aproxima da própria constituição do reflexo com base no que lhe é exterior.

Essa observação não exclui as possíveis características manipulatórias da imagem. Elas, no entanto, não invalidam o exame do autor em observar a capacidade da imagem-câmera em absorver aquilo que lhe é exterior.

Sobre esse tema, Ramos chama a atenção para a potencialidade de a imagem-câmera ser percebida como reflexa, o que não significa necessariamente um retorno à imagem originária. Resgatando Bonitzer, Ramos vai afirmar que a imagem-câmera e “assombrada pelo que nela não se encontra”. Segundo o autor (2012, p. 147),

Se a imagem pode nos remeter ao que está ausente, devemos realçar, para além das potencialidades advindas da rápida consecução, a matéria mesma de que é composta em sua aparência. Aparência que nos remete, conforme analisado, ao mundo e a seu modo de se erguer em bloco pelas superfícies que refletem, ou no modo pelo qual a imagem espetacular tem de designar o que está presente diante de si.

Um dos aspectos relevantes nesse capítulo do livro é a maneira como o autor desvela a figura do sujeito-da-câmera em sua capacidade de constituir imagens-câmera em movimento que potencializam elementos do mundo, sem no entanto desconstituí-lo. Trata-se da capacidade de manipulação da imagem que pode ocorrer na exibição ou no próprio transcorrer da tomada. Elas podem acontecer desde a aceleração ou retardo na exibição, até manipulações características do aparato de captura da imagem, como enquadramentos mais próximos, e que revelam em última instância a constituição do “sujeito-da-câmera”. Conforme Ramos (2012, p. 150),

A manipulação da imagem pode ocorrer na projeção/exibição ou no próprio transcorrer da tomada, quando o suporte é exposto ao mundo. Em outras palavras, o suporte pode ser exposto ao mundo de maneira mais lenta ou mais rápida, e, em seguida, ser exibido em velocidade padrão; ou ser exposto ao mundo em velocidade padrão e exibido em modo lento ou acelerado. [...] As opções variam e os efeitos também, mas em nenhum deles é abandonado o caráter reflexo que, sobredeterminando a forma manipulada, constitui o caráter revelatório.

A questão aqui é, segundo o autor, que independente da forma como aconteçam, as imagens não abandonam seu fundamento reflexo. Tratam-se de manipulações que lidam com características próprias àquilo que refletem, vistas apenas em nova dimensão. Nesse caso, o que se define não é a característica de manipulação da imagem, própria do aparato técnico, mas a definição da presença do sujeito-da-câmera em face do mundo que se apresenta no momento da tomada.

Por fim, cabe destacar a contribuição do livro às teorias que lidam com a análise de imagem. Nadando “contra a corrente”, como afirma o autor no início do seu livro, o texto ainda tem fôlego suficiente para servir como referência àqueles que se aventuram em analisar o caráter específico da constituição da imagem-câmera em movimento. No entanto, sente-se a ausência da crítica ao questionamento contemporâneo da imagem que o próprio autor lança ao longo do livro. Podemos pressupor, dada a densidade da obra, que essa questão esteve aberta no último artigo suprimido pelo autor.

Mesmo não discutindo abertamente com o questionamento reflexivo típico da contemporaneidade, o livro trava uma série de questões que podem ser abertas por pesquisadores que se aventuram na análise da imagem em movimento, seja contemporânea ou primígena. Desse modo, enquadrá-lo como publicação ‘inovadora’ das ciências da comunicação do século XXI é um requisito unicamente formal, dado o fato de ter sido publicado somente anos após sua primeira escrita. Mesmo visto longe do seu “frescor” inicial, o livro não perdeu sua potencialidade de levantar questões teóricas fundamentais.

## Referências

BAZIN, Andre. **O cinema**. Ensaios. São Paulo: Brasiliense, 1991, 320 p.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário**. O desafio das poéticas tecnológicas. São Paulo: Edusp, 1993, 313 p.

RAMOS, Fernão. **A imagem-câmera**. Campinas: Papyrus, 2012, 187 p.

\_\_\_\_\_. **Mas afinal o que é mesmo documentário**. São Paulo: Senac, 2005, 447 p.

\_\_\_\_\_. (Org.). **Teoria Contemporânea do Cinema**. Documentário e narrativa ficcional. Vol. 2. São Paulo: SENAC, 2005, 325 p.

RAMOS, Fernão; MOURÃO, Maria Dora; CATANI, Afrânio & GATTI, José (Orgs.) **Estudos de Cinema**. Porto Alegre: Sulina, 2001.



## 32. Tratado de auditoria de imagem

Isildinha Martins<sup>1</sup>

BUENO, Wilson da Costa. **Auditoria de imagem das organizações:** teoria e prática. São Paulo: All Print / Mojoara, 2012. 101p.

O autor Wilson Bueno é um crítico severo das organizações. Em suas falas e em seus registros vê, de maneira abrangente os dois lados da moeda. De um lado, o das empresas, observa o lucro, a transparência, a ética, a reputação, comunidade interna e externa e a responsabilidade socioambiental e, de outro, como o consumidor “enxerga” as mesmas empresas. Na obra, alerta que a comunicação empresarial é fator preponderante para o sucesso das instituições, indicando a auditoria de imagem e com mensurá-las. A obra, de 100 páginas com imenso conteúdo, é de fácil leitura e aplicabilidade.

---

1. E-mail: [Isildinha.martins@uol.com.br](mailto:Isildinha.martins@uol.com.br)

## Auditoria de imagem como instrumento estratégico

O autor entende que a comunicação empresarial brasileira investe muito pouco no desenvolvimento de metodologias que avaliem o retorno e a eficácia de instrumentos que monitorem a auditoria de imagem.

Na obra há algumas constatações:

1. O trabalho de mensuração tem se multiplicado, embora a comunicação empresarial ainda esteja identificada como operacional em detrimento do estratégico. Algumas organizações, que cultivam a cultura da comunicação e estão inseridas em mercados cuja concorrência é acirrada, já o fazem, porém ainda é reduzido.
2. A comunicação mercadológica tem instrumentos e técnicas para aferir os seus resultados.
3. Justificava-se que os resultados na comunicação institucional podiam ser medidos em longo prazo.
4. A pesquisa em comunicação não está incorporada nas organizações brasileiras. Apenas 1/3 das 100 empresas consultadas pela ABERJE, não faz pesquisa para avaliar programas e ações de comunicação.
5. Muitas organizações avaliam os produtos comunicacionais, segundo Valéria Castro Lopes (p.13). “Isso significa que as organizações não estão capacitadas e/ou dispostas a trabalhar a comunicação sob uma nova perspectiva realmente estratégica”.
6. A pesquisa comunicacional é vista como despesa e não como investimento. Wilson cita Ana Maria Gemignani, diretora de marketing da Globosat: “...quando fazemos uma pesquisa com a finalidade de conhecer o perfil do nosso consumidor ou testar um novo produto, os gastos são vistos como investimento já que o resultado deve embasar uma ação extremamente positiva para a saúde financeira da empresa. Entretanto, nos momentos nos quais se faz necessária a redução de despesas, a pesquisa é um dos primeiros itens orçamentários a ser cortado porque o “feeling” e a “intuição”, acredita-se podem ser as ferramentas que trazem os mesmos resultados que uma pesquisa traria”.(p.14)

7. A administração moderna tem se apropriado de metodologias para avaliação da eficácia e eficiência da gestão organizacional.

Wilson Bueno coloca que para a auditoria de imagem ser um instrumento ou processo estratégico é indispensável as seguintes características:

- a) Envolver todos os públicos estratégicos (stakeholders);
- b) Ser realizada sistemática e permanentemente;
- c) Avaliar os concorrentes;
- d) Valer-se de metodologias adequadas;
- e) Estar incorporada no processo de gestão da comunicação e gestão da organização.

Sem estas condições elencadas, a auditoria de imagem deixa de cumprir a sua função estratégica.

## **Imagem, reputação e identidade corporativa: revisitando os conceitos**

Quanto a imagem, a reputação e a identidade, o autor concorda que as organizações estão enxergando que os chamados ativos intangíveis têm valor no mundo dos negócios, em uma economia fundada no conhecimento e na informação. As empresas são avaliadas pela liderança, pelos seus produtos e serviços e se os seus colaboradores estão capacitados para enfrentar os desafios que virão. As organizações estão investindo nas competências que as tornam únicas ou melhores no mercado e difíceis de serem copiadas pelos concorrentes.

Os especialistas não podem focar apenas nos bens tangíveis. Os ativos intangíveis têm valores expressivos nas organizações, principalmente os valores das marcas.

Ele cita diversos exemplos de como as empresas chegam a prejuízos pelos ativos intangíveis, como por exemplo, o caso da Coca-Cola que perdeu 34 bilhões de dólares, depois que crianças belgas ficaram doentes e alegaram que a doença fora causada por latas de Coca-Cola contaminadas (p.19). Para exemplificar, hoje (setembro, 2013) nas redes está o caso do “rato na garrafa de Coca-Cola”. Foram milhares de visualizações no Facebook e sátiras com a Pepsi-Cola.

Em um comunicado oficial no portal da Coca-Cola (resgatamos um pequeno trecho) “Sobre corpo estranho encontrado e relatado na imprensa. Sobre o caso de um consumidor registrado no ano de 2000 e recentemente veiculado na imprensa, a Coca-Cola Brasil esclarece que: Em razão das características do processo de produção de nossas bebidas, é praticamente nula a possibilidade de haver a entrada de roedores em nossa área de fabricação, que é controlada por rígidas normas de controle de qualidade e higiene”<sup>2</sup>. A Coca-Cola fez um vídeo mostrando o processo de fabricação e estimula que as pessoas visitem as fábricas. O vídeo teve mais de 7.230.000 visualizações. [http://www.youtube.com/watch?v=RAfvcv3CW\\_Jo](http://www.youtube.com/watch?v=RAfvcv3CW_Jo). Há vários vídeos no Youtube satirizando o rato na Coca-Cola e outras produções. Conheço algumas pessoas que em razão do episódio não tomam mais o refrigerante.

Para Bueno, são valores intangíveis:

A força da marca

A imagem

A reputação

O capital humano e intelectual (experiências, conhecimentos e informações que geram riqueza às organizações).

A cultura organizacional

O relacionamento com os públicos estratégicos

A responsabilidade social

A imagem e a reputação – os conceitos que interessam na obra – derivam da comunicação corporativa. O autor observa que muitos executivos confundem identidade corporativa como sinônimo.

Identidade corporativa é o que a empresa é, o que ela faz, o que ela diz e como ela diz, é a personalidade da organização associada à cultura e gestão (competência técnica, portfólio de produtos, relacionamento com públicos de interesse, sua história e instrumentos de comunicação (sites, *call centers*, canais de relacionamento)). A somatória destes atributos diferencia a organização de sua concorrência. É da personalidade que emergem a imagem, ou imagens e a reputação.

---

2. Disponível em: <http://www.cocacolabrazil.com.br/imprensa/release/sobre-corpo-estranho-encontrado-e-relatado-na-imprensa-3//?>

A imagem corporativa é a representação mental de uma organização construída por um indivíduo ou grupo a partir de percepções e experiências concretas. Uma organização pode ter várias imagens. Petrobrás: investidores x ambientalistas. Os investidores observam de um jeito e os ambientalistas de outro.

Há 3 tipos de imagem:

A pretendida: é aquilo que organização gostaria de merecer dos públicos estratégicos. A real, que efetivamente se tem dela. Autoimagem: construída pelos seus públicos internos.

A reputação é uma representação mais consolidada, a partir de vivências, conhecimentos, experiências. Vem da credibilidade, da confiança e da responsabilidade.

Para Wilson, imagem de uma organização é “eu sinto que ela é”, a reputação, “eu sei, tenho certeza”.

Os gestores de comunicação devem conhecer estes conceitos para planejar ações e estratégias com o objetivo de avaliá-los. Imagem e reputação são ativos intangíveis.

## **Auditoria de imagem: em busca de um conceito**

Para o autor, auditoria de imagem compreende o estudo, a pesquisa e a análise da imagem e/ou reputação de uma organização junto aos seus públicos de interesse. Bueno diz que devemos perceber que a auditoria de imagem tem sido confundida com a pesquisa de empresa e imagem na mídia (como os meios cobrem a organização). A mídia é um componente importante para a formação da imagem e/ou reputação, mediante as leituras que fazemos. Formamos conceitos em função do nosso relacionamento com as organizações (inserção na comunidade, produtos etc.). Os veículos de comunicação podem ter um conceito e o público de interesse, outro conceito.

Auditoria de imagem e reputação podem ser realizadas de formas distintas:

- na opinião pública-técnica de pesquisa (questionários e entrevistas);
- públicos de interesse – técnicas de pesquisa (questionários, entrevistas, grupos de foco);
- análise do discurso, fala dos líderes e públicos internos;
- na mídia – análise sobre o material divulgado.

## Auditoria de imagem na mídia

Auditoria de imagem na mídia é um dos instrumentos mais utilizados na Comunicação Empresarial. Não podemos confundir auditoria de imagem com análise de centímetros.

A mensuração do espaço ocupado é importante, porém devemos nos ater a leitura adequada da inserção da organização. Precisamos validar os conceitos (de que imagem estamos falando).

Os colunistas são pessoas e tendem a ter suas convicções, percepções, ideologias e compromissos.

O auditor de imagem tem que ter atributos fundamentais:

- conhecimento sobre comunicação empresarial;
- estratégias de relacionamento com a imprensa;
- produção jornalística (perfil dos veículos e de seus atores);
- metodologia específica para análise da imagem;

## O projeto de auditoria de imagem na mídia

A auditoria pode analisar uma ação específica de comunicação, um patrocínio, a divulgação de valores, entre outros.

A auditoria necessita de um planejamento que vai subsidiar ações e estratégias de comunicação e de marketing:

**Objetivos.** Eles precisam ser identificados. Deles vão decorrer as hipóteses e as variáveis, padrão de medida, conhecimento prévio dos veículos que integrarão a amostra analisada (quais veículos, em qual tempo eles serão analisados) e a cobertura de mídia para aquele segmento. O auditor deve ter conhecimento do mercado (concorrentes, públicos, vendas, investimentos etc.).

**A coleta e o registro de dados.** O clipping impresso ou eletrônico é a matéria-prima fundamental dos projetos de auditoria de imagem. Observar as chamadas de capa, chamadas em telejornais, verificar se a matéria está completa com dados do colunista etc.

**As categorias de análise** precisam ser identificadas. O autor indica um projeto básico de auditoria de imagem com as seguintes categorias:

- fontes de organização/setor;
- distribuição geográfica de cobertura;
- temática da cobertura;
- formas de inserção na mídia (exclusiva, compartilhadas e citação);
- angulação (matérias positivas, negativas, neutras);
- segmentação.

**Indicadores de presença na mídia:** é possível estabelecer fórmulas para elaborar os indicadores. Diante das informações coletadas, agregar valor e peso, em função dos objetivos do projeto e do perfil da amostra. Não considerar que os veículos têm o mesmo peso. Os jornais das capitais têm um peso considerável na elaboração do índice. A Comtexto, de quem Wilson Bueno é diretor, trabalha com dois índices: INPI – índice de presença na imprensa e DEMI – Desempenho na Mídia Impressa.

**O relatório:** devem conter objetivos, metodologia e categorias de análise, apresentação de resultados (gráficos e colunas) e breve descrição. Conclusões e sugestões, caso tenham sido definidas as hipóteses. Incluir também ações específicas de comunicação e de relacionamento com a imprensa.

## Os equívocos básicos na elaboração de um projeto de auditoria de imagem na mídia

Wilson Bueno fala ainda sobre os equívocos básicos na elaboração de um projeto de auditoria de imagem na mídia. Não confundir espaço editorial com espaço publicitário. Verificar a área geográfica de um veículo de comunicação (o quanto ele interessa para a organização), a pauta (estar atento ao noticiário), ao perfil do colunista, fazer um mailing por segmento,

## A imagem das organizações nas redes sociais

As organizações modernas participam das redes sociais e buscam gerenciar a sua imagem e reputação nestes ambientes. É importante que o gestor de

comunicação empresarial conheça, estude e especialmente monitore as redes. São grupos mobilizados e ativos que desempenham papel importante para a formação da imagem e da reputação das organizações.

O autor diz que não é um trabalho fácil porque as redes podem ser complexas, plurais, dinâmicas e muitas vezes, um caos informativo.

Há vários sistemas de buscas (indicados no livro) para recuperar expressões, palavras, nomes de organizações, marcas, pessoas, em comunidades, blogs e grupos de discussão. Este é a primeira etapa de monitoramento das redes sociais.

O autor indicar como elaborar um projeto com:

1. O que se deseja monitorar? Imagem? Reputação? Concorrência?;
2. Selecionar as redes;
3. Quais perspectivas? Quantitativa? Qualitativa – quem fala, o que fala?;
4. Angulação das mensagens (positiva/negativa);
5. Protocolo (categorias, período, palavras-chave);
6. Escolher as ferramentas (o autor indica várias);
7. Período de teste;
8. Análise dos dados;
9. Perceber os motivos pelos quais a informação está sendo veiculada;
10. Relatório.

Hoje, Wilson com sua página no Facebook, (<https://www.facebook.com/WilsonCostaBueno>) tem todo dia uma nota para nossa reflexão.

Para o autor, a auditoria de imagem, para que se cumpra a sua função estratégica, deve ser realizada sistematicamente a fim de subsidiar o processo de tomada de decisão. Ela – a auditoria de imagem – é um instrumento de inteligência empresarial. Monitorar não significa coletar dados, é preciso interpretá-los!

As organizações devem entender que a auditoria de imagem é um fator importante, que melhora a gestão quando dela se obtém resultados. A conclusão é de que o livro se torna uma referência, e a meu ver, é um verdadeiro tratado de auditoria.

## 33.

# “O rosto e a máquina” como introdução à *Nova Teoria da Comunicação*, e ao *Metáporo* como procedimento inovador de pesquisa

Ana Paula de Moraes Teixeira<sup>1</sup>

MARCONDES FILHO, Ciro. **O rosto e a máquina** - o fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico (*Nova Teoria da Comunicação – Volume I*). São Paulo: Paulus, 2013. 184 p.

- 
1. Ana Paula de Moraes Teixeira é jornalista e professora na única escola de formação e aperfeiçoamento em Ciências Humanas do Exército Brasileiro, onde faz parte da equipe de pesquisa, orienta projetos e ministra aulas nos cursos de Pós-Graduação em Comunicação Social, *lato e stricto sensu*. Doutora pela Universidade de São Paulo, entre suas principais publicações estão diversos artigos científicos publicados nos eventos nacionais da INTERCOM, nos núcleos de pesquisa Educomunicação e Teorias da Comunicação, além de outras publicações em autoria conjunta, como a coletânea “Tendências para a Comunicação no Século XXI”, publicada por sua instituição de trabalho, e o *Dicionário da Comunicação*, este último, organizado em 2009 por Ciro Marcondes Filho e editado pela Paulus. E-mail: anapmt@gmail.com

## Antecipando o cenário - uma obra recursiva

Recomendar uma obra do professor *Ciro Marcondes Filho* é uma honra e ao mesmo tempo um duplo desafio. O primeiro desafio é imprimir a esta resenha uma capacidade de síntese sem igual, haja vista que o conjunto de obras com as quais *O rosto e a máquina* se relaciona é de uma densidade conceitual tamanha, que exigiria do leitor um repertório bastante experimentado em pesquisas sobre Comunicação e Filosofia. Mas essa exigência não é real, justamente porque a obra em questão foi elaborado para servir de texto introdutório ao que a totalidade da obra anuncia. Porque *O rosto e a máquina* não é um tipo de trabalho que se inicia nem se acaba nele mesmo, mas que se conecta com seis outros títulos – por isso chamamo-la de obra recursiva – cujas propostas se entrelaçam por um único viés: uma proposição denominada pelo autor de “Nova Teoria da Comunicação”. Exposta em três volumes, um deles composto de cinco tomos, totalizando sete títulos, os livros buscam abordar a comunicação de uma forma nunca antes tratada. Não por acaso, Marcondes Filho a designou de Nova Teoria. Alguns dos elementos que trataremos nesta crítica delineiam um pouco o contorno desta nova forma de compreender a comunicação.

O segundo desafio vem na esteira do primeiro. A inusitada condução dos conceitos, assim como sua escolha pelas referências autorais, colocam os estudos de Marcondes Filho, no mínimo, atraindo um polêmico lugar no circuito dos estudos ditos teóricos da comunicação. E a polêmica não é gratuita. Em lugar das referências conceituais clássicas (como Shannon, Shaw, Lazarsfeld), ou as latino-americanas (como Orozco, Canclini, Barbero) ou ainda, de fundação nos estudos da linguagem, da semiótica ou da cultura, Marcondes Filho bebe nas fontes da Filosofia para intuir uma proposta teórica que se evidencia como uma verdadeira morada no estatuto ontológico do ser.

Não é difícil identificar essa caracterização porque Marcondes Filho trás para a cena temas como a subjetividade, a alteridade, o sentido, o acontecimento e o extralinguístico. Quer dizer que os aspectos da mediação, da informação e mesmo das tecnologias são, no conjunto dessas obras, propulsores, facilitadores, e porque não dizer “circunstanciadores” desse protagonismo mais forte que é a comunicação no ser, ou, como o próprio autor define, “o fenômeno que ocorre no interior de cada um de nós”, (MARCONDES FILHO, 2013, p.10).

Portanto, apesar do subtítulo “o fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico” a princípio denotar um exame so-

bre as diversas possibilidades de se “tomar” a comunicação, o que a obra *O rosto e a máquina* permite, na verdade, é uma iniciação à proposta da Nova Teoria da Comunicação, fruto da produção intelectual mais relevante do autor, que teve seu reconhecimento consolidado nas décadas de 1980 e 1990 pela massiva adoção nas escolas de Jornalismo da obra “O capital da Notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza”, e pela obra anterior, “O discurso sufocado”, que o lançou, em 1982, como relevante intelectual para área de Comunicação.

Na tangência desta nova etapa de reflexões do autor, por mais de vinte anos Marcondes Filho produziu e debateu junto aos seus alunos inúmeros escritos, alguns dos quais foram organizados e resultaram nos três volumes da Nova Teoria da Comunicação. *O rosto e a máquina*, último da série a ser lançado, é o volume 1. O volume 2, lançado em 2004, intitulado “O escavador de silêncios – formas de construir e desconstruir sentidos na comunicação”, e o volume 3, denominado *O princípio da razão durante*, conforme já citado, está dividido em cinco tomos e foram lançados entre 2010 e 2012. São eles: Tomo I: Comunicação para os antigos, a fenomenologia e o bergsonismo; Tomo II: Da escola de Frankfurt à crítica alemã contemporânea; Tomo III: O círculo cibernético – o observador e a subjetividade; Tomo IV: Diálogo, poder e interfaces sociais; e Tomo V: O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica.

## Apresentação da obra

“**O rosto e a máquina**” está dividido em três partes. *A primeira parte*, chamada “O princípio da razão durante”, faz uma separação entre a comunicação humana e a comunicação de massa e por internet e depois apresenta o “Metáporo como procedimento inovador de pesquisa”. Esta organização já é uma antecipação, ainda que introdutória, do substrato que o leitor irá encontrar posteriormente no desdobramento na obra, principalmente no Volume 3 da série.

*O princípio da razão durante*, em linhas gerais, é o espaço (entre) onde ocorre a comunicação. Mas esse “entre” como espaço, não é exatamente um lugar. Pode ser um atrito, uma energia que anima o contato entre dois corpos, algo especial e único que atravessa duas instâncias produzindo a partir desse contato um sentido, um acontecimento, uma comunicação. (MARCONDES FILHO, 2013, p.47).

Pela lógica da razão durante, o autor vai deslizar por reflexões que conduzem leituras acerca dos conceitos mais usuais que de alguma forma tentam dar fôrma à definição do que é comunicação, tratando para isso, de maneira bastante didática, das distinções entre sinalização, informação e comunicação; e percepção, representação e intuição, assim como o envolvimento entre elas. Assim, também são escopo e desdobramento desse quadro distintivo questões como a relação, a alteridade (o mistério do outro), o diálogo, e o extralinguístico. Essas explicações dão conta da esfera que o autor classifica como comunicação humana, que é um dos aspectos que o título do livro busca contemplar.

## A comunicação de massa ou pela internet

Marcondes Filho toma o que ele designa por “A Nova Realidade Medial” para analisar a comunicação a partir das difusões e constituição de meios para a massas, desde a Revolução Francesa. O autor avalia as características da nova era (das comunicações de massa) da seguinte forma:

O homem deixa de ser o centro para ser deslocado para a periferia da cultura; a imortalidade deixa de ser um conceito absoluto, pois a voz humana, as imagens pessoais e as cenas vividas podem ser agora repetidas eternamente e “ninguém morre mais”; surge uma cena mediática, a nova realidade medial, um mundo paralelo e fascinante, que passa a competir com a vida social propriamente dita. (MARCONDES FILHO, 2013, p.49).

Essa imortalidade tratada pelo autor, que, de certa forma, possibilita a comunicação irradiada, implica no desaparecimento da atmosfera que envolve uma relação presencial. E essa ausência suscita a entrada de algo em seu lugar, para viabilizar a construção de sentido. Esse algo é o **contínuo amorfo mediático** ou **contínuo atmosférico**, que, uma vez constituído, rebate temas, polêmicas, escândalos, novidades, de volta sobre os indivíduos, construindo sentidos sociais.

Recorrente em outras obras, o conceito de contínuo atmosférico é elemento de máxima importância para a Nova Teoria porque é o liame que dá compreensão à ocorrência da comunicação a partir dos meios de comunicação de massa. Isso porque, para Marcondes Filho, diferente de como ela pode ser en-

contrada em outras correntes teóricas, a comunicação não é algo que acontece com frequência. Uma informação ou uma sinalização que mantém como está o “ânimo” do leitor, ou seja, que simplesmente venha a corroborar com crenças, valores e conceitos já patentes desse indivíduo, na realidade não pode essencialmente ser considerada uma comunicação, ainda que possam ser considerados sinais ou informações. É a partir dessa diferenciação essencial que o autor faz entre informação e comunicação que é possível compreender a formulação e a lógica da Nova Teoria. Vejamos algumas passagens que ilustram essa distinção:

No momento em que eu me interesso por algo que estou vendo, ouvindo, percebendo, aquilo que era apenas um sinal se transforma em informação. [...] A informação, portanto, tem uma função de apoio, de aumento de minhas salvaguardas, de agregação de novos dados para meu agir no mundo. Ela está ligada à decisão, a um ato racional de eu selecionar no mundo os sinais que me interessam e refutar aqueles que me são indiferentes. É, portanto, um elemento que administro e incorporo em meu repertório por seleção consciente. Ela tem caráter agregador, aditivo, ampliador daquilo que eu já possuo. Serve, assim, de componente conservador e reforçador da minha consciência e de meu estar no mundo. [...] Vez por outra somos confrontados com falas representações, imagens, com opiniões de pessoas próximas ou por nós respeitadas que questionam nossas posições. Aquilo que era sólido em minha mente, em meus valores, em meus posicionamentos, sofre um abalo: eu penso, reflito, repenso, considero, avalio, mudo de opinião. Já não estamos falando de informação, de adição, de ampliação de repertório, mas de quebra, de substituição, de transformação. De comunicação. (MARCONDES FILHO, 2013, p.26-27).

Esse conceito de comunicação, proposto e incluído por Marcondes Filho como uma Nova Teoria, é cerne do recente trabalho realizado pelo do Núcleo de Estudos Filosóficos da Comunicação (FILOCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

O fenômeno da comunicação proposto pela Nova Teoria, “tem a qualidade diferenciada de estar sempre ‘em fase’, quer dizer, acompanhando o objeto comunicacional no momento de sua ocorrência”, conforme define o autor na sinopse da quarta capa, idêntica à que apresenta a obra nas livrarias virtuais.

Na verdade, tal proposição é o que define toda uma concepção metodológica

e epistemológica de se relacionar com o objeto da comunicação, batizada pelo autor de “metáporo como procedimento inovador de pesquisa”. Só o estranhamento causado por essa nomenclatura, por sua designação ortográfica, por si já causa uma forma de incômodo, atrito e mobilidade diante de tal proposta. Só por aí já se vê um movimento coerente com sua própria lógica “inovadora”.

O autor define Metáporo como um quase-método, literalmente “desmontando referências”. Na verdade, usando um termo do autor, a “virada” que o metáporo propõe é justamente subjetivar a pesquisa, inserir o pesquisador na cena, propondo-lhe, no lugar de seguir o caminho que um método exigiria, construir ou abrir passagens para *deixar a comunicação acontecer*.<sup>2</sup> Melhor compreendendo pelas palavras do autor:

O estudioso buscará identificar a ocorrência da comunicação, ou seja, se, por intervenção de algum agente, coisas mudaram, consciências se transformaram, modos de ver o mundo sofreram viradas substantivas. E para tanto não pode ter um procedimento fixo, rígido, imutável. Ele não pode ter um método, pois este, por definição, é um caminho pré-traçado que a pesquisa deverá seguir. Se, pelo contrário, opta por um procedimento em que segue seu objeto, acompanhando-o em seus desdobramentos, ele abre caminho, poros, sulcos, como uma embarcação que corta a água, sem que isso crie rastros. Cada pesquisa é uma pesquisa diferente, não pode ser repetida. Com o metáporo, o objeto segue seu caminho e nós o acompanhamos, sem script anterior, sem roteiro predeterminado, vivendo o próprio Acontecimento enquanto se pesquisa. (MARCONDES FILHO, 2013, p.58).

Marcondes Filho utiliza Bachelard, Bergson, Deleuze, Proust e outros para referenciar e mesmo orientar para a necessidade de um novo espírito científico, pela recusa da pesquisa da causalidade. “Não é a teoria que deve confirmar se aquilo que lemos é o que efetivamente sentimos, mas o que sentimos é que deve servir para elaborar uma teoria de nossa própria recepção dos fatos estéticos e comunicacionais.” (MARCONDES FILHO, 2013, p.60).

Por essas “inversões” ou reversões indagadas pelo autor, mas que seguem pis-

---

2. A ideia constante do grifo não é originária do livro, mas um tipo de interpretação realizada pela resenhista sobre como se poderia resumir o metáporo.

tas em torno dos questionamentos mais emblemáticas da Filosofia da Ciência, que Marcondes Filho dedica uma obra inteira para reflexão sobre o método, ou, o metáporo. Em *O princípio da razão durante* - O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica (Nova Teoria da Comunicação III – Tomo V), há um trabalho mais detalhado que identifica a contribuição de vários autores sobre as objeções requisitadas como necessidade de avanço da ciência.

Portanto, se em “O rosto e a máquina” há um convite à preparação de um novo espírito científico, até pelo caráter introdutório do livro, na obra “O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica” o próprio espírito do pesquisador é exercitado em ato para se deixar abrir em poros, dando passagens a uma nova forma de pesquisa que descreva ou constitua (ou ambas) uma comunicação verdadeiramente transformadora.

A apresentação do metáporo é o encerramento da primeira parte do livro, que, sem sombra de dúvida, é a mais importante para quem não está familiarizado com a Nova Teoria.

## Tecnologias e Teorias Clássicas da Comunicação

*A segunda parte* do livro, chamada de Tecnologias e Teorias Clássicas da Comunicação vai tratar da “virada comunicacional” ou, da constituição da “Nova Realidade Medial” a partir das revoluções tecnológicas. Para isso, o autor pondera, entre outras questões, como fica o poder diante das novas formas sociais (mediadas), movidas pelo espetáculo e pela indústria cultural.

A argumentação desta etapa do livro está em torno do lugar (ou a centralidade) ocupado pelos meios após a constituição da realidade medial. A partir de uma explanação quase poética sobre a técnica e a estética dos meios, Marcondes Filho devolve à discussão algumas reflexões que também vão tocar o aspecto do ‘humano’, como já o fizera na primeira parte, só que agora explorando um pouco mais o aspecto filosófico da discussão sobre como a técnica (e os meios) muda a sensibilidade humana:

Com a descoberta da fotografia, a imagem já não era produzida pelo pincel humano; em 1877, a invenção do fonógrafo e a do telefone fizeram com que a voz se separasse de nós. Toda a sensibilidade humana alterou-se com isso. Agora são os sistemas técnicos que registram o mundo circundante.

O homem, deslocado para a margem, deixa o centro, onde não estão as máquinas, mas as imagens, os sons e as escritas do mundo. Uma realidade medial específica passa a se constituir ao lado da realidade convencional. A filosofia abandona seus antigos objetos e volta seus olhos ao novo estranho mundo: Husserl quer “voltar às próprias coisas”, Heidegger retornar às origens do homem e de seu “desvio”, Horkheimer adverte que é preciso atualizar o marxismo. (MARCONDES FILHO, 2013, p.85)

Assim, mudam as sensibilidades porque muda o homem, e muda o homem porque muda sua maneira de se representar. E é por esta via que as Teorias da Comunicação vão entrar na obra, só que já com um texto muito mais denso do ponto de vista da bagagem filosófica exigida do leitor – o viés tratado é absolutamente incomum, porque o rol de pensadores citados “orbitam à deriva” de uma quase intimidade com o autor da obra, se considerada a forma como é apresentado o discurso textual.

O alinhavo entre os pensadores e os movimentos conceituais que atravessam as Teorias da Comunicação se apresenta de maneira bastante sumária para quem busca aspectos mais descritivos das teorias, e ainda mais, mesmo para quem busca um aprofundamento conceitual, o colóquio trazido ao âmbito das teorias é deveras sintético. Como a obra é o volume introdutório sobre o lugar de cada conceito na Nova Teoria, cada elemento tratado nesta parte do texto pode ser visto com detalhamento nos volumes II e III da Nova Teoria da Comunicação. Todavia, ao mesmo tempo em que o desenvolvimento das teorias é feito de forma sumária, é o tipo de apresentação que honra um adensamento poderoso de fazer dialogar teorias, escolas e movimentos, de maneira tal que este recorte do texto parece ter sido escrito como um músico rege uma orquestra: sinergicamente, com cada teoria dançando aos pares, às vezes em trios, um glamoroso baile.

## **Pensadores da Comunicação**

Na terceira e última parte do livro, Marcondes Filho oferece uma pequena amostra sobre quem são os pensadores que serviram de base para a constituição da nova teoria. E é a partir desse conjunto intelectual que as formulações de um novo conceito de comunicação vão ser germinadas.

Os pensadores são mencionados e agrupados a partir de uma organização

que Marcondes Filho faz para introduzir o leitor à fundação conceitual que é detalhada nas obras sequenciais da Nova Teoria da Comunicação. Assim, Barthes, Derrida, Foucault e Deleuze, são apresentados no conjunto dos pós-estruturalistas; depois é a vez dos frankfurtianos Adorno, Benjamin e Habermas. Outro fragmento traz Wittgenstein e o círculo de Viena; na sequência, o círculo cibernético com Turing, Wiener, Shannon, Von Foerster, Maturana, Luhmann e Bateson, e, por fim, da fenomenologia, Husserl, Heidegger, Anders, Flusser, Kittler e Kamper.

Para quem deseja se valer de um viés mais ontológico, que busca a origem da comunicação no próprio homem, ao invés de primeiro valorizar as mediações, os meios, os processos ou a recepção; ou ainda, para quem deseja iniciar uma compreensão que exige uma inclinação mais reflexiva e criativa do próprio pesquisador, ou, ainda mais, para quem, como o próprio Marcondes Filho sugere, quer extrapolar os estudos de abordagens que já se tornaram “obsoletas, repetindo velhos chavões e insistindo teimosamente nas mesmas lógicas e nos conceitos anteriores à Era Digital”, ou seja, para quem busca uma alternativa para questões ainda não respondidas pelos estudos tradicionais, a seara de “O rosto e a máquina” é a escolha profícua para uma ruptura produtiva.

A introdução à leitura de cada um dos autores apresentados é o passo final proposto pela obra, para fechar uma leitura já preparada para a sequência dos dois outros volumes, que desenvolvem a miúdo a Nova Teoria.

Recorrer à leitura dessas obras é tarefa indispensável para quem quer alargar o olhar sobre a epistemologia e a experiência em pesquisas sobre comunicação.

Um último conceito retirado da obra, inserido aqui como “deixa”, foi escolhido entre várias ocorrências que trazem uma definição sobre o que é comunicação sob o olhar da Nova Teoria.

Comunicação não tem nada a ver com transmissão, transferência, transporte, trânsito, repasse ou similares, pois todas essas definições supõem a ideia de algo vai de uma pessoa a outra, como um livro que eu te dou, um órgão que eu doo ao outro, o sangue que é transfundido ao outro. Não existe essa materialidade, porque o que sai de mim, como fala, expressão, obra, música, toque, chega ao outro como coisa diversa, que eu jamais poderei saber o que é. Comunicação precisa da cena que nos envolve quando dialogamos com o outro e que permite o aparecimento dessa coisa inusitada, que é nossa transformação. Ela é uma abstração, resultado de nossa própria interação com o outro, com os outros, com uma obra. (MARCONDES FILHO, 2013, p.30)

## Referências

MARCONDES FILHO, Ciro. **O rosto e a máquina** – o fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico (Nova Teoria da Comunicação – Volume I) São Paulo: Paulus, 2013. 184 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O escavador de silêncios** – formas de construir e desconstruir sentidos na comunicação. (Nova Teoria da Comunicação II). São Paulo: Paulus, 2004. 576 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O princípio da razão durante** – comunicação para os antigos, a fenomenologia e o bergsonismo (Nova Teoria da Comunicação III – Tomo I). São Paulo: Paulus, 2010. 256 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O princípio da razão durante** – da escola de Frankfurt à crítica alemã contemporânea (Nova Teoria da Comunicação III – Tomo II). São Paulo: Paulus, 2011. 304 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O princípio da razão durante** – o círculo cibernético – o observador e a subjetividade (Nova Teoria da Comunicação III – Tomo III). São Paulo: Paulus, 2011. 216 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O princípio da razão durante** – diálogo, poder e interfaces sociais (Nova Teoria da Comunicação III – Tomo IV). São Paulo: Paulus, 2011. 208 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O princípio da razão durante** – o conceito de comunicação e a epistemologia metapórica (Nova Teoria da Comunicação III – Tomo V). São Paulo: Paulus, 2010. 392 p.

# PARTE IV

## Ideias impulsionadoras





## 34.

# O reencantamento pela Comunicação

Renata Carvalho da Costa<sup>1</sup>

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera** – meios, imaginário e desencantamento do mundo. São Paulo: Annablume, 2010. 142 p.

*Mediosfera – Meios, imaginário e desencantamento do mundo* é o quarto livro da professora doutora Malena Segura Contrera, titular dos cursos de mestrado e doutorado em Comunicação na Universidade Paulista. A obra é resultado do

- 
1. Doutoranda e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo (USP). Graduada em Jornalismo pela ECA-USP. Realiza pesquisa sobre periódicos científicos, estudo do impresso, edição e jornalismo. É pesquisadora convidada do grupo MIDIATO: Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas. Profissionalmente, trabalhou na Editora Abril e no site de educação Universia Brasil. E-mail: renatacosta@usp.br

pós-doutorado realizado por ela na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Lançada em 2010, trouxe um conceito novo para os estudos de imagem, priorizando a concepção de Antonio Damásio e sua “dinâmica das imagens consideradas no contexto dos imaginários”, já que, segundo a própria autora declara, há muitas pesquisas em Comunicação que utilizam “uma noção centrada nos seus suportes técnicos e nas técnicas de produção e inscrição das imagens nesses suportes” (p. 19). Para Damásio, segundo a autora, devemos “considerar que a mente seja fruto dos fluxos contínuos de imagens” (p. 20).

O conceito de imaginário utilizado no livro traz a contribuição direta de Gilbert Durand. Além dele, a autora trabalha com Edgar Morin (e seu conceito de Noosfera) e Max Weber, especialmente a leitura deste último feita por Pierucci a respeito do *desencantamento do mundo*. Logo nos agradecimentos, a autora cria uma espécie de adaptação do poema *Quadrilha*, de Carlos Drummond de Andrade, marcando as boas relações entre autores que a influenciam e que marcaram sua carreira acadêmica: Dietmar Kamper, Jean Baudrillard, Muniz Sodré e Norval Baitello Jr.

O conceito de Noosfera, tão importante neste livro, não foi criado por Edgar Morin. Ele foi difundido (embora aponte-se que pode não ter sido criado) pelo francês Teilhard de Chardin – padre, geólogo e doutor em Ciências Naturais, que produziu sua obra filosófica no início do século XX. O conceito de Noosfera é uma ideia-chave em sua visão fenomenológica do mundo (para ele, fenômeno é tudo o que pode ser descrito, seja para os sentidos humanos quanto para nossa consciência introspectiva). Assim, Noosfera (noos = espírito) é uma “esfera terrestre da substância pensante”, “camada pensante tecida em volta da Terra, por sobre a Biosfera e formada pelo conjunto dos homens. Sua realidade já existe e sua densidade aumenta constantemente com o crescimento da quantidade de homens, de suas relações e da qualidade de seu espírito” (CHARDIN, 2006: 22).

É nessa Noosfera que se cria o espírito religioso e, segundo Chardin, ela sofre modificações e se expande ao longo do tempo, conforme o que ele mesmo chama de evolução humana sobre a Terra.

No livro *O Método IV – As ideias*, de 1991<sup>2</sup>, Morin retoma o conceito de Noosfera que ele define como uma esfera imaginária, uma realidade objetiva (não uma realidade física, já que não tem existência física), cuja natureza não

---

2. No Brasil, a edição em português mais difundida e também usada por Contrera é a de 1992, da Editora Lisboa.

se dá pela matéria, mas pela energia. Então, ela não pode ser constatada concretamente, nem quantificada matematicamente, mas sua existência não pode ser negada. A Noosfera, assim como a cultura, engloba os símbolos, mitos (e aqui ele nos remete a Carl Jung) e ideias. Como diz Morin, “não somos apenas possuidores de ideias, somos também possuídos por elas” e a Noosfera é o “pensamento que continua a existir enquanto o homem não está pensando” (p. 22).

Morin estabelece que a Noosfera é habitada por *seres do espírito* ou *demônios*, que são os sonhos, deuses, mitos, ideias. “Negar a existência dos seres da Noosfera seria, então, como negar a existência da energia, de sua ação, de sua capacidade de se realizar, ou seja, de sua realidade” (p. 17). A autora traz uma citação interessante de Morin que esclarece ainda melhor o conceito:

As representações, os símbolos, mitos, ideias, são englobados simultaneamente pelas noções de cultura e de Noosfera. Sob o ponto de vista da cultura, constituem a sua memória, os seus saberes, os seus programas, as suas crenças, os seus valores, as suas normas. Sob o ponto de vista da Noosfera, são entidades feitas de substância espiritual e dotadas de uma certa existência. Saída das próprias interrogações que tecem a cultura de uma sociedade, a Noosfera emerge como uma realidade objetiva, dispondo de uma relativa autonomia e povoada de entidades a que vamos chamar de ‘seres do espírito’ (MORIN, 1992 apud CONTRERA, 2010, p. 17).

Morin situa esses seres no “terreno das memórias, dos programas, das crenças, dos valores... traz para a discussão, para além de sua dimensão consciente ou racional, também a dimensão inconsciente da Noosfera”. Óbvio que isso vai contra a tradição do pensamento racionalista e cartesiano, que elimina a “existência e a ação do inconsciente nas relações sociais e, por consequência, nas relações comunicativas”<sup>3</sup> (p. 18).

Tanto Chardin como Morin estabelecem a Noosfera como uma realidade, embora não material, na qual estão os pensamentos e ideias e que não é imutável, pelo contrário, sofre influências ao longo do tempo.

---

3. Mais à frente voltaremos a discutir a questão dos estudos de Comunicação na esfera cartesiana racionalista, conforme o faz a autora.

## O desencantamento do mundo

O segundo conceito importante na obra analisada é o desencantamento do mundo. Considerando essa questão segundo Max Weber, a autora afirma que na sociedade racionalista não se aceitam explicações mágicas para fenômenos que não compreendemos – pelo contrário, a tentativa do racionalismo é explicar todos os fenômenos cientificamente e também difundir uma suposta objetividade que separa sujeito do objeto analisado. Há, portanto, uma ruptura com o simbolismo e os mitos, o que influencia também diretamente a religião. O capitalismo, por sua vez, acaba com a mítica da troca, precifica o tempo, o trabalho, os produtos, a mão de obra e promove a cultura do possuir e, no que nos interessa neste trabalho, acima de tudo, tem grande apoio dos aparatos midiáticos eletrônicos, principalmente após o surgimento da televisão. É o triunfo do *espírito do capitalismo*.

Pierucci (2003, apud CONTRERA 2010), a partir de sua leitura de Weber, levanta dois sentidos para o *desencantamento do mundo*: a desmagização e a perda de sentido (p. 26). Esse processo seria, portanto, de longo alcance histórico e não pontual, localizado por Weber no início do século XX e em contínuo desenvolvimento.

Os dois elementos – o pensamento racionalista e o capitalismo – juntos promovem a cultura patriarcal e monoteísta. É o fim do simbólico: a deusa era relacionada à natureza, tinha sua correspondência concreta. O deus monoteísta não está arraigado a nada, não está nem mesmo na Terra, mas no céu, no abstrato.

A autora parte desse princípio para situar as religiões de grande alcance mundiais hoje, como o protestantismo e suas variantes evangelistas, como as igrejas que se baseiam na teoria da prosperidade (quanto mais se dá em dinheiro e bens à igreja e, conseqüentemente, segundo a lógica própria deles, a Deus, mais se ganha; e o uso massivo que essas religiões fazem dos canais de TV abertos) e mesmo o islamismo (que destrói todas as imagens, já que não aceita representação). Com ricos exemplos nesse sentido – da mudança das religiões mágicas às religiões éticas, estas totalmente adequadas a uma sociedade capitalista – e mostrando a relação entre violência e o sagrado, o mito e a imagem, Contrera aborda o *desencantamento do mundo*.

Trata-se de um processo de racionalização que transferiu a centralidade da religião da esfera da *experiência religiosa* para a esfera das *ideias religiosas*, gerando o que poderíamos considerar uma crise do sentido pelo excesso do sentido, mas pelo excesso de um sentido construído a partir de uma codificação racionalizadora... a qual passam a submeter todas as experiências

religiosas e que vem de mãos dadas com a crise do ritual. Um excesso de codificação que mata o sentido propriamente dito e que desloca a centralidade do sagrado (p. 37).

## A Mediosfera

Se na Noosfera estão as ideias, mitos e símbolos e o desencantamento do mundo surge com o triunfo do racionalismo e do capitalismo e estes, por sua vez, têm como grande impulsionador os meios eletrônicos de comunicação, Contrera propõe, seguindo essa lógica, a existência de uma outra esfera, a Mediosfera. Ela seria uma “esfera imaginária, que constitui a primeira (*noosfera*), mas é própria dos meios de comunicação” (p. 57).

[...] até meados do século XX os meios de comunicação reeditavam com poucas intervenções os conteúdos do imaginário cultural ... e arquetípicos... a partir da ação dos meios de comunicação de massa eles começam a criar uma versão própria desse imaginário e propagá-la de tal modo que podemos conferir a esse processo um status de crescente autonomia em relação ao imaginário cultural (p. 56-57).

A partir de meados do século XX, com o desenvolvimento do capitalismo e dos meios de comunicação de massa, inicia-se uma nova maneira de construção do imaginário baseada nos conteúdos midiáticos, que são, por sua vez, a princípio, abstraídos do contexto da experiência direta. No entanto, os meios de comunicação de massa passaram a, cada vez mais, estereotipar, a recortar, a editar de tal maneira os conteúdos do imaginário cultural que acabou por criar um imaginário próprio – que é o que Contrera chama de Mediosfera. Essa “redução simbólica” se “afasta de suas raízes originais de referência” (p. 57), gerando novos seres do espírito, próprios a essa nova esfera.

A autora destaca, portanto, que a alimentação das imagens exógenas (tecnologicamente produzidas) é o nosso olhar (referência a Baitello, 2005). Desta maneira, essas imagens se alimentam da atenção que a elas dispensamos.

A dissociação, portanto, entre representação e experiência concreta (o que nos localiza em um mundo de simulacros, conforme Baudrillard) está na raiz

da crise de sentido da mídia e das produções midiáticas, assim como da sociedade (CONTRERA, 2010: 109). A mídia é, desse modo, herdeira, ela também, de uma visão de mundo desencantado. Consequentemente, as imagens técnicas, aquelas produzidas pela mídia, aboliram o “suporte concreto”; são elas “uma manifestação de um referente que permanece no âmbito do imaterial” (p. 116). Essa imagem, desligada de seu suporte material pretende ser uma imagem “pura”, a “imagem perfeita” buscada pela TV digital e pela tecnologia. A imagem é pura eletricidade. A Mediosfera, assim, também representa um mundo desencantado, sem correspondência com a dimensão concreta da vida.

A Mediosfera é um processo de esvaziamento do imaginário no contexto das sociedades capitalistas e esse esvaziamento se dá pelo excesso e pela redundância. Há, assim, uma retroalimentação entre o imaginário cultural e o imaginário mediático. Como dito, até meados do século XX, os meios reeditavam o conteúdo do imaginário cultural. Os meios de massa passaram a criar uma versão própria desse imaginário e a propagá-la de tal modo que ela pode ser dissociada do imaginário cultural. Os seres da noosfera (arquétipos) são estereotipados até se afastarem do original, gerando seres do “espírito” próprios da Mediosfera.

Um exemplo evidente que a autora dá no livro a respeito desse poder mediático no imaginário cultural são as festas populares tradicionais que após serem alvo da mídia, são transformadas e reeditadas – triunfo do simulacro, como diria Baudrillard.

Retomando a questão colocada por Morin de que a Noosfera é composta por “seres do espírito” e que a Mediosfera é uma esfera constituinte daquela, é interessante destacar quais desses seres (ou demônios) geraram e continuam gerando a cultura mediática (e “a nos gerar por meio dela” –p. 22). A autora destaca os seguintes: 1) a visibilidade e a questão da imagem mediática na sociedade contemporânea; 2) a eletricidade e o culto à tecnologia e, entremeado a esses dois, 3) a hipertrofia do símbolo dinheiro.

Bem resumidamente aqui, tratando de cada um dos demônios, podemos destacar a respeito da visibilidade que

[...] é parte de um cenário maior que poderíamos considerar como de desequilíbrio ecológico das imagens, um processo que se consuma com a proliferação das imagens exógenas que, pela cultura dromológica da qual fazem parte, usurpam o tempo destinado às imagens endógenas, ou seja, ao sonho, à divagação, à imaginação ativa, que necessitam do tempo lento da interioridade e da reflexão (p. 102).

Essa necessidade de conhecer o mundo por meio de sua dissecação, de imagens cada vez mais numerosas e sucessivas se une à questão da falta de correspondência dessa imagem com a dimensão concreta, criando o mundo dos simulacros.

Sobre o segundo demônio, Contrera afirma que se as coisas deixaram de ser transsubstanciações do sagrado, elas foram então absorvidas pela lógica da produção industrial e transformadas em “produtos mercantis” (já relacionando ao terceiro demônio, da hipertrofia do símbolo dinheiro).

Contemporaneamente vemos toda a complexidade da comunicação humana ser minimizada e a centralidade das trocas comunicativas e dos processos vinculares se deslocarem para a questão da apropriação ou não das tecnologias da comunicação...A técnica, de meio, passa a ser fim... a tecnologia apaga as marcas da natureza concreta do mundo... e nessa relação com a tecnologia perdemos a noção do outro, a alteridade<sup>4</sup> (p. 77,78,80).

## Um suposto reencantamento do mundo

De início é preciso afirmar que a autora não acredita em um atual reencantamento do mundo. Ela entende e explica quais conceitos e ideias dão margem para que alguns autores, ao contrário dela, acreditem, nessa possibilidade.

Ela retoma Berman e Weber quanto à questão de que “a tentativa de dominar a natureza nasce com o pensamento mágico”, e Morin, quando ele aponta que as “sociedades arcaicas concebiam magia e tecnologia como sendo praticamente a mesma coisa, já que todo ‘saber fazer’ era prerrogativa dos sacerdotes ou xamãs que eram instruídos pelos deuses” (p. 79). Nem por isso ela concorda com autores como Maffesoli (p. 127), de que vivemos um reencantamento do mundo centrado na experiência estética e não na ética. O senso de pertencimento a um grupo criado pelas redes sociais e a união virtual de pessoas com o mesmo gosto ou opinião não representa, para a autora, a solução para um reencantamento do mundo.

---

4. Essa questão será vista nas considerações finais.

Para ela, “estamos diante de uma nova forma de encantamento que, sem objeto de culto, mais se aproxima de um estado abobado de auto-encantamento do que a um neo-paganismo de fato” (p. 130), pois não há religião com sagrado, não religa a nada, já que

[...] estamos negando sua concretude (*do mundo*) (não seu materialismo, mas o princípio da transubstanciação do divino na matéria), apagando as marcas de sua natureza e colocando no lugar os simulacros que nossa sociedade gera. Por meio da industrialização e do capitalismo destruímos a ponte pela qual poderíamos voltar (p. 119).

## Considerações finais

Negando as formas de reencantamento do mundo sugeridas por outros autores, Contrera não é, no entanto, catastrófica. Ela propõe formas de se alcançar, quem sabe, um reencantamento do mundo a partir da Comunicação.

É necessário analisar, portanto, algumas considerações que ela faz a respeito da Comunicação e dos estudos contemporâneos na área que estão, aqui e ali, permeadas em seu livro.

A primeira observação da autora quanto às Ciências da Comunicação é de que elas se tornaram, ainda que sejam parte das Ciências Sociais Aplicadas (grande campo das Humanas), representante do pensamento cartesiano racionalista. Às vezes, de forma mais contundente até do que outras áreas científicas. Provavelmente, segundo a autora, na tentativa de se estabelecer como ciência ao olho de outras áreas e obter reconhecimento institucional e político. Nessa área, alguns estudos caem no engano de se autopromoverem como *objetivos*, de supostamente separar sujeito do objeto e de privilegiar o quantitativo em detrimento do qualitativo, isolando os objetos de estudo da Comunicação de um contexto mais amplo onde eles estão imersos. O pensamento cartesiano aplicado à Comunicação também “elimina a existência e a ação do inconsciente nas relações sociais e, por consequência, nas relações comunicativas” (p. 18). A Comunicação, na prática técnica, também separa o sujeito do objeto – o repórter da fonte; a suposta imparcialidade jornalística é outro exemplo disso.

Devido ao peso dessas relações comunicativas é que a autora propõe que as novas formas de reencantamento do mundo passem pela Comunicação, mas

que esta seja repensada enquanto seu importante papel junto a processos de resiliência pavimentados por alguns elementos (que ela busca no neuropsiquiatra Cyrulink): a narratividade, o resgate do contexto, a ressignificação, a afetividade e as relações interpessoais (p. 133).

Martin Buber, reconhecido como filósofo *da relação, do encontro e do dialógico* pode ajudar essa retomada que a Comunicação necessita fazer em seus processos de resiliência. O primeiro passo é o *reconhecimento* do outro, questão com a qual ele já trabalhava em 1923.

Eu tomo conhecimento íntimo dele, tomo conhecimento íntimo do fato que ele é outro, essencialmente outro do que eu e essencialmente outro do que desta maneira determinada, única, que lhe é própria e, aceitando o homem que assim percebi, posso então dirigir minha palavra com toda seriedade a ele (BUBER, 2009, 146)

O autor defende que o ser humano só pode ser compreendido na relação EU-TU, ou seja, na sua relação com o outro. O EU não é jamais acabado e definido, mas está sempre em construção na relação com o TU, na conversação, no diálogo. “O Eu sem o Tu é apenas uma abstração” (Ibid.: 7); sobre o Tu, “é preciso que ele se torne presença para mim” (Ibid. 8).

Em obra de 1953, *Elementos do inter-humano*, o filósofo trata da esfera inter-humana, diferenciando-a da esfera do *puramente social*, na qual os homens se acham ligados por experiências e acontecimentos em comum, sem que necessariamente haja relações pessoais entre membros de um grupo. “A esfera do inter-humano é aquela do face a face, do um-ao-outro; é o seu desdobramento que chamamos de dialógico” (Ibid.: 10).

O dialogismo, portanto, nos permite narrar o mundo a partir de uma experiência profunda no inter-humano, no conhecimento do outro, em um mergulho em seus sentimentos e subjetividade. E isso só é possível por meio do diálogo carregado de afetividade sincera, aquela que se manifesta quando há um interesse genuíno no outro, no Tu.

Além dessas considerações, há outros pontos que podem ser destacados como contribuições do livro *Mediosfera – Meios, imaginário e desencantamento do mundo*. Dentro do contexto dos estudos e de Comunicação no Brasil e de sua epistemologia, a obra promove, como visto, questões essenciais ao campo como os estudos dos meios, o imaginário, o papel da

comunicação, a cibercultura, entre outros saberes e desdobramentos possíveis. Ao apontar essa série de caminhos que podem e devem ser explorados, instigando os novos pesquisadores da área da Comunicação a fazê-lo, esse livro marca sua presença como obra importante no início do século XXI.

## Referências

BUBER, Martin. **Do diálogo e do dialógico**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

CHARDIN, Pierre Teillard de. **Em outras palavras**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera** – meios, imaginário e desencantamento do mundo. Annablume: São Paulo, 2010.

## 35. Jornalismo sem fronteiras

Mariza Romero<sup>1</sup>

KÜNSCH, Dimas Antônio. **Maus pensamentos**: Os mistérios do mundo e a reportagem jornalística. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2000. 298 p.

### **Caminhos entre paradigmas: certezas e incertezas**

As reflexões sobre os fundamentos da Ciência Moderna apontam para uma mudança de comportamento do homem do Renascimento, que passa a questio-

- 
1. Possui graduação em História – Université de Paris VII – Université Denis Diderot (1975), mestrado em História – Université de Paris X, Nanterre (1976), mestrado em História Social pela Universidade de São Paulo (1995) e doutorado em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2009). Estágio Pós-Doutoral na Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines. Centre de Histoire Culturel des Sociétés Contemporaines. Tem experiência na área de História, com ênfase em História do Brasil República e Teoria da História, História da ciência e da técnica, atuando principalmente nos seguintes temas: exclusão social, representações, imprensa, cidade e divulgação científica. E-mail: mmariza.romero@gmail.com

nar a busca pelo sentido do mundo típica da sociedade medieval, cuja resposta era fornecida pelas autoridades religiosas. Este homem procura agora, conhecer as causas dos fenômenos que deveriam ser comprovadas pela observação, partindo da convicção de que existiria regularidade no curso da natureza, ela mesma obedecendo a uma ordem racional e suscetível de ser dominada pelo homem.

Este processo atingiu seu apogeu no século XIX, quando a concepção e os procedimentos metodológicos das Ciências Naturais tornaram-se preponderantes, constituindo-se como parâmetros para a produção de qualquer conhecimento que se quisesse científico.

Dessa forma, a ideia de que existiria uma realidade unívoca, perceptível na sua totalidade pela utilização da experimentação e do método da observação neutra e, portanto, objetiva, foi adotada também pelas Ciências Humanas, desembocando no Positivismo.

O campo da Comunicação e nele, a imprensa, não ficou imune a esses princípios e, na sua prática, os jornalistas acreditaram que “os fatos falam por si”, viam a imprensa como espelho da realidade e se viam como comprometidos unicamente com a verdade imanente ao real.

Apesar de muitos excelentes estudos na área já terem criticado essas balizas teóricas, o autor de *Maus pensamentos* vai além, com erudição e rigor remete o leitor ao século XVIII, à física clássica newtoniana, possibilitando assim a compreensão histórica das balizas teóricas que nortearam e muitas vezes ainda norteiam o ofício do jornalista.

Nesse modelo, afirma o autor, os fenômenos físicos se desdobram num espaço absoluto, em repouso e imóvel. As mudanças ocorrem na dimensão do tempo, categoria separada e igualmente absoluta, na linha que leva do passado ao futuro, atravessando o presente. Partículas materiais idênticas em suas massas e formas se movem nesse espaço e tempo, configurando a matéria como resultado de uma força de atração mútua entre si, a força da gravidade. As partículas materiais, as forças entre elas e as leis do movimento foram criadas por Deus e fazem do universo uma grande máquina, cujo funcionamento seria possível prever (p.36,). E citando Capra, conclui:

A visão mecanicista da natureza acha-se dessa forma, intimamente vinculada a um determinismo rigoroso. A grande máquina cósmica era vista como algo inteiramente causal e determinado. Tudo o que acontecia possuía uma causa definida e gerava um efeito definido; o futuro de qualquer parte

do sistema poderia – em princípio – ser previsto com absoluta certeza, se se conhecesse em todos os detalhes seu estado em determinada ocasião.<sup>2</sup>

Com o avanço dos princípios mecanicistas, essa concepção que correspondia à visão de um Deus Arquiteto, abriu espaço para a ideia de um Deus Relojoeiro, que criou o universo e em seguida o abandonou às leis da física. O papel da ciência seria o de revelar o funcionamento desse mecanismo para assim controlá-lo.

Esse determinismo foi sintetizado por Newton a partir da filosofia cartesiana, que separou o domínio da mente (*res cogitans*) do domínio da matéria (*res extensa*). Ainda citando Capra, Antonio Dimas evidencia a concepção de Descartes, para quem o universo era nada além de uma máquina, cujo funcionamento obedecia a leis mecânicas, sendo que tudo no mundo material poderia ser explicado racionalmente, em função da organização e do movimento de suas partes<sup>3</sup>. Esse cenário mecânico tornou-se o paradigma dominante que propiciou a criação de uma concepção de ciência que se tornou hegemônica, não só com relação à física, mas igualmente em relação a todos os outros campos do pensamento ocidental.

Assim, fundamentado na experiência e na razão, o paradigma clássico adquiriu, como afirma Dimas, a reputação de *hard Science* e expressou a certeza de que, todos os problemas, inclusive os sociais, poderiam ser resolvidos pela ciência e pela técnica e a humanidade caminharía dessa forma, em direção ao progresso.

Durante as primeiras décadas do século XX, no entanto, a física moderna “*vira de ponta-cabeça, o modelo mecanicista da natureza*”, pois os conceitos, a linguagem e a forma de pensar de que os físicos dispunham, começaram a revelar-se insuficientes.

A concepção do átomo como estrutura sólida, e indestrutível é substituída por outra, radicalmente diferente, que considera o aspecto dual das unidades subatômicas da matéria. Estas ora se comportam como partículas, ora como ondas, dependendo do modo como são abordadas (KÜNSCH, 2000, p. 44). Este aspecto, sublinha o autor, leva em conta o papel do observador na física quântica, e esclarece-nos, citando Gleiser:

---

2. CAPRA, Fritjof. **O Tao da Física**: Um paralelo entre a física moderna e o misticismo oriental. São Paulo: Cultrix, 1984, p.50. Apud KÜNSCH, p.37.

3. CAPRA, Fritjof. **O Ponto de Mutação**: A ciência, a sociedade e a cultura emergente. São Paulo: Cultrix, 1986, p. 56. Apud KÜNSCH, p. 39.

No mundo do muito pequeno, o observador não tem papel passivo na descrição dos fenômenos naturais; se a luz se comporta como onda ou partícula dependendo do experimento, então não podemos mais separar o observador do observado. Em outras palavras, no mundo quântico, o observador tem um papel fundamental na determinação da natureza física do que está sendo observado. A noção de que uma realidade objetiva existe independentemente da presença de um observador, parte fundamental da descrição clássica da natureza, tem de ser abandonada. De certo modo, a realidade física observada (e apenas essa), ao menos dentro do mundo do muito pequeno, é resultado de nossa escolha.<sup>4</sup>

A ciência, no próprio campo da física, viu-se então, diante da incerteza, diante do infinitamente pequeno, daquilo que se modifica no momento mesmo em que é observado, viu-se diante da complexidade do real. “A matéria, mais do que existir num lugar definido, apresenta agora, ‘tendências a existir’, e os eventos atômicos, ‘tendências a ocorrer’, em ‘ondas de possibilidades’. Nesse sentido, um fato atômico nunca pode ser previsto com certeza, mas apenas em termos de probabilidades” (p. 46).

*O princípio da incerteza*, de Heisenberg, mostra a grande distância que separa a física quântica da física clássica, pois aquela pode apenas prever a probabilidade de se obter um determinado resultado.

Künsch conduz seu leitor ao encontro com o universo subatômico, universo do caos e da incerteza, das múltiplas possibilidades, da desordem que se faz ordem, universo dinâmico e incontrolável, que põe em causa o modo como até aqui se buscava a integridade do real. Mundo de mistérios (p. 48).

Essa constatação gerou uma crise do pensamento contemporâneo, na medida em que não afetou apenas a ciência, mas veio acoplada à crise do próprio alicerce da modernidade, à ideia de progresso como sucessão gradual, linear. Questiona-se que a sociedade possa ser regida por leis naturais, universais e necessárias, que possa ser observada neutralmente e controlada.

---

4. GLEISER, Marcelo. **A dança do Universo**: Dos mitos da criação ao Big-Bang. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, p. 299. Apud KÜNSCH, p. 46.

## Caminho alternativo

Diante da crise dos paradigmas tradicionais, o autor evita o relativismo pós-moderno, apontando para a superação da visão cartesiana, mecanicista, e para o surgimento de uma concepção holística e dinâmica do universo. Aponta para o encontro com a complexidade, eixo do seu próprio pensamento.

A epistemologia complexa une tudo o que a tradição cartesiana separou, propõe o diálogo entre os vários saberes fragmentalizados. O pensamento complexo, como afirma Morin, é um pensamento que une. *Complexus* significa o que está entretecido em conjunto. Ligar é mais que uma palavra de ordem, é uma ideia-mãe. E, assim põe em diálogo a cultura científica e humanista, porque separadas, cada uma seria uma subcultura. O conhecimento complexo enfrenta a incerteza, a desordem e as insuficiências da lógica dedutiva-identitária, nunca é espelho do mundo objetivo e sim tradução e construção (p. 61, 64).

[...] O pensamento complexo tem por tarefa não substituir o certo pelo incerto, o separável pelo inseparável, a lógica dedutiva identitária pela transgressão dos seus princípios, mas sim efetuar uma dialógica cognitiva entre o certo e o incerto, o separável e o inseparável, a lógica e a meta-lógica. O pensamento complexo não é a substituição da simplicidade pela complexidade, é o exercício de uma dialógica incessante entre o simples e o complexo.<sup>5</sup>

O pensamento complexo, assim, conversa com o senso comum, com o mito, com a religião, a filosofia e a arte. Não estabelece hierarquias que se sucedem num tempo contínuo que teria origem no primitivismo e escuridão, marchando para a civilização e a luz. Consciente dos limites do conhecimento recusa as macro explicações e a visão totalizante/totalitária do mundo.

O pensamento complexo, entretanto, não se esgota na reflexão teórica, como afirma Künsch, ele é também uma práxis, propõe ao sujeito do conhecimento uma atitude compreensiva diante do real que é permeado por múltiplos entrecruzamentos, intertextualidades, polifonias. Esta práxis é eticamente responsável,

---

5. MORIN, E. **Os Meus Demônios**. Mem Martins, Publicações Europa-América, 1995. p. 171, 172. Apud KÜNSCH, p. 63.

preocupa-se com as consequências sociais e políticas do saber. Citando Restrepo, o autor nos propõe uma práxis que se reencarne no cotidiano, no anódino, na afetividade, nas emoções, na ternura. A capacidade de emocionar-nos, “de reconstruir el mundo y el conocimiento a partir de los lazos afectivos que nos impactan”, é o que temos de tipicamente humano e que nos distingue, por exemplo, da inteligência artificial.

O discurso pode “llenarse de ternura, siendo posible acariciar com la palabra sin que la solidez argumental sufra menoscabo por hacerse acompanhar de la vitalidade emotiva.” O componente afetivo, é parte constitutiva de todas as manifestações da convivência interpessoal, do pensamento e cognição.<sup>6</sup> Assim, o pensamento complexo nos incita a perceber os limites do conhecimento, porque conhecer é uma aventura incerta e frágil, sem isto querer dizer que nada podemos compreender, mas mostrando a necessidade de considerarmos o saber na sua diversidade, no seu movimento, saber negociado, fruto também de lutas, de tolerância, de emoções. Aponta para o comum, para o detalhe, para o insignificante, assim como para os sentimentos, para a ternura, como partes integrantes da complexidade.

## Caminhando no território da reportagem

Ao entrar no território da reportagem, Künsch, reiterando a necessidade e a importância de se cultivar um comportamento aberto, que possa acolher e se maravilhar com o alto grau de indizibilidade e de complexidade do real, convida o leitor/jornalista a integrar no seu trabalho, a humildade e o respeito perante o mundo, perante as pessoas, fatos e fenômenos que por sua complexidade e “radiancia”, escapam às explicações do pensamento totalizante/totalitário, da causalidade simplificadora, do rolo compressor da certeza (p. 95). Convida ainda, o jornalista a fazer a crítica interna do seu ofício, pois no caso da informação de atualidade, ou jornalismo, continua-se a pensar que o que se diz é como realmente aconteceu, que um fato jornalístico é algo dado, objetivo, basta observar e descrever. Segundo Medina:

---

6. RESTREPO, Luiz Carlos. 1994.. **El Derecho a la ternura**. Bogotá: Arango Editores, 1994. p. 23, 24Apud KÜNSCH, 2000, p. 75.

O discurso sobre o mundo deixou de ser um retrato fiel e objetivo da realidade. Com a crise do paradigma cientificista e, sobretudo, do positivismo, a noção de que o sujeito (produtor de sentidos) recupera com objetividade o objeto que está fora dele caiu por terra. No entanto o jornalista, armado de uma teoria técnica positivista (elaborada no século XIX e gramaticalizada em manuais), prossegue operando com a crença nesse paradigma [...], comunga indistintamente com produtores de informação ou proprietários dos meios de comunicação o conceito tradicional de objetividade.<sup>7</sup>

Künsch posiciona-se com Medina contra a hegemonia do pensamento simplificador nas redações, hegemonia essa ligada ao empenho pela modernização tecnológica, que traz como consequência a produção de um jornalismo que seria como um videogame, regido pela eficiência técnica e movimentando-se em torno de generalidades, sem aprofundamento dos fatos e das situações, sem compromisso com o leitor p. 102). Segundo Kotscho, “[...] nossos jornalões e jornaizinhos estão hoje quase todos cada vez mais parecidos uns com os outros, como se fossem pautados, escritos e editados por uma só pessoa. Parece que todo mundo só fala das mesmas coisas, do mesmo jeito, mudando algumas vírgulas”.<sup>8</sup>

O autor indica, no entanto, um caminho possível, alternativo ao reducionismo e ao empobrecimento simbólico e que será a reportagem, pois esta pode reunir as melhores condições para o exercício do pensamento complexo e o cultivo amoroso de atitudes que privilegiam o diálogo, o encanto, a interação, a compreensão, sem esquecer o aprofundamento e a ampliação de temáticas abordadas para além do aqui e agora do acontecimento-notícia (p. 20). Segundo Fuser, o jornalismo pode ser algo diferente do Big Mac diário da imprensa burocratizada, através das imensas possibilidades da reportagem, gênero jornalístico que mais dá espaço aos oprimidos, aos anônimos, aos que aparecem no jornal só

---

7. MEDINA, Cremilda. Jornalismo e a epistemologia da complexidade. In ----(Org.) In: **Novo Pacto da Ciência, A Crise dos Paradigmas**. São Paulo: ECA/USP 1991, p. 194, 195, Apud KÜNSCH, 2000, p. 97.

8. DANTAS, Audálio (Org.). **Repórteres**. São Paulo: Senac, 1998. p. 185, 186. Apud KÜNSCH, 2000, p. 103.

uma vez.<sup>9</sup> Medina nos fala da textualidade da rua, do cotidiano, onde seres anônimos vivem a vida no varejo. Na rua, o repórter pode flagrar o acontecimento social correndo à parte das pautas jornalísticas, da ideologia e da opinião.<sup>10</sup>

Künsch traz todas estas reflexões para o seu livro que tem como objeto de pesquisa, as revistas do grupo católico comboniano de quatro países da América Latina, Colômbia, México, Perú e Brasil, nos anos noventa. O autor analisa as reportagens das revistas com acuidade, “*escova a história a contrapelo*” como sugere Walter Benjamin. Com esta perspectiva, coloca-se duas questões: a primeira, sobre qual seria o signo dominante nas reportagens, o da compreensão ou o da explicação e na segunda indaga-se sobre a interação das revistas com a gente comum que afinal era seu público. De que modo aparecem os personagens destas situações? Aparecem como protagonistas?

Os editoriais das revistas eram comprometidos social e politicamente com os marginalizados do terceiro mundo, tomam o partido dos deserdados, dos oprimidos, abordando os movimentos sociais e temas como a reforma agrária, a pobreza, as crianças de rua. Os veículos de comunicação do grupo pretendiam atingir as populações carentes do mundo cristão e católico. Dentre as análises que o autor faz das quatro revistas, tomaremos como exemplo, a reportagem: Brasil: País sem educação não funciona – publicada na Revista *Sem Fronteiras* número 258 de março de 1998. O texto adota como base os conteúdos da Campanha da Fraternidade de 1998, da Igreja católica no Brasil, assim como segue as orientações da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, a CNBB. O tema tratado refere-se à educação como base para o exercício da cidadania:

Os mais de 19 milhões de brasileiros estatisticamente considerados analfabetos – e que ninguém pense que são apenas velhinhos à beira da morte, pois há pelo menos 3 milhões de crianças de 8 a 14 anos incluídas nesse número vergonhoso, e um número muito maior de jovens – terão que esperar ainda uns bons anos. Se o ritmo continuar sendo o dos anos 92 a 96, vai demorar pelo menos mais duas décadas. Quando o assunto é educação (um direito

---

9. FUSER, Igor (Org.). **A Arte da Reportagem**. São Paulo: Scritta, 1996. pp. XV-VI. Apud KÜNSCH, 2000, p. 105.

10. MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. 1988, p. 61. Apud KÜNSCH, 2000, p. 109.

social reconhecido pela Constituição), há muito para reclamar... [...] Sobre as escolas públicas, há também muito o que falar... [...] Se o problema fosse resolvido com a fabricação de leis, nada mais fácil. A Constituição brasileira, por exemplo, estabelece que o ensino fundamental, para crianças de 7 a 14 anos, é obrigatório e gratuito. É um direito do cidadão, e aos governos municipais cabe cuidar para que esse direito seja garantido a todos. Só que não está sendo – e se a questão, além de vagas na escola, for a da qualidade do ensino, tudo fica muitíssimo complicado (p. 158).

Segundo Künsch, a reportagem virou artigo de qualidade duvidosa, e seguindo com o texto da revista destaca: a educação, hoje, acontece num mundo “*em rápidas mudanças, o que levanta desafios de todo tamanho*”. “Um mundo de urbanização acelerada e de novas tecnologias [...], que se faz cada vez menor, através do fenômeno conhecido como globalização, especialmente no campo da comunicação.” “Um mundo de ricos e de pobres – como o de antigamente –, de grupos e nações excluídos, de ideologia neoliberal, onde as leis e necessidades do mercado ditam planos de governo e moldam atitudes individuais e coletivas.” A conclusão, afirma o autor, se mostra tão dogmática como todo o restante do texto:

Os bispos católicos têm consciência de não estar propondo o tema da educação num país como a Suíça ou Suécia, Aqui, no Brasil que faz contagem regressiva para a festa dos 500 anos do chamado descobrimento, não é possível esquecer “*os resultados decorrentes do processo de extrema concentração de renda e níveis elevados de pobreza*.” Porque povo faminto não aprende; povo doente não tem condição de desenvolvimento. (p. 158).

A submatéria abre prosseguindo com críticas gerais, constatando a situação dramática da educação brasileira e convocando os católicos e não católicos para a ação. Fecha afirmando que “o analfabetismo político” só contribui para deixar as coisas como estão (p. 159). Dirá nosso autor que, “quase que se poderia acrescentar, maldosamente, lembrando Canclini: Também o dogmatismo não faz outra coisa que deixar as coisas como estão. Apenas legitima sentidos estabelecidos. Não reestrutura. Não transforma” (KÜNSCH, 2000, p. 158). Dirá ainda que o comportamento teórico e prático dominante em praticamente todas revistas é o da esquematização do real, seu engavetamento nos arquivos de aço das ideias prontas, da explicação linear, dos relatórios impessoais e das estatísticas.

Um dos aspectos mais marcantes e originais do estudo de Künsch, é justamente o rigor com que critica suas fontes de pesquisa. Percebe que embora comprometidas com as populações mais carentes, grande parte das publicações recorre aos conceitos fechados, ao dogmatismo, à opinião, ficando então sob o signo da explicação e não com o da compreensão que rejeita respostas definitivas. Também percebe que nestas reportagens bem intencionadas há ainda um comprometimento muito forte com o velho paradigma, expressam uma visão de mundo newtoniana–cartesiana, de causas e efeitos determinados, do equilíbrio e da ordem.

Künsch enfrenta muitas vezes um discurso que parte da premissa de que as ideias do grupo comboniano, por estarem a serviço dos carentes, são verdadeiras a priori, sobrepondo-se à experiência dos grupos aos quais se dirigem e com isso, a reportagem, que o autor coloca como o melhor modo de expressar essas experiências, perde sua força, fica uma meia reportagem que não compreende nem acolhe o outro. É um jornalismo desencarnado. Com raras exceções, os protagonistas são as autoridades políticas, militares, religiosas, os especialistas que falam pelos excluídos.

O autor opõe-se à crença na neutralidade, na objetividade, na “*descrição dos fatos como aconteceram*”, que acaba por ser acrítica e legitimadora do status quo. Propõe que se questione porque as coisas são como são, uma vez que elas não são naturais, mas historicamente construídas.

O estudo dinamiza as ciências da comunicação, na medida em que recomenda um jornalismo transdisciplinar, sem fronteiras, que optando pelo cotidiano, pelo micro, pelo não olimpiano, pela inclusão dos sentimentos e da pessoalidade, também expressa, como afirma o autor, um ato de fé e de esperança numa outra maneira nova e promissora de o sujeito se colocar diante do mundo, da vida, das pessoas e da natureza.

## 36.

# A clareza do Barroco Boleiro

Matthew Shirts<sup>1</sup>

MARQUES, José Carlos. **O futebol em Nelson Rodrigues** – o Óbvio Ululante, o Sobrenatural de Almeida e outros temas. [2000] São Paulo: EDUC/FAPESP, 2ª ed., 2012, 194 p.

É difícil acreditar que o melhor cronista do maior espetáculo público brasileiro era quase cego. Parece uma lenda, sei, mas tudo indica que é a mais pura verdade. Apesar de uma fortíssima miopia, Nelson Rodrigues ia regularmente ao estádio e, durante décadas, escrevia como ninguém sobre o futebol do país. Não

---

1. Redator-chefe da revista National Geographic Brasil e coordenador do Planeta Sustentável, da Editora Abril, Matthew escreve crônicas regularmente para o Estado de S. Paulo. Nascido nos EUA, veio ao Brasil pela primeira vez como aluno de intercâmbio em 1976. Formou-se em estudos latino-americanos em Berkeley e estudou História na USP. E-mail: matthew.shirts@abril.com.br

se sabe direito o que ele enxergava nos campos de futebol, mas o resultado literário era claro e inigualável. Na crônica esportiva, Nelson correu em faixa própria.

Quem vive de crônicas e textos afins sabe disso. Nunca esqueço a viagem de avião rumo a minha primeira Copa do Mundo em 1994 nos Estados Unidos. Saí do aeroporto de Cumbica, em São Paulo, ao lado do escritor Mario Prata. Nós dois entramos juntos no avião e, depois de acomodarmos as nossas bagagens no compartimento acima dos assentos, sentamos e abrimos, sem nenhuma combinação prévia, o mesmo livro exatamente ao mesmo tempo. Qual seja? “À sombra das chuteiras imortais”, uma coleção das crônicas esportivas de Nelson Rodrigues que fora organizada por Ruy Castro e lançada pela Companhia das Letras no ano anterior. Um olhou para o livro do outro e começamos a rir, meio sem jeito. Fomos assim até San Francisco, comentando cada crônica do mestre.

De uma maneira mais analítica e sofisticada é o que nos oferece José Carlos Marques neste livro surpreendente: um delicioso e rigoroso comentário sobre o significado das crônicas esportivas de Nelson Rodrigues. Alegria a minha alma ver um jovem estudioso lançar mão de poderoso arsenal teórico para abordar duas manifestações culturais tidas até há pouco como “menores”: o futebol e a crônica esportiva. Analisar a crônica de Nelson Rodrigues à luz das teorias literárias de críticos como Severo Sarduy pode soar como um exercício um tanto quanto arcano. Mas é precisamente disto que as universidades, pelo menos na área de línguas, literatura e ciências humanas, devem se ocupar, a meu ver: a busca daquilo que faz do Brasil um país tão singular.

José Carlos começa o seu livro com um belo resumo das principais teorias sobre o papel dos esportes na cultura moderna. De Huizinga a DaMatta, passando por outros, menos conhecidos, o autor vai nos inteirando do assunto de forma concisa e indolor. Aliás, esta é uma das características mais sedutoras dessa obra: ela consegue lançar mão de conceitos complexos sem sobrecarregar o leitor. Está tudo aí, bem explicadinho. Quem lê jornal e gosta de futebol consegue acompanhar “O futebol em Nelson Rodrigues” com prazer, embora não seja nem um pouco simples. É esta a grande vantagem da clareza.

Das questões antropológicas passamos pela história do futebol no Brasil para chegar ao cerne da questão que é a crônica esportiva de Nelson Rodrigues. As teorias literárias do neobarroco servem, no caso, para destrinçar a obra do cronista, revelam alguns dos seus segredos, seus truques, desvendam um pouco de sua magia. A análise da obra de Nelson vai nos apresentando o cronista sob ângulos nunca antes pensados por nós. Passamos a conhecer um Nelson Rodrigues ao mesmo tempo latino-americano e muito brasileiro e (isto eu já sabia) sempre genial...

“O futebol em Nelson Rodrigues – O óbvio ululante, o Sobrenatural de Almeida e outros temas” consegue ser claro, informativo, relevante e gostoso de ler. Não é pouca coisa. Aproveite.

A seguir, transcrição do último capítulo da obra, com a conclusão da pesquisa.

## **Trila o Apito o Árbitro - “Prrrrrrriiiiiiii!”**

Amigos, antes de iniciar-me nas considerações finais e encerrar as linhas do presente trabalho, convém narrar uma singular passagem que vivenciei no último final de semana, ao assistir a um jogo do Fluminense no velho estádio de Álvaro Chaves, nas Laranjeiras. Assim que cheguei, pasmei para a loucura dos carros e dos lotações. Eles subiam nos muros ou trepavam pelas árvores como saguis, e quase avançavam sobre as bilheterias. Prevenido, eu já havia adquirido meu ingresso numerado com antecedência, mas não escapei à fúria da multidão. Falei prevenido, mas, em tempo, retifico: – prevenido coisa nenhuma! O afluxo de gente que comparecera exigia que eu tivesse chegado bem mais cedo. As arquibancadas já se encontravam lotadas, com gente pendurada até no lustre – não cabia nem mais um alfinete. Mas, por força do destino, tive a felicidade de vislumbrar um assento livre e empoeirado nas sociais do estádio. Aproximei-me, pedi licença para o torcedor do lado e acomodei-me ciosa e confortavelmente.

Foi então que reparei que esse torcedor vizinho, um senhor grisalho, com paletó surrado e puído, de calças presas ao suspensório, trazia na lapela um pequeno símbolo já meio descolorido do Fluminense e fumava como uma chaminé de subúrbio carioca. O jogo se iniciava e, desconfiado de que eu fosse torcedor da equipe visitante, perguntou-me logo, de súbito: “– O rapaz torce para o tricolor?” Ainda espantado com a fulminante investida do confrade, decidi abrir logo o jogo: “Não, eu não sou tricolor. Na verdade, eu não sou nem carioca!” – disse-lhe com efusiva convicção. – “Sou estudante de pós-graduação da PUC de São Paulo e estou realizando uma pesquisa sobre as crônicas de futebol de um escritor meio maldito, meio abençoado, que viveu quase todo o tempo no Rio. E, como estou aqui de passagem, decidi prestigiar um jogo do Fluminense, que era o time para o qual ele torcia.”.

– “Ah, entendo, entendo...” – pigarreou o meu interlocutor. – “Conheço bem esses estudantes da PUC... Tive uma amiga, que era aluna de Psicologia

da PUC, mas que duvidava da minha honestidade cívica.” Alertei-o para o fato de que eu não era aluno de psicologia, mas sim aluno de semiótica. – “Semi o quê!?” – disparou o desconhecido. Minha sorte é que, quando ia começar a explicar do que se tratava aquele palavrão, eis que surge um gol do Fluminense. Intuí que era uma ação do Sobrenatural de Almeida, salvando-me como se soasse o gongo e eu fosse um pugilista prestes a tombar nocauteado. Vibrei como uma víbora agonizante aquele efêmero triunfo e reparei então na felicidade de meu interlocutor: entre duas ou três baforadas de cigarro, ele balbuciava: – “Esse gol deveria, a partir de agora, estar sendo exibido em cadeia nacional de rádio e TV. E espero que amanhã, na abertura da Voz do Brasil, em vez de “19 horas em Brasília”, o locutor da Radiobrás anuncie alto e lícido: – ‘Goooooooooooooollllllllllllll do Fluminense! ’”.

Já refeito da emoção do gol, ele volta serenamente à conversa: – “Eu também escrevo algumas coisinhas, aqui e ali, para alguns jornais. De vez em quando ainda me arrisco a falar sobre futebol, que é uma de minhas paixões. Mas ninguém dá muita importância. Futebol é algo muito popular, ninguém gosta de estudar isso, até porque o brasileiro é um narciso às avessas, que cospe na própria imagem.” Após uma pequena e infundável pausa, o sinistro companheiro arremata: – “Mas como você está falando sobre futebol na faculdade?”.

Rapidamente, aleguei que era justamente isso o que sempre me instigara em busca desse tema, ou seja, a pequena existência de estudos acadêmicos, na área de comunicação, a respeito do futebol. Resumi a ele então a leitura que eu tentava induzir em meu trabalho. Argumentei que a comunicação de massa de nossos dias, mesmo quando desenvolvida no plano da referência denotativa e linear, pode sempre recorrer aos movimentos lúdicos do código para prevalecer a mensagem. E prossegui afirmando que o objetivo de minha pesquisa era, desse modo, discutir como as crônicas desse autor escolhido percorriam exatamente tal caminho, a partir de um espólio muito pouco estudado de sua obra que eram suas crônicas esportivas (não obstante ser um “gênero” cultivado diariamente por ele durante tantos anos).

– “O lúdico, nas crônicas que eu analisei” – e cada vez mais eu assumia a força de uma avalanche que se avoluma nas encostas do Himalaia –, “o lúdico dessas crônicas, como eu dizia, acompanha a própria característica sobre a qual o futebol se assentou no Brasil, fazendo prevalecer os elementos ligados à ginga, à malandragem, à quebra das linearidades. É como se a realidade brasileira estivesse refletida na própria obra desse escritor! E tudo isso podia ser vislumbrado a todo instante nos inúmeros textos que ele publicou, independentemente da época ou do jornal para o qual ele escrevia”. Foi quando ele me lembrou que

essa análise poderia ser infrutífera em função do tema: – “A intelectualidade brasileira é incapaz até de bater um córner, ou um mísero e reles arremesso lateral. Entram num estádio e logo perguntam ‘quem é, onde está essa tal de bola?’ – numa alienação digna de babar na gravata”.

Achei que ele já estava exagerando e tentei relativizar esse juízo, dizendo que as coisas haviam mudado, que muitas pesquisas eram feitas hoje em dia sobre futebol, etc. Ele ainda mostrava-se reticente, mas aí olhou rapidamente para trás e concluiu: “– Deve ser. Deve ser... Pois bem, até aquela grã-fina sentada ali em cima – e ele aponta para uma das tribunas do estádio, – até ela já sabe qual a cor da bola. Semana passada, avistei minha vizinha, que é uma gorda patusca, cheia de varizes, tremulando uma flâmula do Flamengo como se fosse um barnabé nas gerais do Mario Filho... – e olha que ela só comemorava uma simples vitória por 1 a 0 diante de um torneio amistoso. Não me admira mais que os acadêmicos gostem e entendam de futebol.”

Continuei explicando minhas análises: aludi que, por meio do uso da metáfora, formavam-se “gangorras de imagens” em seus textos. A metáfora, esse elemento linguístico de maior potência compulsora dos sentidos, de força extasiadora da sensibilidade, tem um caráter fulminante e arrebatador, provocando invariavelmente o choque dos sentidos. “– Mas o grande problema são os idiotas da objetividade!” – interfere ele rapidamente. Eu, por exemplo, estou sempre a ratificar a condição imprecisa e subjetiva do jogo nos meus textos. Não acredito de forma alguma em futebol sem sorte. E digo mais: sem sorte, sem um mínimo de sorte, o sujeito não consegue nem chupar um Chica-bon, o sujeito acaba engolindo o pauzinho do Chica-bon.”

Então ponderei: – “Mas o senhor não acha que, por assumir um espaço tão importante no jornal, o colunista não deveria representar uma figura mais crítica, a partir de um trabalho de análise racional?” E, achando que empurrava aquele fúnebre e sinistro torcedor ainda mais contra seu assento, voltei ao ataque: – “Se o enfoque do jornalista prevalece sobre a condição humana dos jogadores, o que contaria é observar a subjetividade do jogo, certo? Não é perigoso isso?” Foi então que o meu companheiro ameaçou subir nas paredes, como uma lagartixa profissional: “– Ora, meu caro aluno de semiótica da PUC, – e de seus lábios já pendia uma grossa baba elástica e bovina – “Ora, meu jovem, meus olhos procuram repousar sobre os aspectos lúdicos do futebol. Se o jogo fosse só a bola, está certo. Mas há o ser humano por trás da bola, e digo mais: – a bola é um reles, um ínfimo, um ridículo detalhe. O que procuramos no futebol é o drama, é a tragédia, é o horror, é a compaixão.”

Comecei a resmungar, talvez em voz alta, e até já havia me esquecido de olhar o resultado da partida, que parecia estar terminando. Lembrei que era exatamente com esse repertório excessivamente metafórico que o autor pesquisado dava conta dos diversos componentes da estética barroca. A desconstrução de linearidades que ele operava ocorria tanto no nível do significante como no do significado. Com efeito, apesar de haver uma contundência no uso da função poética do signo, eu pensava ver em suas crônicas esportivas uma forte dose de emotividade e de paixão com relação ao futebol. Acho que ele nem me ouvia mais, quando, súbito, dou um berro, em alto e mau tom: “– Trata-se, no fundo, da emoção desenfreada! Isso é o império dos sentidos, é o prazer lúdico de quem, como anjo pornográfico, efetivamente procura ver o mundo pelo buraco da fechadura...”

O desconhecido ao meu lado ignorou minha reação e levantou-se, não sei se contente ou descontente com o resultado do jogo, e bradou: “– Mas a paisagem é tudo, o resto é teoria!”... Diante dessa afirmação, e tendo já o jogo efetivamente se encerrado, senti que era hora de levantar-me também e ir embora. Tentei ainda cumprimentar o meu interlocutor e despedir-me com um largo e tímido sorriso. Mas ele, acendendo mais um cigarro com seu derradeiro e precioso palito de fósforo, já se encontrava distante. O que não o impediu de ainda virar-se em minha direção e dizer qualquer coisa do tipo: “– Boa sorte, meu jovem. Até a próxima!”

Terminada aquela conversa, lembrei-me que ainda precisava escrever a conclusão de minha pesquisa. Mas, naquele momento, eu só pensava na frase única e derradeira, que me atormentava o juízo: “*A paisagem é tudo, o resto é teoria!*...” Eu continuava sendo levado pela multidão, que se espremia entre os acessos de saída do estádio, e tive que aceitar, com olhar rútilo e lábio trêmulo, a verdade última e exasperada: a crônica desse meu companheiro de arquibancada não pertencia ao jornalismo esportivo, e sim à mais alvar de nossas letras literárias.

Amém!

## 37.

# Carpeaux: o jornalista como mediador cultural

José Eugenio de O. Menezes<sup>1</sup>  
FACASPER – Faculdade Cásper Líbero

VENTURA, Mauro de Souza. **De Karpfen a Carpeaux**. Formação política e interpretação literária na obra do crítico austríaco-brasileiro. [2002]. 1.ed. Rio de Janeiro: Topbooks, 2002. 257.p.

- 
1. Graduado em Comunicação, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Metodista de Piracicaba (1990), mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1995) e doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2004). Bacharel e licenciando em Filosofia pelo Unisal – Centro Universitário Salesiano (1985). Atualmente é professor da graduação e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Em 2007 publicou o livro *Rádio e Cidade. Vínculos Sonoros*; Coorganizador do livro *Comunicação e Cultura do Ouvir*, publicado em 2012. Integra o Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir da Faculdade Cásper Líbero e o CISC – Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, grupo de pesquisa fundado em 1992, na PUC/SP. Dedicar-se ao estudo de temas relacionados a comunicação, teoria da comunicação, cultura do ouvir, ecologia da comunicação, rádio, áudio, escalada da abstração, narrativa, jornalismo e cultura de rede. E-mail: jeomenezes@casperlibero.edu.br

O livro de Mauro Souza Ventura, um estudo crítico-biográfico redigido a partir de tese de doutorado defendida no Departamento de Teoria Literária e Literatura Comparada da Universidade de São Paulo em outubro de 2000, insere-se no contexto dos estudos literários que fertilizam e arejam o campo de estudo do jornalismo no contexto das Ciências da Comunicação.

A erudição do autor e o amplo tempo dedicado ao estudo da obra do crítico austríaco-brasileiro Otto Maria Carpeaux (1900-1978) permitem aos leitores o acesso ao contexto no qual Carpeaux construiu sua história pessoal, o encontro com a linguagem ou estilo do autor e os valores por ele vividos. Assim, a obra de Ventura é um coerente exemplo das três camadas da criação literária cultivadas pelo próprio Carpeaux: o ambiente social, o estilo e os valores.

## O contexto da formação de Carpeaux

Os nomes e pseudônimos adotados por Otto Karpfen ou a ele atribuídos expressam as dinâmicas bélicas do século XX. Afinal, cada um dos nomes indica alguma dimensão da vida de um filho da burguesia judaica de Viena que nasceu em 1900, converteu-se ao catolicismo nos anos 30 e faleceu na cidade do Rio de Janeiro em 3 de fevereiro de 1978, no país para o qual foi obrigado a se transferir, em 1942, pouco depois da chegada das tropas de Hitler a Viena em março de 1938. Assim como o nome Maria foi adicionado no contexto de sua conversão ao catolicismo, a religião da antiga dinastia dos Habsburgos, ainda nos anos 30, em Viena, o sobrenome Carpeaux indica a incorporação de um termo francês bem aceito no Brasil dos anos 60. Assim temos: Otto Karpfen, Otto Maria Karpfen, Otto Maria Fidelis, Leopold Wiessinger, Otto Karpsen e, finalmente, Otto Maria Carpeaux.

Formado em química e física em Viena, tornou-se um homem de letras não especializado e crítico com formação em Ciências Humanas. O fato de ter se dedicado ao latim por onze anos e a alguns períodos de estudos de filosofia e sociologia em Paris, de literatura comparada em Nápoles e de sociologia e política em Berlim, marcaram seu repertório multicultural. Residindo no Brasil entre 1942-1978, foi “jornalista por profissão e crítico literário por vocação”, conforme Ventura, e tem seu nome inscrito no contexto da crítica jornalística exercida, entre outros, por Tristão de Athayde, Sérgio Buarque de Holanda, Sérgio Milliet e Álvaro Lins.

## Os oito capítulos da obra

Os capítulos do livro *De Karpfen a Carpeaux* mostram, segundo Ventura, que a “fuga desesperada de Viena dá início à gestação daquele que viria a ser, a partir de 1942, um dos mais importantes críticos literários do país e a melhor herança que o Império Habsburgo involuntariamente legou ao Brasil” (p. 226).

Os títulos dos oito capítulos do livro mostram a forma como o autor conduz o leitor: 1. A Viena de Karpfen, 2. Filho da casa da Áustria, 3. O crítico das formas simbólicas, 4. Literatura e experiência, 5. Sentimento do trágico, 6. Consciência da religião, 7. Um Carpeaux desconhecido e 8. A missão europeia da Áustria, este último composto de trechos de Carpeaux selecionados e traduzidos por Mauro Souza Ventura.

Em *A Viena de Karpfen* o autor mostra o ambiente do início do século XX quando a Áustria vivia uma grande crise. A dinastia católica dos Habsburgos, que chegou a abrigar em um único império até quinze comunidades étnicas e linguísticas, a partir de 1860 passou a atuar no contexto de uma monarquia constitucional e parlamentar. Depois deste período, após o final da Primeira Guerra, a Áustria deixou de ser o segundo país da Europa em território e o terceiro em população para ser um país pequeno e empobrecido. Segundo o autor, “após o tratado de paz com os aliados vitoriosos, a Áustria passou a ter apenas 40% do antigo território, e sua população foi reduzida de 30 milhões para apenas 6,5 milhões” (p. 29). Assim, nas décadas de 20 e 30, a capital austríaca permaneceu dividida em quatro segmentos: “a cor vermelha do austro-marxismo, a preta do partido clerical, o azul dos pangermanistas e o marrom dos nazistas” (p.32). Os textos de Karpfen desta época mostram problemas que explicam o anonimato de um jovem de ancestralidade judaica por razões de segurança e, em seguida, justificam a conversão ao catolicismo conservador – com raízes na postura católica dos Habsburgos – já quando esteve engajado na luta pela independência da Áustria. Ventura entende que Carpeaux atuava orientado para preservação da herança da casa da Áustria.

No segundo capítulo, *Filho da Casa da Áustria*, o autor investiga as relações entre a formação político-religiosa de Carpeaux na Viena das primeiras décadas do século XX e a tradição conservadora dos Habsburgos marcada por uma matriz filosófica que articula duas épocas distantes no tempo: o barroco austríaco e católico. A influência barroca dos espanhóis, a partir dos padres jesuítas, e dos vizinhos italianos, em uma nação inspirada no humanismo cristão e na saudade do sacro império, marcam as concepções de Carpeaux quando distingue, em seus escritos, a sociedade política ou estado da comunidade nacional

ou nação. Redigido com um cuidadoso rigor histórico e literário, este capítulo ajuda a perceber a formação do crítico austríaco-brasileiro e pode ser utilizado como exemplo de método para se compreender o universo da produção literária e jornalística de um autor.

Em *O Crítico das Formas Simbólicas*, terceiro capítulo, Ventura mostra como o crítico filia-se à “tradição crítica do romantismo alemão, que compreendia o simbólico como uma forma de expressão oposta ao alegórico” (p. 95). Analisa o método de trabalho do crítico literário e mostra como Carpeaux revela “não apenas sua compreensão das relações entre literatura e realidade como também associa as qualidades do romance a um sistema de valores, expresso na construção dos personagens” (p.99).

Em *Literatura e experiência*, o quarto capítulo, Ventura indica que um dos elementos centrais do método interpretativo de Carpeaux está na importância atribuída pelo crítico ao ato de narrar e à sua ligação intrínseca com a experiência.

No quinto capítulo, *Sentimento do Trágico*, o autor mostra outra característica do método crítico de Carpeaux: “a presença de um ceticismo transcendente de raiz poético-religiosa, cuja síntese, ainda que um pouco vaga, pode ser expressa na rubrica filosófica do sentimento trágico do mundo” (p.165). Exemplos de tantas obras e autores analisados por Carpeaux em jornais e revistas brasileiros, permitem que o leitor praticamente compreenda as perspectivas e valores cultivados pelo crítico.

Em *Consciência da Religião*, o sexto capítulo, o autor mostra as relações entre experiência religiosa e expressão poética que compõem a terceira linha de força do método crítico de Otto Maria Carpeaux. Destaca especialmente o livro *Wege nach Rom* (Caminhos para Roma), de 1934, no qual o crítico apresenta alguns dos fundamentos religiosos, morais e estéticos da primeira fase de sua obra. Mostra ainda o respeito de Carpeaux aos “preceitos doutrinários da Igreja de Roma e a mentalidade barroca da casa da Áustria” (p. 221).

No sétimo capítulo, *Um Carpeaux Desconhecido*, Ventura explica os motivos que levaram o crítico a se recusar a falar de sua vida no período europeu, especialmente quando era questionado a respeito de livros publicados antes de migrar para o Brasil. “A resposta era uma só: estavam superados” (p. 223). Neste capítulo o autor relata a descoberta, por parte da pesquisadora Maria do Carmo Malheiros, durante o período da pesquisa que fundamenta a tese de doutoramento ora transformada em livro, de duas obras de Carpeaux nas bibliotecas de Viena e Berlin: *Wege nach Rom* (Caminhos para Roma) e *Österreichs europäische Sendung* (A missão europeia da Áustria), publicados em 1934 e 1935. O crítico formula, na segunda obra, um diagnóstico político da Áustria no período entre

a Primeira e a Segunda Guerra. Assim, a “Áustria tinha quatro caminhos para conduzir sua política externa: para o *Reich* alemão, para o mundo eslavo, para a Itália de Mussolini ou permanecer centrada em si mesma. O autor invoca justificativas históricas para as opções de política externa de seu país e deixa evidente sua preferência pela última opção” (p.224).

## Comunicação e Crítica Literária

Dez anos depois de publicar *De Karpfen a Carpeaux*, no XVI CELACOM, Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, realizado em 2012, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP, no campus de Bauru, Mauro Souza Ventura apresentou os resultados de novas pesquisas a respeito do crítico. O texto, publicado em 2013 com o título *Comunicação e crítica literária na obra de Otto Maria Carpeaux*, indica que ainda não foi concluído o levantamento do número de ensaios e artigos publicados, muitos deles semanalmente, em periódicos brasileiros. Citando Álvaro Lins (1943), Ventura lembra que Carpeaux teria publicado seu primeiro artigo no jornal *Correio da Manhã*, do Rio de Janeiro, em 20 de abril de 1941. Um mapeamento, ainda que provisório, mostra que publicou 442 artigos, sendo 67 no jornal *O Estado de São Paulo*, entre 1961 e 1970, e 42 na revista *Manchete*, entre 1971 e 1977 (VENTURA, 2013).

Merece destaque, ainda no artigo de Ventura, o fato que o crítico Alfredo Bosi refere-se à Carpeaux como uma de suas leituras fundamentais da juventude: “Quando, por volta de 1950, comecei a me interessar por literatura, descobri, encantado, nas páginas do *Diário de São Paulo*, um mundo absolutamente novo para um ginásiano de treze anos. Era o mundo dos homens e dos livros trabalhados pela leitura de Otto Maria Carpeaux em artigos cheios de verve, poesia e paixão” (BOSI, 1992, p. 9).

Ventura considera que Carpeaux foi um ativo intelectual, desempenhando importante papel de mediador cultural, “contribuindo assim para o processo de formação do leitor culto brasileiro”. A partir da trajetória do crítico no contexto da cultura literária brasileira e do conceito de mediação, como a sociologia da cultura compreende o termo, Ventura considera Carpeaux como um intermediário cultural, um agente de mediação entre o autor e seu público, um jornalista que atuou no contexto da “relação intrínseca existente entre comunicação e crítica literária” (VENTURA, 2013).

Carpeaux também trabalhou como bibliotecário nas décadas de 1940-50 e participou, segundo Ventura, nos projetos das enciclopédias Barsa, Delta Larrousse e Mirador. Além das obras constituídas por coletâneas de ensaios, no Brasil também publicou: *Pequena Bibliografia Crítica da Literatura Brasileira*, em 1949, *Uma Nova História da Música*, em 1948, e os oito volumes da *História da Literatura Ocidental*, entre 1959 e 1966.

## Perfil dinamizador do autor

A trajetória de Ventura, gaúcho da cidade de Rio Grande, onde nasceu em 1962, é marcada pela formação como jornalista e mediador cultural. Depois de cursar jornalismo na PUC-RS - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, atuou como jornalista do universo cultural em publicações como *Veja*, *IstoÉ* e *Visão*. Kursou o mestrado em jornalismo e editoração na ECA-USP - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, e o doutorado na FFLCH-USP - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Sua trajetória como professor e pesquisador inclui um período de atuação como docente no curso de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo, e o atual posto no curso de jornalismo e no Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática da UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, em Bauru.

No papel de docente, pesquisador e também coordenador do programa de pós-graduação da UNESP, desenvolve a postura profissional e científica que o leva a integrar, conforme os organizadores do *Ciclo de Conferência - 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo*, o conjunto de pesquisadores denominados "Dinamizadores das Ciências da Comunicação". Tal postura dinamizadora se manifesta no leque de disciplinas ministradas, tais como jornalismo especializado, jornalismo cultural, teorias da comunicação e jornalismo em ambientes digitais, bem como na articulação de eventos nacionais e internacionais e na publicação de coletâneas. Entre os livros destacam-se *Pensar e Comunicar a América Latina* e *Pensamento Comunicacional Latino-Americano através da literatura: Jorge Fernández ícone midiático*, em parceria com José Marques de Melo e Maria Cristina Gobbi, em 2013, frutos do acima citado XVI CELACOM, Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação. A perspectiva

dinamizadora de Ventura também se revela na interlocução com pesquisadores de outras instituições realizada nos períodos de pós-doutorado na Unicamp – Universidade Estadual de Campinas, em 2005–2006, e no *Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* da Universidade de Viena, em 2011.

Ao leitor caberá acompanhar o estudo crítico-biográfico de Otto Maria Carpeaux realizado pelo autor e ainda, para melhor compreensão das relações entre jornalismo e crítica literária no contexto da cultura brasileira, esperar por novas descobertas que sem dúvida virão à luz através da persistência e rigor intelectual do pesquisador. O leitor ainda poderá constatar que, por estudar criteriosamente a trajetória e a obra de Carpeaux, o próprio Ventura também é um intermediador cultural e um dinamizador das Ciências da Comunicação no Brasil.

## Referências

BOSI, Alfredo. Carpeaux e a dignidade das letras. Leia Livros. São Paulo, 19/09/1979. In: BOSI, Alfredo. **Sobre letras de artes**. São Paulo: Nova Alexandria, 1992.

LINS, Álvaro. Um novo companheiro. In: **Jornal de crítica – Segunda série**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1946.

VENTURA, Mauro Souza. Comunicação e crítica literária na obra de Otto Maria Carpeaux. In: MELO, José Marques de; VENTURA, Mauro de Souza; GOBBI, Maria Cristina. (Orgs.). **Pensamento Comunicacional Latino-Americano através da Literatura**: Jorge Fernández ícone midiático. São Paulo: Intercom, Unesco, Umesp, 2013. p. 421– 439.



## 38.

# Personagens e trajetórias que marcaram a história de São Paulo

Tyciane Cronemberger Viana Vaz<sup>1</sup>

LONGHI, C. R.; ADAMI, A.; AQUINO, M. A. **Mãos que fizeram São Paulo:** a história da cidade em recortes biográficos. 1. ed. São Paulo: Celebris, 2003.

A obra “Mãos que fizeram São Paulo: a história da cidade em recortes biográficos” foi lançada em 2003, no período da passagem dos 450 anos de São Paulo. A construção da cidade é relatada a partir de personagens que contribuíram e tiveram relevância no processo histórico. Dividida em oito

---

1. Possui graduação em Comunicação Social/ Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (2005), mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2009) e doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2013). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, imprensa, ombudsman, crítica e jornalismo brasileiro. E-mail: tycianevez@gmail.com

capítulos, a obra remonta vertentes a partir de traços da arquitetura, imprensa, economia, movimento operário e cultural, e ainda outras questões que envolvem o desenvolvimento da maior cidade do país.

O livro, de autoria da pesquisadora Carla Reis Longhi, revela as duas áreas que estão inseridas a própria autora: a história e a comunicação. Longhi é graduada em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), com mestrado e doutorado em História Social pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente é docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista e do Departamento de História da PUC/SP. Também é autora da obra “Autoritarismo Político e Mídia Impressa: linhas que compõem a tessitura da cidadania no Brasil”, de 2007.

A obra traz dois convidados, que colaboram como coautores. Antônio Adami, doutor em Semiótica e Linguística pela USP e pós-doutor em Comunicação pela PUC/SP, e responsável pela elaboração e execução do acervo de Rádio, Televisão e Imprensa do Museu da História do Estado de São Paulo, e Maria Aparecida Aquino, com graduação, mestrado e doutorado em História pela USP.

## Em breve cronologia

A obra é narrada de tal maneira que os leitores conseguem visualizar uma linha cronológica com marcos históricos do desenvolvimento da cidade de São Paulo. Inicialmente a autora descreve que até os anos de 1870 a cidade era monótona, sem grande relevância industrial, comercial e cultural.

Com o crescimento da produção cafeeira na cidade, a cidade ganha um impulso, inclusive de melhorias de infraestrutura. A partir daí, surgem os primeiros serviços de iluminação a gás, abastecimento de água e esgotos. As construções de estrada de ferro proporcionam desenvolvimento do centro comercial. Nesse período, surgem as primeiras fábricas no bairro do Brás, no ramo de bebidas, como água mineral.

O avanço da cidade, estimulado principalmente pela produção de café e a industrialização, incita a entrada dos novos empreendedores da cidade: os imigrantes. Especialmente a partir de 1900, a cidade ganhou um número de estrangeiros que chegavam ao país em busca de oportunidades de negócios.

No início do século XX, São Paulo atingiu 250 mil habitantes. Nesse período, a cidade cresceu em processo acelerado, ganhando iluminação pública

elétrica. Com fortes influências europeias, em 1940, havia 1,4 milhões de habitantes, quatro mil fábricas, 12 bibliotecas, 10 estações de rádio e 70 cinemas e teatros. Esses dados demonstram que a vida cultural da cidade ganhou um salto. Reconhecida atualmente como polo comercial, ganhou o seu primeiro shopping center, o Shopping Iguatemi, ainda na década de 1960.

## A elite paulistana e a construção de bairros e avenidas

A primeira personagem da obra é dona Veridiana Prado, forte figura feminina na cidade e representante da burguesia cafeeira. Dona Veridiana era filha de Antônio Prado, o Barão de Iguape, proprietário de terras, rico comerciante e coletor de impostos. Casou-se aos 13 anos com o senhor Martinho Prado, membro da sua família, e divorciou-se no ano de 1877, prática nada comum para o período.

Dona Veridiana buscava criar laços com a cultura europeia, mantendo um rico intercâmbio cultural por meio de contatos com escritores, inclusive estrangeiros. “Sem assumir discurso feminista que não era típico da época, esteve à frente de seu tempo ao assumir uma vida sozinha, sem marido, participando e incentivando as discussões intelectuais” (p.22-23).

A família de Dona Veridiana exercia influência na cidade de São Paulo. Seu filho Antônio Pardo foi o primeiro prefeito, exercendo este cargo por um período de 12 anos, entre 1899 e 1911. Com influências europeias, tentou dar um ar parisiense à cidade, com a construção de obras como o Teatro Municipal, Estação da Luz e o Museu do Ipiranga. Sobre a atuação de Antonio Prado como prefeito, a autora afirma: “Ele refletia o espírito de modernização e ares culturais que sua família sempre apresentou e, depois de ser reaver com a sua longa tradição monarquista, retomou a vida pública como prefeito escolhido”.

Ao mesmo tempo em que descreve a história da personagem, a autora apresenta ao leitor da obra a construção do bairro Higienópolis. Dona Veridiana inaugurou seu palacete em 1884, estimulando a ocupação do local por famílias da elite paulista e instituindo o padrão das residências.

Na época eram construídas no bairro casas no modelo de chácaras com pomar, jardins e bosques. Havia um cotidiano rural no meio urbano. Higienópolis era distante do centro, com clima de serra agradável.

No período em que o bairro começou a ser habitado, os moradores conseguiram a aprovação de uma legislação que definia o local como estritamente residencial, formado a partir de modelos europeus. As leis de zoneamento evitavam a ocupação desordenada, além disso, as imposições de recuos frontais e laterais impediam a ocupação da região por famílias sem condições financeiras.

Além de Dona Veridiana, outras figuras femininas se destacaram no bairro de Higienópolis, como Maria Antônia da Silva Ramos e Maria Angélica Souza Queiroz. Todas dão nomes a conhecidas ruas do bairro.

O segundo personagem do livro é o italiano Francesco Matarazzo, um exemplo de comerciante de sucesso na cidade. Por meio desse personagem, Longhi apresenta algumas frentes do desenvolvimento da cidade de São Paulo, como por exemplo: o comércio, a imigração e ocupação da Avenida Paulista.

Francesco Matarazzo entrou no mercado de produção de banhas e passou para outras áreas, como acondicionamento de latas e produção de farinha de trigo, sendo o responsável pelo primeiro moinho de farinha de São Paulo. Com a expansão dos negócios, diversificou os ramos de atuação no mercado paulista.

O empresário tinha o propósito de depender o menos possível de matéria-prima de terceiros, utilizando-se de um modelo conhecido como verticalização dos negócios. A partir dessa ideia, ele fabricava a sacaria para a farinha, sendo que o algodão utilizado era processado e o caroço aproveitado para a fabricação de sabão e glicerina. Também adquiriu uma serraria para produzir as caixas e uma oficina de litografia para a fabricação de rótulos das embalagens. Além disso, adquiriu uma frota de navios para o transporte de material.

Os negócios de Francesco Matarazzo proporcionaram a entrada de novos imigrantes no Brasil, incluindo seus irmãos Giuseppe, Luigi e Andrea, que cuidaram de diferentes ramos no comércio da cidade. Ele trazia muitos trabalhadores da Itália, pagando suas passagens.

A autora do livro aproveita a descrição desse personagem para destacar o desenvolvimento da Avenida Paulista, ocupada por moradias da elite paulistana. A avenida, até então chamada de Real Grandeza, foi planejada e ganhou um projeto de urbanização pelo uruguaio Joaquim Eugênio de Lima em 1890.

A família Matarazzo elegeu a Avenida Paulista para morar, assim como vários outros imigrantes bem-sucedidos da cidade como Henrique Schaumann, Alexandre Siciliano e Gabriela Dumont Vilares. A mansão dos Matarazzo possuía 12 mil metros quadrados, construída em região que era considerada totalmente residencial, com legislações específicas que garantia preservação e recuos.

Para destacar o poderio da Avenida Paulista, Carla Longhi utiliza a citação

de Zélia Gatai, moradora da Alameda Santos por vários anos: “A Alameda Santos, vizinha pobre da Paulista, herdava tudo aquilo que pudesse comprometer o conforto e o status dos habitantes da outra, da vizinha formosa. Os enterros, salvo raras exceções, jamais passavam pela Avenida Paulista” (p.30).

Fugindo da ordem cronológica seguida pela autora, destacamos agora aquele é o sexto personagem da obra: Prestes Maia. O engenheiro, com formação pela Universidade de São Paulo, foi indicado por Getúlio Vargas para ser prefeito de São Paulo em 1938. Foi casado com a cantora e atriz portuguesa Maria de Lourdes Costa Cabral.

O seu “Plano de Avenidas para a cidade de São Paulo”, premiado pelo Instituto de Engenharia do Rio de Janeiro, dizia: “qualquer projeto de rua envolve, explícita ou implicitamente, uma concepção sobre a cidade, sua estrutura e seu desenvolvimento” (p. 91).

Prestes Maia pensou em uma cidade mais bonita e aprazível, com facilidade de circulação, aproximando várias regiões e ramificando sua estrutura comercial, com intuito de criar polos urbanos e comerciais nos bairros. O plano objetivava alargar as vias existentes, tornando-as grandes avenidas, construir ruas secundárias, que ligassem as avenidas e distribuíssem a circulação.

O prefeito transformou a cidade em um canteiro de obras. Ruas como Ipiranga e São Luís viraram avenidas. A Avenida São João foi prolongada e obras como túnel Nove de Julho, Viaduto do Chá e Estádio do Pacaembu foram concluídas. Prestes Maia recebeu críticas por pensar em viabilidades para o uso de carro na cidade e era considerado como um prefeito controlador das finanças, que cortou verbas do Departamento Cultural alegando que era alta. Mário de Andrade, diretor do Departamento na época, pediu para sair do cargo.

## Cultura paulistana

Percebe-se que a autora faz algumas relações entre os personagens. Mário de Andrade, outro biografado, escolhido pela autora para personificar o contexto cultural e intelectual na obra, conviveu com o prefeito Prestes Maia e também com a família de Dona Veridiana Prado, devido ao interesse em comum na cultura e expressões artísticas.

Mário de Andrade contribuiu para a explosão cultural na cidade. Junto com Oswald de Andrade, foi uma figura marcante na Semana de Arte Moderna, em

1922, que tinha o propósito de reunir os expoentes do Modernismo no Brasil. Como a própria autora revela, Mário mantinha um interesse na construção da identidade do país e a inserção no contexto mundial.

No Departamento de Cultura, atuou entre os anos de 1935 e 1938, patrocinou uma profunda remodelação cultural de base na cidade, “incentivando a circulação das culturas regionais e ao mesmo tempo, patrocinando um processo de educação e disciplinarização da população” (p. 68). O departamento deu aval para construção de parques voltados à população carente, com funcionários realizando atividades de recreação e incentivo de noções de higiene.

## Operariado

Em “Mãos Que Fizeram São Paulo”, a autora descreve a história da elite paulistana e suas regiões rodeadas de palacetes, e a de bairros operários, em localidades várzeas, cortadas por trilhos dos trens, com a Lapa e o Brás.

O Brás, localizado a caminho da Corte (Rio de Janeiro), era um bairro com caráter rural até a segunda metade do século XIX. A inauguração da Estrada de Ferro do Norte em 1877 e a instalação de um ponto final da linha de bonde em frente à praça da estação proporcionaram o aumento da circulação de pessoas e o interesse de indústrias pela localização.

No bairro, o Governo do Estado inaugurou a Hospedaria do Imigrante em 1884, que abrigava trabalhadores que chegavam pelo porto de Santos. Havia outra hospedaria com essa finalidade no bairro do Bom Retiro. No Brás, as primeiras indústrias são dos anos 70, como fábrica a vapor de águas minerais, bebidas e massas alimentícias. Já no início do século XX recebe as Indústrias Matarazzo e a fábrica da Antártica.

Diferente da Avenida Paulista e do bairro Higienópolis, em regiões operárias não havia legislações para construção das casas. Muitas casas dividiam espaços com locais de trabalho. O bairro da Lapa, como descreve a autora, foi formado por estrangeiros de nacionalidades distintas, contava com muitas festas e reuniões comunitárias. Na data da passagem do 1º de maio, havia tradição de piqueniques organizados pelas fábricas e comunidades.

Em 1917, os movimentos operários organizados lutavam por direitos como jornada de trabalho de oito horas, semana de cinco dias e meio, fim ao trabalho

infantil, segurança do trabalho, pagamento pontual e aumento de salários.

Para ilustrar essa vertente operária em São Paulo, Longhi seleciona como personagem Cesare Turra. De família italiana, começou a trabalhar nas fábricas ainda criança, passando sua adolescência trabalhando 10 a 12 horas por dia sem direitos trabalhistas. Para escrever a história desse personagem, a autora utilizou como técnica de pesquisa a história oral, demonstrando na escrita riqueza de detalhes após ter tido contato com o próprio biografado.

Assim como a Lapa e Brás, o Bixiga foi um bairro que surgiu nos primórdios da cidade, formado inicialmente por chácaras e depois passa a receber muitos imigrantes, a maior parte italianos, que atuava como ferreiro, carpinteiro, pedreiro, jardineiro, ou outras áreas especializadas. O bairro reproduzia características da Itália, com vielas. Os terrenos íngremes possibilitavam a construção de casas de vários andares com porões, espécies de cortiços.

Representando esse bairro, a autora destaca a história da padaria Basilicata, cujo nome homenageia uma região do sul da Itália. A padaria foi fundada em 1914, na Rua 13 de Maio, e ainda existe até hoje. A padaria fez história, esteve em controle familiar, realizava entregas em domicílio e aceitava pagamento fiado.

Nesta parte da obra, a autora também descreve um pouco do processo industrial da cidade a partir dos anos 50, ressaltando o crescimento da indústria de base: a metalurgia, metal-mecânica e elétrica.

## A Imprensa

Uma das vertentes apresentadas na obra é a história da imprensa paulista, que é concebida por capítulos que tratam dos personagens Paulo Machado de Carvalho, fundador da *Rádio Record* (1931) e *Jovem Pan* (1944) e a família Mesquita, do jornal *Estado de S. Paulo*.

Escrito por Antônio Adami, o texto que trata sobre o personagem Paulo Machado de Carvalho revela diversas questões sobre a história do rádio em São Paulo, em especial da *Rádio Record*, conhecida como “Rádio da Revolução” nos anos 30 por abrir “seus microfones para os constitucionais de São Paulo na Revolução de 32; corajosos homens, que não faziam concessões e barganhas por interesses menores e valorizam bem mais os companheiros, as ideias e o espírito criativo” (p.74).

Para Adami, a *Rádio Record* inaugurou um modelo de rádio enquanto veículo de massa, com suas especificidades e características. O fundador pensava em tornar a rádio estadual e nacional ainda nos anos 30. O texto do autor agrega outros elementos como imagens de jornais contendo material sobre rádios paulistas e depoimento do biografado sobre sua relação com o empresário Assis Chateaubriand.

No último capítulo do livro, Maria Aparecida Aquino escreve sobre o tradicional jornal *O Estado de S. Paulo*, que surgiu em 1875 com o nome *A Província de S. Paulo*, recebendo o nome atual em 1890. Nessa parte do livro, os leitores têm contato com diversos acontecimentos da história desse jornal com quase 140 anos de existência.

A autora opta por destacar alguns fatos que marcaram a história de *O Estado de S. Paulo*, como durante a Revolução Constitucionalista de 1932, em que o jornal se manteve favorável ao movimento e na Ditadura Militar, quando o jornal sofreu censuras, publicando o poema *Os Lusíadas* de Camões no lugar das matérias proibidas de publicação.

Nos dois textos tanto sobre a *Rádio Record* como do *O Estadão* são importantes referências para leitores que têm interesse em conhecer sobre a história da imprensa em São Paulo. Em breves considerações, os autores conseguem apresentar um panorama histórico sobre a atuação desses relevantes veículos na cidade de São Paulo.

## Entre a história e a comunicação

“Mãos que fizeram São Paulo” é uma obra que permeia o universo das disciplinas da história e da comunicação. É um livro histórico no sentido de recuperar e registrar os fatos e atuações de personagens, também pertencente ao universo comunicacional com traços metodológicos, além de apresentar fatos marcantes da imprensa paulista.

Carla Longhi, Antônio Adami e Maria Aparecida Aquino trazem para a obra o resultado de uma pesquisa que revela São Paulo como uma cidade construída a partir de um mix de personagens reconhecidos e anônimos, brasileiros e imigrantes, que de alguma forma colaboraram para o seu desenvolvimento.

Outros personagens poderiam ter sido escolhidos ou acrescentados no material, entretanto, consideramos como uma boa escolha os recortes realizados na obra. É possível visualizar a história da cidade de São Paulo por meio das histórias de vidas, trajetórias, caminhos e perspectivas escritas na obra.

## 39.

# A Dinâmica das Tecnologias Digitais e seu Impacto na Produção, Consumo e Difusão da Cultura Midiática

Nanci Maziero Trevisan<sup>1</sup>

UAM – Universidade Anhembi Morumbi

BALOGH, Anna Maria. ADAMI, Antonio. DROGUETT, Juan. CARDOSO, Haydée D. de F. **Mídia, cultura, comunicação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2002. 286p.

- 
1. Doutora e mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo- UMESP. Especialista em Administração de Marketing pelo Instituto Municipal de Ensino Superior de São Caetano do Sul – IMES. Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda também pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. Autora de vários artigos na área de comunicação organizacional, é docente na Universidade Anhembi Morumbi na Escola de Negócios (curso de Marketing). 25 anos no mercado de trabalho e 13 anos no ensino superior. Atua hoje na Universidade Anhembi Morumbi como Professora e Coordenadora Adjunta para curso de Marketing e Pós-Graduação à distância (EAD). E-mail: nancimazierotrevisan@anhembimorumbi.edu.br

## Mídia, Cultura, Comunicação

*Mídia, cultura, comunicação* é obra fruto do Programa de Mestrado da Universidade Paulista cujo foco está na compreensão dos complexos processos de mediação das relações sócias. Organizada por Anna Maria Balogh, Juan Droguett, Antonio Adami e Haydée Dourado de Faria Cardoso, parte da premissa da interferência decisiva da mídia nas relações sociais contemporâneas abordando produção e reprodução de padrões midiáticos, grau de penetração em todos os níveis organizacionais e individuais, mudança da percepção da realidade espaço-temporal, especialmente com o advento das tecnologias digitais, as relações do indivíduo com este universo e a necessidade de adaptação cada vez mais rápida e constante.

Editado em 2002, início do século XXI e 07 anos após a introdução definitiva da internet no Brasil, o livro é de conteúdo eclético e heterogêneo, como seria de se esperar em uma obra que configura um dos resultados de um programa de mestrado, reunindo áreas de interesse tão diversas. Sua proposta é inaugurar um espaço de diálogo aberto sobre o fenômeno da comunicação, fenômeno este que é, por si só, de uma complexidade multi e transdisciplinar e que, por essência, só é cognoscível através de múltiplos recortes e considerações.

A obra é dividida em três partes que agrupam assuntos e perspectivas que apresentam correlação entre si, partindo de perspectivas e desafios da área, adentrando em reflexões sobre os produtos midiáticos e, por fim, abordando os aspectos relacionados a mídia e grupos sociais;

Intitulada “mídia, cultura, comunicação: desafios de contemporaneidade”, a primeira parte tem como palavras-chave perspectivas e desafios, onde o conteúdo abrange “diversos enfoques da mídia, da origem e da evolução dos veículos” (p.9) através de artigos sobre estética da comunicação, cultura dos meios, educação e ensino, cultura e imagens contemporâneas. Nesta parte temos a contribuição internacional de Michel Maffesoli, Alfonso López Quintás e Caroline Eades.

A segunda parte chamada de “reflexões sobre produtos midiáticos: rádio, cinema e televisão” tem como palavras-chave linguagens e discursos e traz a análise de produtos midiáticos-culturais sob perspectivas diversas ligadas às técnicas audiovisuais, abordando a intertextualidade, cultura, história dos meios, produção de conteúdo, imagem e radiofonia;

Por fim, a terceira parte chamada de “mídias e grupos sociais” tem como palavras-chave suportes de linguagem midiática e imaginário social, explorando outras formas de produção midiática pré e pós o advento das tecnologias da

informação e da comunicação, num passeio entre impressões fotogramáticas, mídia impressa, formas de reprodução e sistema da política mediática.

Com foco em pesquisadores e estudantes, a obra nos dá um panorama abrangente do que se propõe, não é conclusiva, mas antes de tudo, traz diversas provocações que podem e devem suscitar novos estudos. Por tratar-se de uma obra de 2002 e em virtude da rápida evolução das tecnologias digitais, algumas abordagens podem parecer pueris, mas são retrato de um momento, fica a sugestão para que outros pesquisados aprofundem estes assuntos e reflitam sobre as transformações ocorridas e seu impacto nesta segunda década do século XXI.

## **Parte I – Mídia, cultura, comunicação: desafios de contemporaneidade**

Em *Esthétique Communautaire*, Michel Maffesoli, nos fala que a estética comunitária, por repetir-se em padrões inerentes a uma dada sociedade (comunidade) revela-se importante pelo aspecto estruturante advindo do costume estável onde o espírito de redundância do mito, que ora parece um *deja vú* inquietante é onde, na verdade, através da criações cotidianas e suas repetições que o homem encontra seu sentido, sua segurança em virtude da familiaridade com os fenômenos diários onde o aperfeiçoamento individual e coletivo é fruto de um progresso constante, sem fim.

Juan Droguett nos propõe um novo modo ser humano em “Vertigem pendular e mídia: cultura dos meios de comunicação”, abordando a contribuição dos meios de comunicação na dissolução de um ponto de vista central, onde estes colaboram para a afluência de realidades diversas, relatadas através de pontos de vista diferentes, uma multiplicidade de visões advindas de plataformas diferentes de comunicação, incluindo mídias sociais. Desse modo, deixar de haver uma única concepção de mundo, uma verdade monopolizada pela mídia, a visão central deixa de ser instrumento de dominação ideológica.

Os meios de comunicação, por sua lógica de mercado, têm efeito libertador, sendo liberdade compreendida como uma emancipação, um fazer-se presente. O autor ressalta: “viver esta multiplicidade significa fazer a experiência da liberdade” (p.28), ressaltamos a atualidade desta discussão na medida em que a world wide web, através dos fenômenos recentes e as redes sociais capitalizam e exponenciam esta emancipação;

A preocupação com o ensino e a educação dos jovens mergulhados nas tecnologias atuais é sentida na exposição de Alfonso López Quintás em “Cómo formar hoy a la juventude em creatividad y valores”. O texto nos fala da perspectiva da educação dos sentidos em consonância à liberdade de escolha, destacando a profusão de estímulos midiáticos como um fenômeno que bloqueia a vida pessoal e conduz à desilusão. Destaca a necessidade de construção das bases de conhecimento distanciando-se da perspectiva egoísta da visão de mundo para a perspectiva do encontro com o outro como forma de desenvolvimento das virtudes humanas individuais.

Quintás questiona como formar em tempos atuais seres criativos e com valores, criticando o aspecto do ensino como transmissão de conteúdos em detrimento ao estímulo ao questionamento e pensamento crítico, o ensino com foco no mercado de trabalho destacando que a criatividade humana não está restrita ao exercício da profissão, mas antes, o ensino e o desenvolvimento da criatividade propiciam uma experiência de valor corroborando a visão de Paulo Freire, a educação da liberdade em prol de uma educação libertadora, onde o ensino ajuda a modelar a mentalidade e estimular o discernimento, ressaltando: “o homem é um ser de encontro” (p. 36)

“Cultura midiática” por Lúcia Santaella é um texto que explora a inter-relação dos territórios econômico, político e cultural das formações sociais, o texto, humanista e antropológico, destaca a relação entre as culturas erudita e popular, bem como sua forma de produção e disseminação pela indústria midiática. Santaella provoca:

Será que a cibercultura, com a convergência das mídias que ela promove, irá absorver para dentro de si toda a cultura midiática, ou será que a cultura midiática continuará a existir paralelamente a ela, ambas convivendo através de novos conflitos e alianças que, por enquanto, ainda não estamos conseguindo discernir? (p.55)

O texto aborda as fronteiras cada vez mais tênues, senão inexistentes, entre o erudito e o popular, já nas manifestações de sua própria produção ou apropriação de um pelo outro. A cultura das mídias e sua capacidade de interferir no produto cultural e, ainda hoje, a cultura de massas altamente impactada pela informatização, como se nota no consumo midiático baseado em múltiplas plataformas interconectadas, inter-relacionadas e de interferência mútua e convergentes. O texto aborda ainda a aceleração e complexificação destes questionamentos da arte-não arte, cultura-não cultura, erudito-popular com o advento do digital, que acelera a

amplia a própria dialética da cultura humana no sentido de “sua interação incessante entre tradição e mudança, persistência e transformação”.

Caroline Eads tem a missão de fechar a primeira parte com o texto “L’ombre du 11 septembre sur les images contemporaines”, com foco na visão do atentado de 11 de setembro sob a lente das imagens contemporâneas, ou, como o cinema e a televisão contribuem para construir a imagem do real.

A evolução da indústria cinematográfica e suas peculiaridades com destaque para a miscelânea entre a produção de ficção e as realistas, suscitando uma discussão entre as “conotações e mitos representados pelo esquema tradicional não somente de oposição entre o bem e o mal, mas também de um contexto político, cultural e econômico” (p.60). Discutindo os gêneros e conteúdos dos filmes de ficção e da representação do real com foco no desenvolvimento das imagens virtuais e dramatização do cotidiano, o texto fala do “mito do terror inicial”, destacando a nova geração de realizadores que valoriza a sinceridade do momento e não somente o espetáculo pelo espetáculo, na contramão dos mecanismos dominantes na grande parte do cinema comercial atual;

## **Parte II: Reflexões sobre produtos midiáticos: rádio, cinema e televisão**

“Cultura e intertextualidade: media e transmutações” é o texto de abertura da segunda parte da obra, escrito por Anna Maria Balogh, trata da intertextualidade e a possibilidade de edição transformadora do produto final no ato do consumo ou da difusão, ressaltando a flexibilidade da cultura brasileira, naturalmente aberta à permeação do outro, e destaca a voracidade da televisão em busca constante pela apropriação, reprodução, releitura e exposição de uma intertextualidade que ora se vê exacerbada pelo advento das tecnologias digitais.

A própria televisão digital e as mudanças nos hábitos dos consumidores de mídia vêm trazendo o fenômeno do esvaziamento da audiência nas emissoras tradicionais e migração para um consumo multiplataformas onde “tudo se torna brutalmente simultâneo em termos de tempo, uma enorme colagem, ou bricolagem em termos de textos ou fragmentos de textos” (p.81), ressaltando também o fenômeno da recepção pelo ponto de vista do consumo, da “competência de espectadores” inicialmente educados no

consumo de enlatados norte-americanos, que assistiram ao brasileiro dos conteúdos e hoje, ressaltamos, defrontamo-nos com a lei do audiovisual que põe foco na ampliação de conteúdo genuinamente nacional.

Com “Central do Brasil: o simulacro de uma nacionalidade”, Valdevez Helena Gil Junqueira, tem como ponto de partida a análise do filme de Walter Salles, dispondo-se a uma discussão sobre a conexão entre cultura e mídia de massa na construção do que a autora chama de “simulacro de uma nacionalidade”. O cerne da discussão é a falta de uma identidade nacional ou, a construção de uma pseudoidentidade pelas referências culturais propostas pelas mídias e pela própria produção (filme) onde esta reconstrução se perde em estereótipos e clichês afastando-se desta identidade. Junqueira questiona que, se a construção do elemento admite pontos de vista e a construção de uma ideologia central (visual-narrativo-ideológica) as tecnologias digitais traçam um contraponto na diversidade de pontos de vista que pode apresentar.

A Cia Cinematográfica Vera Cruz e sua forma de produção são os assuntos tratados no texto “O pesadelo da fábrica de sonhos” de Adilson Ruiz. Interessante sob o ponto de vista do contexto histórico, o texto nos proporciona uma perspectiva entre este modo de produção instaurado pela Vera Cruz em meados do século XX e a realidade da produção nacional de hoje, com foco na sociedade massiva, ressaltando a contemporaneidade deste modelo ou seu vanguardismo, se considerarmos a época. O autor destaca o advento das tecnologias como instrumento de difusão que hoje impacta o cinema e a produção cinematográfica, além do desafio correlato com a época da Vera Cruz, relacionado à distribuição desta produção, não só em território nacional como internacional;

Bernadette Lyra, precursora dos estudos de cinema de borda, em “No coração em fogo das trevas: fusão e figural em *Apocalypse Now* de Coppola”, trata a questão do produto cultural numa leitura que perpassa os elementos de figuração como jogo, destaca os percalços da produção e a vivência dos atores e equipes envolvidos nas locações, aprofundando sua leitura no uso de recursos de enquadramento e no que considera como “chave figural de análise” para o filme: o uso da fusão como recurso cinematográfico como dupla inscrição de figura e jogo.

No texto seguinte “Contribuições para a arqueologia da imagem digital: forma abstrata e cenário de programas de auditório” por Solagen Wajman, resgata-se elementos da história da arte através do princípio da abstração e do padrão abstrato para identificá-lo nas imagens digitais da televisão. A arte como construção e montagem da forma, traduzida, segundo a autora observa ao concordar com Machado (2002), a transferência da televisão figurativa para uma

televisão gráfica, ao sugerir que “a televisão conjugada à tecnologia estaria hoje (2002) fazendo a passagem do figurativo para o abstrato” (p.132);

O jogo, a atividade lúdica do ver, constitui a questão central do texto “Jogo de permutações da memória: saudade e desejo” de Rosana de Lima Soares. Neste, o jogo de ver transforma o assistir a um filme em uma atividade lúdica que tem um objeto transicional, algo entre a realidade interna e externa, que representa um conjunto de símbolos e atividades culturais na qual se insere “o fazer cinematográfico e o ato de ver filmes” (WINNICOTT apud SOARES, 2002).

O texto destaca a área transicional como a área transitória que se estabelece entre o filme e o espectador no momento mesmo da interação e que, observa, é não só efêmero como transitório, ver um filme pela segunda vez caracteriza uma experiência filme-espectador diferente. O fazer cinematográfico é um jogo de memórias ou a conexão de elementos audiovisuais suportados por elementos inscritos num jogo de memórias individuais e coletivas que dá significado à produção justamente por expressar e apoiar-se nestas na construção de um produto que alterna o familiar e o estranho como recurso de expressão, conexão, identidade, suspensos na “fragilidade da película” e concretizados no jogo de ver.

Os dois últimos textos desta parte composto por distintas reflexões, remetem à tradução para a linguagem radiofônica de textos literários no primeiro e uma peça alemã no segundo, ambos válidos sob o ponto de vista de uma historiologia dos meios de comunicação, mas cabe questionar sua inserção na obra e num momento contemporâneo de predominância dos recursos audiovisuais e, ainda, cabe questionar como se dariam estes processos num universo impregnado de ouvintes multitarefas, onde o “ouvir rádio” insere-se em meio a múltiplos afazeres simultâneos. Estes textos são “Literatura adaptada em rádio e televisão: da palavra à imagem e som” de Antonio Adami e “Mordendo a própria cauda: peça radiofônica alemã e experimentação de vanguarda” de Janete El Haouli.

### **Parte III – Mídias e Grupos Sociais**

A terceira parte da obra reúne textos que analisam outros suportes midiáticos como fotografia no texto de Colucci, “Impressões fotogramáticas: a experiência dos fotogramas nas vanguardas artísticas”, que aborda a fotografia-arte e a inserção ou interesse no uso de fotogramas nos movimentos

artísticos no início e ao longo do século XX. A contextualização histórica é interessante, mas, mais do que isso, vale como uma leitura do impacto das primeiras grandes mudanças tecnológicas (depois da impressão) e as transferências que acarreta nas diversas áreas, como um aspecto precursor das tecnologias digitais e o momento que vivemos hoje. Os mesmos questionamentos são aplicáveis hoje no impacto da foto digital e os recursos de tratamento de imagem, nos movimentos e produções artísticas contemporâneas.

Tacca, no texto “Imagens do Sagrado”, traz à tona a reportagem fotográfica num esforço de exposição da realidade, ou descontextualização desta realidade em prol de mudar conceitos sobre o mundo, afetando a percepção que os diversos grupos sociais têm entre si.

No tocante à mídia impressa, Heller em seu texto “Jardim fechado – a voz das leitoras da Revista Feminina” traz um texto curioso porque trata da aproximação por carta e revista de pessoas distantes geograficamente, como uma leitura preliminar, um germen, das relações sociais desconectadas da relação espaço-tempo inerentes às tecnologias digitais e redes sociais. Numa pequena analogia, *Jardim Fechado* é um precursor de um blog ou chat, propiciando às mulheres a livre expressão do seu pensamento e a construção de relacionamentos à distância.

No texto seguinte, Jean Gouazé e Giovandro Ferreira trazem uma provocação mais atual: as tecnologias da informação e comunicação introduzem uma nova cultura? Os autores se propõem a discutir o paratexto, o modo de produção e as plataformas de consumo audiovisual onde a leitura se dá no nível do conteúdo exposto, disponibilizado. A própria tela do computador apresenta-se como um dispositivo espaço-temporal, um dispositivo de enquadramento, pré-seletivo de acordo com a perspectiva e prioridade de quem produz dado conteúdo.

O enquadramento, observam, já é por si um recorte, seja o objetivo prévio consciente ou inconsciente, assim como os elementos onde há hipertextualidade. A própria seleção destes elementos estabelece a relação entre o que é oferecido e o que se espera encontrar em termos de conteúdo. Gouazé e Ferreira adentram a questão do conteúdo ofertado também como discurso, símbolo e linguagem carregados de ideologia e que atendem ao ponto de vista do produtor. Assim como a fotografia não é a realidade, também o texto não o é, e sofre distorções tanto de quem produz quanto de quem lê. A isto os autores dão o nome de “contrato de leitura”, o que se produz em consonância com o que se espera consumir no espaço de uma tela. Quando há quebra deste contrato entre produtor e leitor/recepto, perde-se o interesse e a identificação.

Além disso, ressaltam que o jornalismo web, as tecnologias e as mudanças impactaram a perda de densidade e profundidade no texto na world wide

web, portanto, o contrato de leitura é diferente quando compararmos o mesmo jornal web e seu similar impresso.

No próximo texto, Yoshiura em “Comunicação e criatividade na cultura midiática”, aborda a comunicação como fenômeno complexo e abrangente destacando que sua produção aproxima-se, contemporaneamente, aos quesitos do pensamento complexo proposto por Morin, na medida em que o processo criativo se complexifica em múltiplas fontes, referências, simbologias, linguagens e plataformas digitais e analógicas de expressão.

Em “o samba “diz no pé”: mídia, carnaval e história”, Cardoso parte para uma análise do conteúdo das mensagens como forma de propagação de uma ideia central reforçadora de simbologias, destacando um mergulho no conteúdo dos sambas enredo das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, como meio para a reafirmação de valores e exercício da liberdade.

Gomes, em “O sistema da política midiática” fecha a terceira parte com reflexões sobre os aspectos políticos do sistema de produção, geração e distribuição midiática com seus aspectos e recursos, além das implicações sócio-políticas, destacando como hipótese de sua pesquisa que a “política midiática tem à sua base um sistema social que a explica e que lhe confere sentido” (p. 262), estabelecendo relações entre comunicação, negócios e política sob uma vertente crítica.

## Conclusão

Como uma obra de 2002, “Mídia, Cultura, Comunicação” é uma obra passível de atualizações em tempos de velocidade máxima propiciada pelas tecnologias digitais, portanto, se não atual, é uma obra que oferece uma base forte para a compreensão de aspectos diversos acerca dos processos de mediação das relações sociais.

Consumo, produção e produto midiático-cultural são explorados num caleidoscópio de perspectivas críticas, ora mais contundentes ora menos, mas sempre pontuadas por questionamentos vívidos dos diversos autores.

Vale a pena uma visita.



## 40.

# Ombudsman: pago para criticar

Ana Caroline Castro<sup>1</sup>

COSTA, Caio Túlio. **Ombudsman**: o relógio de Pascal. [1991]. 2ª ed.rev. e atual. São Paulo: Geração Editorial, 2006. 286 p.

A metáfora que dá nome ao livro - Relógio de Pascal - só é revelada ao fim. O conhecido matemático, físico e filósofo, Blaise Pascal, que viveu na França entre 1623 e 1662, tinha por hábito usar um relógio no pulso esquerdo, algo

- 
1. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo (2001) e mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2009). Atualmente está desenvolvendo seu doutorado na USP, na área de Ciências da Comunicação – Teoria e Pesquisa em Comunicação. Trabalhou por 11 anos na Rede Globo de Televisão, participou das redações do Globo Rural, Globo Natureza e Globo Amazônia. Tem experiência na área de Comunicação, Produção e Edição em Televisão e Reportagens Investigativas. Na área acadêmica desenvolve estudos nas áreas de mercado editorial, censura e ditadura. E-mail: ana.castro09@gmail.com / ana.castro09@usp.br

que só se tornou comum mais de dois séculos depois, com Santos Dummont e seu relógio Cartier. Pascal usava o relógio de forma que ninguém percebia e um dia disse a sua irmã, Gilberte Périer:

[...] os que julgam sem regras uma obra estão em relação aos outros como os que não tem relógios em relação aos demais. Um diz ‘já passaram duas horas’, o outro ‘passaram apenas três quartos de hora’. Olho o meu relógio e digo a um ‘você está se aborrecendo’, e a outro ‘o tempo anda depressa para você, pois passou hora e meia. E zombo dos que dizem que o tempo custa a passar para mim, e que julgo pela imaginação: não sabem que julgo pelo meu relógio (p.246).

Com esta anedota histórica, Caio Túlio Costa reforça algo que acredita ser parte essencial ao trabalho de um ombudsman: o uso de regras e métodos para se fazer uma crítica da imprensa. O livro *Relógio de Pascal* é o relato da experiência do primeiro Ombudsman da imprensa brasileira. A segunda edição foi publicada pela Geração Editorial em 2006, com 19 capítulos. Um totalmente novo chamado “Os ingênuos sucessores”, reunião de entrevistas com os jornalistas que o sucederam no cargo. E outro capítulo “Tem futuro?”, que já figurava na edição de 1991 pela editora Siciliano, mas que foi reescrito com dados atuais. Costa foi o primeiro a usar o nome Ombudsman, como sinônimo de crítico, analítico da imprensa. Ele exerceu o papel de 1989 a 1991 na *Folha de S. Paulo*. A *Folha*, mais o jornal cearense *O Povo*, são os únicos jornais brasileiros a adotarem a política de ter um crítico interno.

O início do livro conta com explicações sobre a função e o que se espera de um ombudsman. A palavra (ou palavrão, se preferir), de origem sueca, quer dizer aquele que representa. O ombudsman é o representante do leitor dentro da redação. É ele quem ouve, anota, investiga, pede retratação de todos os erros cometidos pelo jornal. Para que tenha liberdade na crítica e investigação, o jornalista que ocupa o cargo tem um mandato pré-fixado (podendo ser renovado se ambas as partes assim o desejarem) e estabilidade na empresa por mais algum tempo depois de deixar o cargo (antes era um ano e hoje são seis meses). Durante o período em que representa os leitores, o ombudsman da *Folha* não fica na Redação. Ele tem uma sala em andar separado, assim não corre o risco de se contaminar pelas dificuldades ou processo de apuração da notícia em alguma análise ou crítica. Nesse ponto ele é como o leitor: só tem acesso ao jornal depois que ele foi feito, rodado e distribuído. Em nenhum momento ele pode interferir na fase de produção ou edição da reportagem.

No livro, Costa faz questão de relatar a sua rotina e demonstrar como montou uma operação para atender a todos os leitores. O atendimento, na sua época, era feito por telefone (no período da tarde), pessoalmente ou por cartas. Segundo o autor, todas as queixas que chegavam até ele eram encaminhadas. Mas nem sempre resolvidas, é bom que se diga. Logo no primeiro capítulo Costa explica:

Nem sempre é possível fazer alguma coisa com as queixas apresentadas. É consenso entre os ombudsmen que os erros objetivamente comprováveis – nomes, datas, endereços, informações geográficas ou históricas, preconceitos evidentes, declarações gravadas e comprovadamente distorcidas – são de fácil correção. Comprovando o equívoco, o jornal corrige sem delongas. As questões subjetivas, porém, demandam investigações e muitas vezes não são reconhecidas como erro. Existem ainda problemas de outro teor, que envolvem apreciações distintas sobre a realidade, interpretações e desejos de leitores agarrados à sua última esperança, o seu representante na Redação. (p.20)

Dado o ineditismo do cargo, parte da função de Costa era divulgar seu trabalho. Para isso, ele participou de diversos seminários, palestras, encontros de jornalismo, aulas etc., por todo o Brasil e alguns países do mundo. As pessoas queriam entender porque um jornal decidira pagar um jornalista para ouvir os leitores e criticar abertamente a publicação. Isso porque além do trabalho de encaminhar as queixas dos leitores, o autor também tinha uma coluna semanal, aos domingos, no primeiro caderno da *Folha de S. Paulo*, para expor parte das críticas que fazia internamente (diariamente ele enviava para a redação um documento com as críticas da edição do dia). Caio Túlio Costa tinha liberdade para colocar em sua coluna o que pensasse ser relevante, mesmo que isso fosse desagradar colegas e chefes. O que quase sempre acontecia.

Boa parte do livro traz histórias sobre como Costa lidou com alguns leitores e com alguns erros específicos do jornal durante o período em que foi ombudsman. Ao comparar a quantidade de erros e contatos de leitores da *Folha* com os profissionais de outros países, Costa levantou a dúvida: a *Folha de S. Paulo* erra mais ou os leitores dela são mais “reclamões”?

Dos jornais internacionais com esta função, consultados pelo autor, 60% fazia, além da crítica ao seu próprio jornal, uma crítica da mídia. Os outros, como o do jornal *El País*, criticava apenas o seu próprio jornal (p.34). Costa foi com a maioria. Na sua coluna semanal liam-se suas considerações a respeito do

jornal que pagava o seu salário, mas também de seus concorrentes, como *Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, para citar os principais. O autor pretendia dar continuidade a uma longa tradição de análise da mídia, já feita inclusive pela *Folha*. Em julho de 1975, em plena ditadura militar, Alberto Dines assumiu uma coluna semanal no jornal chamada “Jornal dos Jornais”, para discutir a imprensa. A iniciativa durou dois anos e foi fechada por pressão dos militares. Dines, como se sabe, continua sua luta, para uns quixotesca e para outros heroica, no “Observatório da Imprensa”, tanto na internet, nos jornais, revistas, como no programa televisivo. Antes dele, Gondim da Fonseca, na década de 1950 já fazia crítica aos jornais na *Folha da Manhã*. E muitos outros também exerceram essa função antes que a palavra ombudsman fizesse parte do nosso vocabulário, como Luiz Costa Filho, Carlos Eduardo Lins da Silva, Sérgio Augusto.

O fato é que boa parte das análises (e dos problemas) de Costa veio deste expediente: analisar o trabalho da concorrência. Ele estava sozinho, já que nenhum outro jornal da chamada grande imprensa aderiu ao cargo de ombudsman naquela época. Ao analisar algumas das histórias envolvendo outros jornais, pode-se perceber o quanto algumas reações o afetaram pessoalmente.

Em diversos momentos do livro fica claro o quanto há de ressentimento com alguns jornais e jornalistas. Algo até natural, visto que todos os envolvidos são humanos e, como tais, não gostam de ser alvo de crítica, chacota ou difamação. Costa reconhece alguns erros de análise e o fato de ter sido maldoso em alguns comentários. A divergência que ele mais destaca no livro é com Paulo Francis, a quem chamou, em uma das colunas, de ficcionista e cronistas dos tempos, não jornalista. Além de afirmar que se a lei de imprensa fosse cumprida no Brasil, Francis há muito tempo estaria na cadeia por crime de racismo e preconceito. A briga subiu o tom e a reação de Paulo Francis foi dura, entre tantas coisas, disse “Caio Túlio me causa asco indescritível, não posso garantir que se o encontrar não lhe dê uma chicotada na cara” (p.122).

Um dos principais questionamentos levantados pelo livro é até que ponto a presença de um ombudsman e as suas críticas de fato melhoram o jornalismo. Como uma das primícias do cargo é a independência, não apenas do representante do leitor, mas também da Redação em relação a ele, nem todo erro (ou crítica) apontado por ele precisa ser respondido, muito menos publicado. E uma das formas de resistência dos jornalistas é a recusa em reconhecer um erro. Ou ainda a impossibilidade de enxergar que havia um erro quando o ombudsman o aponta. Essa tensão entre o ouvidor do jornal e os jornalistas é inevitável. E muitas vezes contraproducente. Há a enorme chance de se criar má vontade em investigar erros, descaso com a opinião do ombudsman. Por outro lado, não se pode esperar

que a Redação acate tudo o que o representante do leitor disser, como explicou o jornalista Maurício Stycker, em uma discussão pública com Costa:

[...] a aceitação cega de suas observações poderia transformar o jornal num espelho anódino dos interesses e idiosincrasias de uma média estatística, cinzenta e imaginária, de leitores. [...] O risco que os jornalistas da *Folha* enfrentam – o de transformar o jornal num jornal do ombudsman – só pode ser contornado, acredito, com maturidade, no exercício de uma função a ser criada no cotidiano – a de ombudsman do ombudsman. Cabe ao jornalista aprender a discernir o que já é chamado na Redação de ‘ombudsmania’ e a crítica necessária. (p.165).

O capítulo 17 – “Tem futuro? Incurião sobre números nada positivos para os jornais” – foi totalmente reescrito. Costa fez um longo relato sobre a concentração da mídia mundial e de como poucas empresas (e famílias) detêm o controle de boa parte dos jornais, revistas, emissoras de rádio e TV. No Brasil isso não é diferente, seis famílias controlam quase a totalidade dos meios de comunicação. Além da concentração, Costa analisa como a tecnologia estava influenciando a mídia, em especial a circulação dos jornais impressos. Uma pesquisa da Unesco de 2000, usada no livro, mostra que em 40 países analisados, houve queda de distribuição de jornal em 32. A venda de jornais cresceu apenas em cinco.

O autor constata: “quanto mais avançam as novas mídias, mais a mídia tradicional perde leitores” (p.208, 2006). E ele chega a citar uma projeção feita pelo professor de jornalismo, Philip Meyer, de que até 2043 o jornal impresso desaparecerá. Costa afirma que esses dados revelam incapacidade de reciclagem e total incompreensão das novas formas de mídias pela mídia tradicional. Vale lembrar que o livro foi publicado em 2006, antes da explosão do uso das redes sociais como veículos de divulgação de informações e da Mídia Ninja.

Outra preocupação abordada pelo livro é a “canibalização” da mídia: o medo que todos passem a ler jornal e revista e a assistir televisão somente via internet (p.212). Em 2013, parte desta preocupação se tornou realidade. Mas de alguma maneira os jornais estão tentando aproveitar esse público e estão cada dia mais investindo em assinaturas online, para quem só lê o jornal por celular, *tablet*, *Ipad*. Como também criaram perfis nas redes sociais e tentam, dessa maneira, conquistar especialmente o público jovem e que provavelmente nunca teve o hábito de ler jornal impresso.

A grande questão que se coloca é: o que importa mais? A forma ou o conteúdo? Percebe-se que há grande investimento por parte dos jornais da grande mídia em se adaptar ao novo mundo, garantir verba publicitária, conquistar novos consumidores, oferecer diversas plataformas para acesso ao conteúdo. Por outro lado, os últimos anos estão sendo marcados por demissões em massa nas Redações, acúmulo de funções por parte dos jornalistas.

Em relatório anual do “Project for Excellence in Journalism”, entre muitos problemas encontrados na mídia norte-americana, o primeiro é:

Existem diversos modelos de jornalismo, e o caminho leva àqueles que são mais rápidos, mais inexatos e mais baratos. Em paralelo, o jornalismo investigativo está sendo substituído pelo jornalismo opinativo, de afirmação, cuja base são as opiniões pessoais (p.213)

Os grandes jornais podem estar perdendo uma oportunidade única de se transformar. Poucas são as pessoas que compram o jornal para saber o que aconteceu no dia anterior. Elas já escutaram no rádio, curtiram e compartilharam na internet, assistiram na TV. Se o jornal não oferecer nada além do factual, do assunto de ontem, certamente se tornará obsoleto. Na contramão do que vem sendo feito, o investimento nas redações deveria ser nas pessoas. Os repórteres deveriam ter mais tempo para cultivar suas fontes e assim trazer um furo, uma notícia relevante e exclusiva. Deveriam viajar mais, ir para a rua, falar pessoalmente com as pessoas. Ter tempo para apurar, investigar e publicar uma grande reportagem, de interesse humano, social, econômico. O jornal passaria a ser um lugar de análise madura, ponderada sobre os fatos. Teria matérias relevantes e que tragam algo de novo.

A nova mídia que ameaça a circulação dos jornais tem se mostrado um espaço de renovação para o jornalismo. Com novas formas de financiamento (sem publicidade, com participações de diferentes fundos, *crowdfunding* etc.) alguns sites, portais de notícias, blogs estão se mostrando capazes de produzir um jornalismo sério, investigativo, comprometido com a busca de informação relevante, de análise de dados. Como prestador de um serviço de utilidade e de interesse público.

A tecnologia e as novas mídias também trouxeram (de forma amadora e muitas vezes questionável, mas não menos importante) certa pluralidade para os discursos e um espaço para que quem se sente excluído, de alguma maneira, da grande imprensa possa também opinar, produzir conteú-

do informativo. A reclamação do leitor/telespectador/ouvinte não precisa mais passar por um ombudsman. Ela pode ser postada diretamente na rede social. Durante as manifestações que começaram em junho de 2013, não foram poucas as denúncias de manipulação e/ou distorção da informação na grande mídia, feitas por jornalistas independentes ou cidadãos. Resta saber se as redações estavam com os olhos e ouvidos abertos para assimilar e aceitar este novo mundo.

O livro, como relato de uma experiência, serve para mostrar como a imprensa brasileira ainda não está madura para conviver com a crítica interna e externa. O acúmulo de funções, jornada excessiva, salários baixos, muita pressão, dificulta o trabalho pela busca da objetividade e isenção jornalística. Repórteres precisam muitas vezes escrever duas, três matérias no mesmo dia. E quase sempre sem sair da Redação, trabalhando por telefone. Como disse Junia Nogueira de Sá, primeira mulher ombudsman e terceira a ocupar o cargo na *Folha*: o ombudsman critica o suor alheio. E ninguém gosta de ser criticado, mesmo quando o erro procede.

“Relógio de Pascal” trouxe para a discussão o fazer jornalismo e a responsabilidade que deve existir sobre o ombro de cada pessoa parte deste processo. Apesar de já datar de 22 anos desde o primeiro lançamento, o livro é atual por levantar questões que a imprensa ainda não conseguiu resolver. Partidarismo, preconceito, informações levianas e falsas, erros de checagem, reprodução de releases, são apenas alguns dos erros que acontecem à dezena nos jornais diariamente. A reportagem bem apurada, bem escrita, infelizmente está em extinção na grande imprensa. Não que a simples presença de um representante do leitor na Redação melhore a qualidade do jornal. Mas certamente a ausência de críticas, de análises aprofundadas, de alguém que tenha liberdade para colocar o dedo na ferida, certamente mantém a produção em nível medíocre. Não basta que a crítica seja feita, que os erros sejam apontados. Para que a imprensa de fato se torne um espaço de liberdade de expressão, de reflexão, de debates e de vigilância dos direitos dos cidadãos, das minorias, é preciso mudar a forma como ela vem sendo feita. Um ombudsman apontando os erros, criticando alegações tendenciosas ou falsas, é importante. Mas não o suficiente.

Em 2013, o *Washington Post*, recentemente vendido para o criador do site Amazon por míseros US\$250 milhões, decidiu extinguir o cargo de ombudsman, depois de 43 anos. O último ocupante da cadeira, Patrick Pexton, afirmou em uma das suas colunas, antes de sair, que o cargo seria acabado para

economizar dinheiro. Já a Publisher do jornal, Katharine Weymouth, afirmou que o mundo mudou e, apesar da função do representante do leitor ser relevantes, é preciso modernizar a forma como elas são feitas<sup>2</sup>.

A metáfora sobre o relógio de Pascal afirma que é preciso ter regras e métodos para criticar a imprensa. Mas muitas vezes, assim como acontece com os relógios de corda, é preciso parar, buscar onde está a referência correta e ajustar os ponteiros. Talvez a Publisher do *Washington Post* esteja certa. O mundo mudou e é preciso reinventar a forma de analisar e criticar as mídias. Resta saber para onde vamos olhar para arrumar os ponteiros.

---

2. Texto pode ser lido no site do The Washington Post: [http://articles.washingtonpost.com/2013-03-01/opinions/37368283\\_1\\_reader-representative-ombudsmen-post-employee](http://articles.washingtonpost.com/2013-03-01/opinions/37368283_1_reader-representative-ombudsmen-post-employee) (acessado em 03/10/2013).

## 41.

# A ALAIC na constituição da comunidade Latino-americana de Ciências da Comunicação

Lana Cristina Nascimento Santos<sup>1</sup>

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

GOBBI, Maria Cristina. **A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina**: 30 anos da ALAIC. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista, 2008.278 p.

- 
1. Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Metodista de São Paulo (1990), Universidade na qual obteve a titulação de mestre (2002) e doutora (2007). Com especialização em fotografia e mídia pelo SENAC Comunicação e Artes(2000), tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Publicidade e Propaganda, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação (história e teoria), publicidade e propaganda, linguagem publicitária e análise de campanhas publicitárias, atuando também com a comunicação na área da saúde e do meio ambiente, além de estratégias mercadológicas. Atualmente é docente na graduação e pós-graduação LatoSensu, coordenadora do curso Especialização em Comunicação Empresarial EAD na Universidade Metodista de São Paulo, e professora convidada em programas de pós-graduação reconhecidos pelo MEC. E-mail: lana.santos@metodista.br

Em *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da ALAIC*, Maria Cristina Gobbi buscou identificar o papel da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC, na constituição da comunidade latino-americana de Ciências da Comunicação durante seus trinta anos de atuação, com análises quantitativas e qualitativas dos materiais apresentados em congressos da entidade, realizando pesquisa documental e bibliométrica. A obra torna-se referência para o setor da comunicação por resgatar a história e proposição da ALAIC no cenário da comunicação.

O livro *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da ALAIC*, editado em 2008, pela Universidade Metodista de São Paulo, através da Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional encontra-se dividido em duas partes: a) recuperação, descoberta e releitura de fatos importantes das três décadas de atuação da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic) e, b) análise dos *papers* apresentados nos Grupos de Trabalho (GTs) nos congressos da Alaic entre 1998 e 2006.

A análise dos trabalhos apresentados nos Congressos é feita com abordagem quantitativa e qualitativa de 1.576 textos – excelente pesquisa documental com um estudo bibliométrico, além da análise da produção científica gerada no âmbito dessa comunidade acadêmica.

Lançado no Café literário da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/Intercom, em São Paulo/SP, o estudo foi apresentado pela professora Margarida Kunsch, da ECA/USP, orientadora da autora no pós-doutorado, base da publicação.

No prólogo da obra, Marques de Melo, menciona que

[...] a história da ALAIC construída pela autora contém insumos investigativos para nutrir o apetite dos jovens historiadores do campo, bem como informações estratégicas que servirão como indicadores capazes de orientar a tomada de decisão das nossas lideranças institucionais. E é com caráter acadêmico e epistemológico que o livro inventaria um número impressionante de dados e, assim, enriquece a biblioteca das Ciências da Comunicação no Brasil e, principalmente, na América Latina (MARQUES DE MELO apud GOBBI, 2008).

A entidade tem sido uma das grandes responsáveis na definição das matrizes teóricas dos estudos comunicacionais na e para a América Latina e, o lança-

mento do livro em 2008 foi relevante, também, por comemorar os 30 anos de existência da ALAIC, que tem como um dos desafios estimular a formação/adesão de pesquisadores dos países envolvidos.

A batalha pela solidificação cultural e pela consolidação de uma comunidade acadêmica, adequada às necessidades observadas em diferentes contextos socioeconômicos e político-culturais da América Latina, permitiu a compreensão dos problemas gerados pela emergente indústria midiática e a possibilidade de propor soluções que atendessem às especificidades do continente, uma vez que a ALAIC surge em 1978, período que assistia a transformações intensas, diante do panorama político e social.

O contato das novas gerações de pesquisadores e profissionais com as produções pioneiras na área da comunicação, especialmente aquelas produzidas no âmbito da América Latina é marca registrada da autora, oriunda do grupo de São Bernardo, que por um longo período participou das múltiplas atividades realizadas nos âmbitos do ensino, da pesquisa, da difusão e da extensão da produção comunicacional realizada pela Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, da Universidade Metodista de São Paulo. Assim, o livro apresenta reflexo desta linha de trabalho da autora, quando apresenta a pesquisa sobre os 30 anos da ALAIC, produto do seu pós-doutoramento (2006-2007) no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo, o PROLAM/USP.

O livro apresenta a história da ALAIC muito bem retratada em dois grandes momentos: o primeiro, quando de sua fundação, em 1978 e o outro, dez anos depois, na sua reconstrução, no ano de 1988, evidenciando os múltiplos acontecimentos, ações, produções, certezas e inquietudes presentes nessas duas fases, que segundo Gobbi

[...] mesmo diante dos múltiplos desafios vividos durante o período não desistiu de ofertar conhecimentos e técnicas, capazes de alterar substancialmente as concepções mais detalhadas de democracia, através de seu instrumento mais poderoso, que é a comunicação.

Mais que uma associação de pesquisadores, a entidade apresentava um projeto político desde seu surgimento, em setembro de 1978 e, diante da crise político-econômica que as organizações não governamentais na América Latina enfrentaram nas décadas de 70 e 80, havia vontade de modificar cenários e situações, melhorando resultados, que incomodavam pesquisadores e profissionais da área.

Quando do seu surgimento, na Venezuela, em 1978, a ALAIC delimitou, além de seus objetivos, a missão e os valores da entidade, que conseguiu realizar sua primeira reunião em 1979, no Peru.

Foi em Lima, Perú, no dia 21 de maio de 1979, que ocorreu a primeira Reunião do Conselho Diretivo da ALAIC, sob os auspícios da Fundação Konrad Adenauer. Quatro pontos importantes foram discutidos durante a atividade. Foram eles: a) A renúncia do Vice-presidente Hernando Bernal Alarcón; b) Indicação de Jesús Martín-Barbero para ocupar o lugar; c) Indicações dos membros de suplência, uma vez que na reunião inicial de Caracas isso não havia sido designado; d) Aprovação do Estatuto da Entidade e Criação de um Projeto UNESCO-ALAIC sobre análise da receptividade dos meios frente a uma eventual agência regional de notícias (GOBBI, 2008).

Da primeira reunião outras se seguiram ainda no mesmo ano e assim, embora o esforço de muitos pesquisadores e entidades tenha sido grande, a ALAIC enfrentou diversos problemas nos anos seguintes, incluindo renúncias e problemas financeiros, o que dificultou os encontros da entidade. E, diante das dificuldades e quase extinção da ALAIC, um grupo de intelectuais buscou novos estímulos para estimular os profissionais da comunicação e durante o 16º Encontro da Asociación Internacional de Estudios e Investigadores de la Información (AIERI) em junho de 1988, na Espanha, a reconstituição da ALAIC deu os primeiros sinais.

José Marques de Melo, Nelly de Carmargo (Brasil) e Roque Faraone (Uruguai) foram eleitos para compor o conselho Internacional da organização, em uma clara demonstração de apoio à reconstituição da ALAIC. Coube à comunidade brasileira o grande desafio de fazer renascer a Entidade. Assim, com as bençãos da AIERI e o protagonismo da Intercom que desde essa época já era considerada a associação melhor estruturada do continente e sob a coordenação de José Marques de Melo -, que aceitou o desafio de reconstituição da Entidade, renasceu a ALAIC. Com a ajuda dos professores Anamaria Fadul e Fernando Perro-ne, Marques de Melo se comprometeu a buscar condições para reestruturar a Entidade, trazendo assim, sua sede para o Brasil.

Assim, no 11º Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação, na Assembleia Nacional, sob a presidência da profa. Margarida Kunsch, em 1988, as bases iniciais de reconstituições foram firmadas. No dia 08 de setembro, de 1989, na cidade de Florianópolis, na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) um grupo de pesquisadores, professores e profissionais da comunicação,

representando 12 países Latino-Americanos reuniu-se na Assembleia Geral de reconstituição da ALAIC e a sede provisória foi instalada na Escola de Comunicação e Artes, da Universidade de São Paulo.

O nome do ícone da comunicação, José Marques de Melo, é destaque neste ressurgimento da ALAIC e as ações de inserção junto à comunidade internacional estimulou não só a participação como a representação da ALAIC em diversos espaços internacionais, além da realização do I Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, que ocorreu em Embú-Guaçu, no Brasil, no ano de 1992. Portanto, renascia a ALAIC, comprometida com os estudos da comunicação no espaço Latino americano.

Este resgate histórico é amplamente ilustrado no livro não só pelas Atas das reuniões e detalhamento de datas, nomes e locais, mas também pelos relatos e, posteriormente, pela análise dos textos publicados nos congressos, que após o renascimento da entidade tornaram-se bianuais.

Os congressos (bianuais), seminários (nos intervalos dos congressos) e as mais variadas publicações objetivam estreitar e manter os laços de pesquisa, acompanhando as ações realizadas, de seus dirigentes e dos sócios, de forma a possibilitar o fortalecimento e a discussão de temas de interesse para a América Latina.

Portanto, o objetivo da publicação *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da ALAIC* foi mais do que atingido, pois não só resgatou a história da entidade, mas analisou sua formação e continuidade, além de possibilitar uma fonte de referência aos pesquisadores da comunicação, com métodos e técnicas de investigação, que possibilitaram muito mais que formas de sistematizar o conhecimento.

A autora que é uma legítima representante da dinamização do conhecimento dos estudos comunicacionais Latino americanos, além de outras obras publicadas, demonstrou nesta, em específico, a importância e a necessidade de se entender a diversidade e qualidade dos estudos comunicacionais e seus representantes, consolidando assim, a Escola Latino Americana de Comunicação.

## Referências

FERNANDES, Marcio. “30 valiosos anos muito bem contados”. In **Revista da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Intercom, Ano 2 | # 1 | edição bimestral | janeiro e fevereiro de 2009,

disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/bibliocom/article/viewFile/1527/1505>

GOBBI, Maria Cristina. **A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da ALAIC**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista, 2008.278 p.

\_\_\_\_\_. Ações da Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação: Desafios de um núcleo de ensino, pesquisa, difusão e extensão. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, Ano 13 n.13, p. 185/200 jan/dez. 2009, disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/AUM/article/viewFile/2200/2123>

\_\_\_\_\_. **A ALAIC e o Cenário Comunicativo na América Latina**. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-2009-1/A%20ALAIC%20e%20o%20Cenario.pdf>

SOUZA JUNIOR, Geso Batista. “Identidade e legitimação: a pesquisa em Comunicação na América Latina”. In Revista **Comunicação Midiática**, v.6, n.1, p.170-173, jan./abr. 2011. Disponível em <http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica/article/viewFile/33/29>

## 42.

# Histórias, personagens e ideias: a trajetória da radiodifusão da BBC no Brasil

Juliano Maurício de Carvalho<sup>1</sup>

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

LEAL FILHO, L. **Vozes de Londres, memórias brasileiras da BBC.**

1.ed.v.1. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008. 250p.

- 
1. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento (mestrado profissional), docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática (mestrado acadêmico) e do Curso de Jornalismo, líder do Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). É diretor de Relações Institucionais do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ). Pós-doutorado em Digitalização e Indústrias Criativas (Universidade de Sevilha, Espanha) e Televisão Digital na Europa (Universidad Carlos III de Madrid, Espanha), doutor em Comunicação Social (Unesp), mestre em Ciência Política (Unicamp) e bacharel em Jornalismo (PUC-Campinas). Tem experiência na área de Comunicação Social e Ciência Política, com ênfase em Política e Economia da Comunicação e Indústrias criativas, atuando principalmente nos seguintes temas: cultura digital (televisão, rádio e internet), jornalismo digital, sociedade da informação e economia criativa. E-mail: juliano@faac.unesp.br

*Vôzes de Londres: memórias brasileiras da BBC* é uma obra de recordações, descobertas, histórias cotidianas, relatos singulares de um jovem jornalista que chega à idade adulta em um dos lugares mais desejados e glamorizados de sua época, os anos de 1960. O autor Laurindo Leal Filho, o Lalo, sintetiza em 250 páginas quase um lampejo de amor pela capital britânica com uma narrativa sutil e delicada, como se vestisse para um baile de gala, o charme e a frieza londrinas. O livro é um itinerário fraterno da implantação do Serviço de Radiodifusão da BBC (*British Broadcasting Corporation*) no Brasil, adensado por depoimentos de personagens ilustres, jornalistas, cidadãos brasileiros que participaram da empreitada britânica ao longo de décadas.

No livro o pesquisador volta seus olhos para o rádio, traçando um perfil histórico do serviço radiofônico da BBC, em língua portuguesa, emitido no Brasil. Por meio da obra, realiza um resgate da memória do serviço com relatos, depoimentos e entrevistas com os profissionais que atuaram na emissora, apresentando os valores e a conduta editorial que norteiam a produção jornalística da BBC. Para além de uma obra com um meticuloso trabalho de pesquisador, reunindo informações sobre esta história, o texto também mostra, fortemente, a vocação jornalística do autor, evidenciada em suas entrevistas narradas na obra e, principalmente, por um texto fluido e denso.

A introdução do livro já aponta seu tom discursivo: uma narração apaixonada e pessoal da primeira experiência do autor em Londres, quando jovem jornalista na cobertura da Copa de 1966. Apresenta seu primeiro contato com a BBC e relata como estabeleceu uma relação muito especial com Londres, onde retornaria em várias oportunidades. E desta relação que surge a proximidade do autor com o seu objeto de estudo mais importante – o modelo britânico de radiodifusão pública.

O difícil debate sobre radiodifusão pública no Brasil torna imprescindível a referência ao modelo britânico. O Serviço Brasileiro da BBC resulta em ponte natural. Palestras, debates, conferências, entrevistas sobre o tema pelo país aproximam o pesquisador, antigo repórter, da fase moderna do Serviço, agora BBC Brasil. Fase estruturada sobre uma história de quase oitenta anos. É preciso contá-la. (LEAL FILHO, 2008 p.7)

O livro é dividido em três partes, *Histórias*, *Personagens* e *Ideias*: o primeiro tratando da história da implementação e do funcionamento do serviço jornalístico em língua portuguesa; o segundo focando nos personagens que fizeram parte da construção desse Serviço Brasileiro da BBC; e o terceiro tratando dos ideais e normas editoriais da BBC que alicerçaram este serviço.

Para além de repercutir a pesquisa de pós doutorado que deu origem ao seu livro sobre o modelo britânico de televisão, Leal Filho inicia um novo trabalho de pesquisa com esta obra. Dando evidências de sua experiência como pesquisador, mas deixando claro o seu talento como repórter ao longo de décadas, o autor retorna a Londres para uma grande rodada de entrevistas. No livro é desenvolvido um resgate histórico da importância do serviço nos “heróicos e românticos tempos de guerra”, o papel dele durante os tempos do “terrível silêncio”, da ditadura militar, até uma articulação sobre a atualidade das “transformações tecnológicas redefinindo meios e mensagens” (p.7).

A obra traz um importante destaque aos personagens que deram vida ao Serviço Brasileiro da BBC: “O fascínio foi perceber que as vidas tinham como centro a BBC, mas se completavam com uma riqueza de sentimentos e experiências que não poderiam ser excluídas do texto final, originando a segunda parte do livro” (p.7). Por fim, tecendo uma síntese das lições de tais experiências e relatos, o autor discute os ideais que alicerçam as atividades da emissora e afirma que elas “estão aqui não apenas como referência histórica, mas em pretensão de estimular, no Brasil, o debate acadêmico e profissional sobre as relações entre os meios de comunicação, o Estado e a sociedade.” (p.8).

## Histórias

No primeiro capítulo, o autor descreve como foi criado o Serviço Latino Americano da BBC. O mundo estava às vésperas da eclosão da Segunda Guerra Mundial e as tensões pré-guerra se refletiam no campo da radiodifusão. A ampliação das transmissões para outras línguas era uma necessidade ideológica, evidenciada pela constatação de 1937 de Felix Greene, representante da BBC nos EUA, que “lamentou a aparente falta de interesse do Reino Unido numa região onde as colônias de imigrantes alemães e italianos exerciam papel de destaque no conjunto da população” (p.12).

Na madrugada de 15 de março de 1938, iniciam as transmissões latinas em espanhol e inglês e, após um noticiário transmitido em ambos idiomas, a fala de John Reith, diretor-geral da BBC, inaugura o serviço sob um grande desafio. Leal Filho evidencia: “não é fácil convencer qualquer governo a respeitar a independência de uma emissora pública em tempos de paz. Em meio à guerra, a missão tornou-se impossível” (p.16). Tal descrição destaca, com a história da

BBC sendo o grande exemplo, a dificuldade da radiodifusão pública em conseguir esta independência ideológica.

E é diante do modelo britânico de gestão da emissora pública e principalmente sob o rígido controle de qualidade editorial, que a BBC foi capaz de superar estes desafios. Como descrito no discurso de abertura de Greene, “[Os noticiários] serão exatos e dignos de confiança” (p.16). Neste momento, cabe trazer o diálogo que o autor remonta nesta obra, quando ele discute – em tom de relato descritivo e histórico – o papel desta radiodifusão, principalmente no que cerne a construção de instâncias de credibilidade, fundamentais para esta implementação de um serviço público independente.

Após um ano, o serviço já transmitia três horas de programação em espanhol e português, transcendendo os noticiários para formatos que já envolviam “crônicas, entrevistas com personalidades da América Latina em visita ao Reino Unido, musicais, programas especiais sobre países latino-americanos e comentários sobre os acontecimentos políticos, econômicos e culturais do momento” (p.23). Em 1939, com um ano e meio de vida, o serviço latino-americano da BBC enfrenta o seu primeiro grande desafio: a guerra, narra Leal Filho. A BBC sofre as consequências da segunda guerra mundial, mas mantém o serviço para a América Latina.

No verão de 1940, a emissora toma as primeiras precauções com a guerra e transfere os estúdios para o subsolo do prédio, o mesmo ocorre com serviços latino-americanos que mudam para outro prédio na cidade de *Evesham* fora de Londres. No dia 15 de outubro de 1940, o prédio, em Londres, foi bombardeado. De 1942 a 1952 o serviço latino-americano foi sediado na *Aldenham House*, entre os brasileiros que atuaram nesse período, Leal Filho destaca Antonio Callado, que trabalhou na BBC de 1941 a 1944. A experiência é narrada por Callado, em seu último no romance *Memórias de Aldenham House*, publicado em 1989.

Nesse período, o noticiário, em português para o Brasil, passa a ser transmitido a partir das 20 horas, horário do Rio de Janeiro. A mudança de horário reflete a importância do serviço informativo da BBC em contraposição à vocação comercial do rádio que vivenciava um momento de consolidação naquela década no Brasil. A credibilidade e valores de isenção, marcas da BBC, são assimilados pela audiência brasileira.

O ouvinte que, em princípio, buscava na BBC notícias confiáveis sobre a guerra, recebia também uma série de programas em português produzidos sob as regras de um serviço público cada vez mais diferenciado do modelo adotado no Brasil. (p. 27/28).

O capítulo narra ainda os programas produzidos durante a guerra em meio ao posicionamento do governo de Getúlio Vargas, a entrada tardia do Brasil no *front* e destaca o trabalho de brasileiros como José Veiga, Joaquim Ferreira, Antônio Callado, entre outros. O período pós-guerra é marcado pela reestruturação do país e da própria BBC, a mudança para a *Bush House*, a crise financeira, a redefinição do perfil internacional e a introdução de serviços noticiosos de outros países. “A independência editorial da BBC balançou” (p. 51), conta Leal Filho.

Nas décadas de 1960 a 1990, o Serviço Brasileiro da BBC sofre forte transformação em função das mudanças na direção da BBC, o papel do rádio e a alteração no perfil da audiência do rádio. Várias parcerias são criadas com emissoras no Brasil até a criação da marca BBC Brasil.com em 2000. O capítulo evidencia a relevância do serviço da BBC para a consolidação da imagem de emissora pública no Brasil e a independência do jornalismo na cobertura de temas como a ditadura, redemocratização, esportes e cultura ao longo das últimas décadas, evidenciando a contribuição da BBC para uma nova cultura da radiodifusão.

## Personagens

Neste segundo capítulo o autor dá destaque para os personagens que fizeram parte da história e ajudaram a construir o Serviço Brasileiro da BBC. A metodologia de Leal Filho para a reconstrução destas memórias passa por entrevistas em profundidade com várias destas figuras icônicas do cenário da emissora. Destes, destaca-se, inicialmente, William Tate, chefe do Serviço Brasileiro e Latino-Americano até 1971, que aposentou-se do serviço, mas não sessou seu vínculo, mantendo-se como colaborador durante muito tempo. William faleceu em julho de 2007, pouco antes da publicação deste livro. Outro destaque é a história do romancista Antônio Callado, que ainda jovem, aos 24 anos, é contratado para trabalhar na BBC e lá se consolida como um dos principais redatores, no período em que esteve na Inglaterra, do boletim *A Voz de Londres*, publicado pela BBC de 1938 a 1951.

Conta-se ainda a história de Rachel Braune, primeira voz feminina a trabalhar no Serviço Brasileiro da BBC. Ela ingressou na BBC em 1938 e usava o pseudônimo de Dulce Jacy. Além de colaborar com a BBC, Rachel tornou-se funcionária da embaixada brasileira, onde trabalhou até a aposentadoria. Ainda há menção a Lya e Geraldo Cavalcanti que eram casados e desempe-

nhavam a função de cronistas. Lya também atuou na Câmara dos Deputados no Brasil e morreu em 1998, com 91 anos.

Outro personagem citado é o compositor Vinícius de Moraes. Leal Filho conta que ele trabalhou na emissora no verão de 1938. A experiência, de tão positiva para Vinícius, acabou rendendo uma homenagem no livro *Poesia Completa e Prosa: Reportagens Poéticas*, em 1959, no artigo “Porque eu amo a Inglaterra”, onde se declara para o país e demonstra seu amor pela BBC. O cronista Ivan Lessa também é lembrado. Suas crônicas, apresentadas através do rádio desde 1978, viraram o livro *Ivan Vê o Mundo* de 1999. Além de cronista, Ivan fez parte de vários programas culturais, como o programa semanal *Café Europa*, no ar até dezembro de 2005.

Já o jornalista mineiro Jader de Oliveira, teve sua vivência narrada pela sua atuação há quase 40 anos na Inglaterra, trabalhando hoje na *Globonews*. O também jornalista Fernando Pacheco Jordão trabalhou na BBC de 1964 a 1968, retornando pra Londres em 1979 para trabalhar como correspondente da revista *Isto É*, contribuindo, ao mesmo tempo, com a BBC fazendo comentários sobre política latino-americana. Fernando ficou lá até 1982.

Um terceiro jornalista descrito pelo autor é Nemércio Nogueira, que ingressou aos 22 anos na BBC, no ano de 1962. Atuou com Fernando Jordão e Vladimir Herzog, regressando ao Brasil no ano de 1966. Dos destaques, ainda se apresenta a figura de Lúcio Mesquita, que ocupou o posto mais alto da BBC em 2006, quando assumiu a direção do Serviço para as Américas e Europa. Tendo chegado em Londres no ano de 1991, Lúcio deixa o serviço mundial em 2007, quando se torna diretor regional da BBC em Bristol. Por fim, evidencia-se também Américo Martins, chefe do serviço brasileiro no Brasil desde 2006, implementando o escritório brasileiro da BBC – um dos maiores fora da Grã-Bretanha – e assumindo posteriormente o cargo de editor-executivo do Serviço das Américas e Europa.

## Ideias

O terceiro e último capítulo, Ideias, apresenta um resumo das Normas Editoriais da BBC, adaptado e formatado para expor ao leitor quais são os valores que norteiam a produção de conteúdo da emissora britânica. Não somente, ao desenvolver este recorte, ele abre precedente e fornece material para uma reflexão sobre a estrutura desse modelo, dando base para uma análise de como – em

suas mais de oito décadas de história – foram construídos estes valores e de que maneira transparecem o papel do serviço público, tornando-se assim, modelo para a implementação e consolidação de radiodifusoras públicas em diversos países. Não somente, ao relatar o direcionamento editorial da BBC, Leal Filho coloca em cheque o papel do jornalista, promovendo a possibilidade de reflexão de qual o ethos da profissão, com base nas estratégias de busca pela credibilidade adotados pela BBC. Nesta declaração de valores e padrões, é apresentada uma normatização da operação dos jornalistas nos mais diversos meios: rádio, televisão, mídia impressa, serviços interativos, aparelhos móveis e meios on line.

Cabe destaque para a fala de Mark Thompson que explicita, acima de tudo, o conceito máximo que está por detrás de todas as regras e normatizações: “Nenhum conjunto de regras ou padrões pode substituir a necessidade dos profissionais usarem o bom senso que advém da experiência, do senso comum e de um conjunto claro de valores editoriais e éticos” (p.159). Para além disso, os demais valores da BBC envolvem inicialmente a precisão na abordagem dos temas.

Na sua busca pela credibilidade, a construção de evidências exatas dão corpo ao texto. Juntamente, a visão de busca incessante pela imparcialidade é marca da BBC, retratando esta meta por meio de uma ampla diversidade de opiniões e fontes variadas. Para conquistar esta imparcialidade, igualmente é necessária a busca pela integridade e independência editorial. Diante disso está o desafio, compartilhado por todos os serviços públicos, de conseguir se desvincular de qualquer interesse estatal, partidário ou comercial. A produção deve estar voltada única e exclusivamente para o interesse público, buscando a criação de reportagens de relevância que promovam o debate na sociedade. Estas características dos valores editoriais da BBC evidenciam uma das discussões mais delicadas da radiodifusão pública.

Na busca pela independência editorial, estes serviços não podem sofrer influências externas que não a do interesse público, ou seja, não deve ser contaminado eventualmente por aquele que financia o serviço. O modelo britânico de financiamento da BBC tem relação direta com esta liberdade editorial, e este debate é revelado sutilmente por essa exposição de valores. Ao ser o cidadão, que financia as atividades da emissora em forma de tributo compulsório, é desvinculado o serviço diretamente do Estado e dos governos a ele atrelados, ou mesmo a necessidade comercial da publicidade. Assim, além desta liberdade, surge ainda uma necessidade constante – e presente no núcleo das produções da BBC – de prestar contas ao público sobre o serviço oferecido e valorizar o respeito à privacidade e a proteção de crianças e adolescentes de até 18 anos, entre outros.

## Um dinamizador da radiodifusão pública

O livro é a síntese do percurso acadêmico e profissional de Laurindo Leal Filho que possui uma trajetória – para além de importantes e densas obras sobre a radiodifusão pública (baseada principalmente na observação da experiência da emissora britânica BBC) – acumulou experiência em diversas emissoras de televisão, mostrando-se um profissional altamente capacitado não só no ambiente acadêmico, como também como jornalista, cuja prática sempre esteve presente em sua carreira.

A trajetória de Leal Filho o aponta como um dinamizador de uma comunicação mais plural e democrática no Brasil. Graduado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo em 1972, Leal Filho já contava com uma década de experiência na televisão pelas Organizações Globo. No mesmo ano que começou a sua carreira docente na PUC/SP, em 1974, assumiu o cargo de editor de Telejornalismo na TV Cultura, sendo editor-chefe do telejornal *Hora da Notícia* entre os anos de 1977 e 1979. Em 1982, mesmo ano que ingressou no mestrado em Ciências Sociais pela PUC/SP, mudou de emissora e tornou-se editor-chefe do jornal da Bandeirantes. No ano seguinte, assumiu a primeira função como docente na USP. A experiência tanto no mercado, quanto na universidade, permitiu a Leal Filho desenvolver uma visão ampla da radiodifusão, agregando princípios teóricos com a consciência das demandas dos veículos de comunicação.

Como reflexo de sua vivência, em 1986, conclui o seu mestrado, orientado por Octavio Ianni, com a pesquisa “A Cultura da TV”, que seria base para dois anos depois, em 1988, para o lançamento de seu primeiro livro: “Atrás das Câmeras – Relações entre Cultura, Estado e Televisão”. No livro, Leal Filho conta com sua ampla experiência em televisão para fazer um panorama completo das relações entre a televisão, o Estado e a cultura brasileira nos últimos vinte e cinco anos, analisado através da história da TV Cultura de São Paulo, onde trabalhou por oito anos. No livro apresenta um interessante estudo da evolução da televisão brasileira como o mais abrangente instrumento de ação cultural existente no Brasil.

Ingresso no doutorado em Ciências da Comunicação na USP, logo depois de defender seu mestrado em Ciências Sociais. Na pesquisa defendida em 1990, denominada “A universidade no jornal”, Leal Filho foi orientado por um dos principais nomes da comunicação na América Latina, José Marques de Melo. Após doutorar-se, Leal Filho ainda passou dois anos exercendo uma função pública de gestão, como secretário municipal de Esportes, Lazer e Recreação da cidade de São Paulo, durante o mandato de Luiza Erundina, entre 1991 e 1992. Em 1995,

dando continuidade ao seu interesse pela radiodifusão inglesa, foi fazer um pós-doutorado no Goldsmiths College da Universidade de Londres, iniciando a pesquisa que se tornou sua principal contribuição para os estudos em comunicação.

Em Londres, Leal Filho estudou a atuação da emissora pública britânica BBC, voltando em 1996 para sua livre docência sob o título “O modelo britânico de rádio e televisão: a convivência entre o público e o privado”. Este estudo tornou-se seu segundo livro, “A melhor TV do mundo. O modelo britânico de televisão”, uma obra de grande importância, que analisa o modelo da televisão pública britânica e as características deste modo de radiodifusão pública tido como exemplo mundial de qualidade e rigor na programação. Antes de se aposentar em 2003 pela USP, dedicou-se a carreira docente por mais sete anos.

Dinâmico e atuante, em 2005, ingressa novamente na televisão – agora pela Empresa Brasileira de Comunicação na TV Brasil, integrando um novo projeto de televisão pública no Brasil. É lá que, em 2006, Leal Filho começa a apresentar o programa *VerTV* que aborda, todas as semanas, múltiplos olhares sobre conteúdos apresentados na televisão. O programa é um espaço de diálogo e debate inovador na televisão pública brasileira, discutindo a programação da TV de maneira multidisciplinar na presença de convidados e evidenciando o papel e o amplo conhecimento de Leal Filho como um dinamizador dos temas abordados.

Como apresentador, não só contribuiu com obras importantes para o cenário da ciência da comunicação no Brasil, mas destaca um jornalista que reflete a radiodifusão, acompanha suas tendências, analisa as novas abordagens e discute as funções de uma TV de qualidade, sua programação, seus avanços tecnológicos e o comprometimento com a cidadania.

O livro publicado em 2006, por Leal Filho, com o título “A TV sob controle – A resposta da sociedade ao poder da televisão”, trata justamente disso, um debate sobre a qualidade da televisão brasileira, mostrando como a sociedade vem se mobilizando para exercer o controle democrático sobre a TV.

A trajetória do autor é marcada por forte atuação no campo do jornalismo e na pesquisa sobre radiodifusão pública, legando importante contribuição para a formação de novos pesquisadores e a dinamização das temáticas: democracia na televisão, políticas públicas para a mídia, modelos de radiodifusão pública, jornalismo para a cidadania e a presente obra aquilata de forma histórica essa contribuição.



## 43.

# O papel da informação na economia capitalista

Pablo Ortellado<sup>1</sup>

USP – Universidade de São Paulo

LOPES, Ruy Sardinha. **Informação, conhecimento e valor**. São Paulo: Radical Livros, 2008. 212 p.

O livro de Ruy Sardinha, fruto de uma tese de doutoramento defendida na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo busca analisar, à luz de alguns pressupostos teóricos da Economia Política dos

- 
1. Possui graduação em Filosofia pela Universidade de São Paulo (1998) e doutorado em Filosofia pela Universidade de São Paulo (2003). É professor doutor do curso de Gestão de Políticas Públicas e orientador no programa de pós-graduação em Estudos Culturais da Universidade de São Paulo. É coordenador do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (Gpopai). Atualmente, desenvolve pesquisa sobre direitos autorais e políticas culturais. E-mail: paort@usp.br

Meios de Comunicação, as mudanças que advêm da crescente centralidade da informação na lógica de reprodução do capital: a incorporação das tecnologias da informação como forças produtivas, as novas formas de organização e gerenciamento de um trabalho predominantemente intelectual (com as respectivas formas de subsunção do trabalho ao capital), os novos padrões de articulação entre produção e consumo e as novas formas de resistência que desencadeia.

Vê-se, pela lista dos efeitos, que Sardinha acredita que as mudanças trazidas por essa nova etapa não são desprezíveis. No entanto, considera também que essas mudanças não devem ser explicadas por meio de teorias que vislumbrem o advento de uma nova sociedade – pós industrial ou em rede – mas como formas novas das leis e tendências fundamentais da acumulação capitalista. Estamos, portanto, diante de uma tentativa de explicar as diversas mudanças trazidas pela tecnologia da informação, pela expansão do trabalho intelectual e pelas novas formas de gestão da força de trabalho por meio dos princípios fundamentais do pensamento marxista.

A nova etapa seria fruto de um duplo movimento: por um lado, movido por contradições internas, o capital foi forçado a flexibilizar a regulação fordista; por outro, o capital superacumulado no período anterior se deslocou para o setor financeiro gerando investimentos em infraestrutura e tecnologia da informação (o que reverteu, por sua vez, sobre a gestão flexibilizada do trabalho), além de uma subordinação do setor produtivo a este setor financeiro proeminente. Essa reorganização produtiva teria gerado uma mudança na natureza do trabalho no qual as capacidades cognitivas, criativas e comunicacionais ganhariam centralidade.

Essa nova forma de realização da acumulação e subsunção do trabalho poderiam ser explicadas na sua novidade histórica pela famosa passagem dos *Grundrisse* de Marx sobre a “pós-grande indústria” – passagem na qual, extrapolando os limites lógicos do desenvolvimento do capitalismo industrial, teria antevisto o papel crescente da mobilização da ciência para a produção e suas implicações sobre a geração do valor que se descolaria do tempo de trabalho como medida da riqueza. Mobilizando a bibliografia brasileira que comenta essa famosa passagem (em particular os trabalhos de Ruy Fausto e Eleutério Prado (p. 109–130)), Sardinha tenta mostrar como, a despeito do fracasso da previsão de que essa circunstância corresponderia à derrocada do sistema capitalista, os conceitos marxianos ainda são relevantes para descrever uma realidade na qual o valor-trabalho parece não encontrar mais apoio na experiência. Em particular, o conceito de que o progresso técnico agora se apoia numa espécie de fundo intelectual comum e social que Marx chama de “intelecto geral” pode ajudar a explicar a atual dinâmica de inovação capitalista e os conflitos entre a produção social da ciência

e a apropriação empresarial privada por meio de instrumentos de propriedade intelectual (como as patentes). Essa tensão se manifestaria nos conflitos que têm sido chamados de “novos cercamentos” que expressam por um lado o potencial emancipatório da natureza comum do conhecimento e da ciência e, de outro, a apropriação privada desse “commons” por meio de estratégias empresariais de criação de monopólios de propriedade intelectual e de exploração das competências de acesso a esse fundo comum pelo emprego de trabalhadores.

O que se destaca na interpretação desta passagem de Marx para a compreensão dos novos processos capitalistas é que, como destaca César Bolaño no prefácio, a tradição brasileira não fica a dever à tão destacada tradição ítalo-francesa (de Negri, Lazzarato e Moulier-Boutang). Na verdade, como fica patente nos comentários que Sardinha faz à obra de Negri, essa tradição brasileira se diferenciaria daquela por inserir elementos de contradição entre capital e trabalho na análise desses novos processos.

Como explica Sardinha, Negri, ao operar uma inversão do conceito de biopolítica de Foucault, passa a vê-lo “não mais como potência *sobre* a vida, mas como potência *da* vida” (p. 179). Essa inversão, parece-me, deve-se antes à incorporação de certos pressupostos “vitalistas” que têm origem na obra de Deleuze e que, depois, encontrarão apoio na passagem supracitada de Marx. Como Marx antevia que o estágio “pós-industrial” coincidiria com um estágio pós-capitalista, sua descrição é destituída de elementos de contradição. Incorporando essa ausência de contradição, os novos conflitos passam a ser vistos pela tradição ítalo-francesa como resistências *à la* Deleuze. Não se tratariam mais de contradições internas cujo desenvolvimento levaria a uma ruptura emancipatória, mas de uma transição conflituosa, mas não contraditória, da passagem sem negatividade rumo a um “comunismo da imanência”. Por isso, para essa tradição, os elementos emancipatórios do pós-fordismo precisam ser positivamente afirmados.

Assim, se essa tradição brasileira (não apenas expressa na obra de Ruy Fausto e Eleutério Prado, mas também na daquela chamada de Economia Política do Conhecimento) quer identificar e recolocar as contradições na explicação do desenvolvimento do capitalismo, ela precisa ampliar o entendimento de uma série de questões cuja resposta permanece pendente para as diversas correntes do pensamento crítico. É tarefa investigativa comum determinar o verdadeiro alcance dessa nova configuração do capitalismo, a natureza dos novos conflitos no trabalho e das novas formas de geração do valor. Lembrando a distinção marxista entre método de exposição e método

de pesquisa<sup>2</sup>, é preciso uma nova ênfase na investigação do concreto para desembaralhar as categorias abstratas – do contrário, a disputa intelectual no âmbito da tradição crítica se resolveria de uma maneira “não crítica” (ou melhor, “pré-crítica”). Essa abordagem a partir da experiência está, aliás, presente em trabalhos das duas correntes<sup>3</sup>.

O interessante levantamento e discussão que Sardinha faz da literatura atual (tanto a da tradição brasileira, como da Ítalo-francesa, como da obra de Castells – que, aliás, também é criticado por eludir os antagonismos), sugerem algumas questões que conviriam ser investigadas a partir da experiência:

- Devemos unificar sob a ideia de uma crescente centralidade da informação nos processos produtivos esses dois processos talvez diferentes: o aceleramento do desenvolvimento tecnológico com um papel crescente no processo de valorização do capital; e a crescente mercantilização dos bens culturais, fruto da expansão da lógica do capital para a esfera cultural (as mudanças nas formas de trabalho e na organização e gestão deste trabalho sendo consequência da expansão dessas atividades produtoras de tecnologia e cultura)?
- Qual o verdadeira dimensão das novas formas. (“imateriais”/“cognitivas”/ “simbólicas”) de trabalho e seu impacto na configuração do capitalismo contemporâneo? Uma obra recém-lançada no Brasil de Richard Barbrook colocou em perspectiva histórica a promessa de uma sociedade “pós-industrial”/ “da informação”/ “em rede”. Há mais de cinquenta anos anuncia-se que uma nova era informacional vai chegar e que uma parcela da sociedade já vive hoje essa tendência de futuro. Como avaliar se esse crescente papel da informação é de fato o motor dinâmico da economia capitalista (como, na época de Marx, ainda era

- 
2. “É, sem dúvida, necessário distinguir o método de exposição, formalmente, do método de pesquisa. A pesquisa tem de captar detalhadamente a matéria, analisar as suas várias formas de evolução e rastrear sua conexão íntima. Só depois de concluído este trabalho é que se pode expor adequadamente o movimento real.” (MARX, K. *O Capital*. São Paulo: Nova Cultural, 1988, p. 26).
  3. É o caso, por exemplo, do trabalho de T. Negri et al., *Le Bassin de travail immateriel (BTI) dans la metropole parisienne* (Paris: Harmattan, 1996) ou o de Nicholas Garnham, *The Economics of Television* (Londres: Sage, 1988).

discutida a centralidade do capitalismo industrial) ou apenas mais um componente? Como ver a distribuição dessas novas modalidades de produção e de trabalho da perspectiva do sistema mundial? Quais os seus vínculos com o capital financeiro e com as formas persistentes do capitalismo industrial?

O livro de Sardinha levanta essas e outras difíceis questões cujas respostas não estão dadas e que só podem ser respondidas à luz da teoria, mas a partir da experiência que precisa ser investigada por toda uma geração de pesquisadores.

## Referências

FAUSTO, Ruy. **Marx**: lógica e política, t. 3. São Paulo: Ed. 34, 2002.

PRADO, Eleutério. Pós-grande indústria: trabalho imaterial e fetichismo. **Crítica marxista**, n. 17, 2003.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. **Trabalho imaterial**: formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MOULIER-BOUTANG, Yann. **Le capitalisme cognitif**: la nouvelle grande transformation. Paris: Éditions Amsterdam, 2007.

MARX, Karl. **O Capital**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

NEGRI, Antonio. et al. **Le Bassin de travail immateriel (BTI) dans la metropole parisienne**. Paris: Harmattan, 1996.

GARNHAM, Nicholas. **The Economics of Television**. Londres: Sage, 1988.

BARBROOK, Richard. **Futuros imaginários**: das máquinas pensantes à aldeia global. São Paulo: Peirópolis, 2009.



**44.**

## Estado e cinema no Brasil: educação, propaganda e diversão

João Elias Nery<sup>1</sup>

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. [1996]. 2ª Ed. São Paulo: Annablume; Fapesp; Itaú Cultural, 2008. 312p.

- 
1. Desenvolve estágio Pós-Doutoral na Escola Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (2013). Pós-Doutor em Comunicação Social (UMESP, 2008); Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1998); Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1993) e Graduado em Comunicação Social – habilitação Produção Editorial pela Universidade Anhembi-Morumbi (1984). Atua na docência e administração acadêmica na Faculdade Integral Cantareira. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Produção Editorial, atuando principalmente nos seguintes temas: livros no Brasil, cultura impressa, mídia brasileira, humor gráfico brasileiro, teoria crítica; Walter Benjamin. E-mail: jenery@gmail.com

## Introdução

A ideia de moderno associada à de universalização, o que implicava esforço na construção de *uma* identidade, imprescindível ao desenvolvimento industrial e à constituição de um mercado, valorizou os instrumentos de difusão cultural, abrindo um novo relacionamento do cinema com o poder. (SIMIS, p. 92)

O “Ciclo de Conferências 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo” apresentou, na sessão 19, que ocorreu no dia 04/10/2013, na ECA/USP, a obra “Estado e Cinema no Brasil”, de Anita Simis.

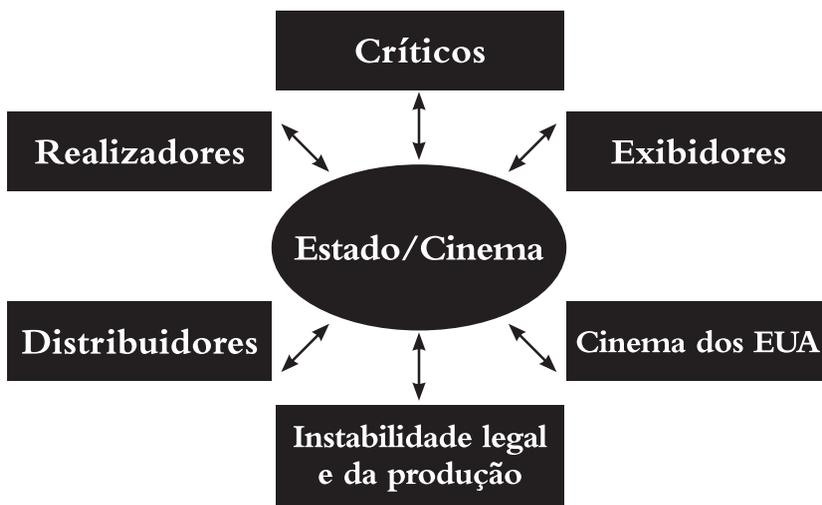
Pretendemos aqui situar a obra no contexto acadêmico e no campo de estudo, além de identificar as razões que levaram à sua inserção na sessão destinada aos dinamizadores dos estudos em comunicação.

Na apresentação da obra o crítico, professor e realizador Jean-Claude Bernardet identifica com precisão o que a qualifica como dinamizadora nos estudos sobre cinema no Brasil. De acordo com este autor, haveria uma “historiografia clássica do cinema brasileiro” que teria Alex Viany e Paulo Emílio Salles Gomes como seus principais representantes. Esta historiografia teria realizado uma “... história de cineastas, de realizadores e de filmes” e esgotou-se nos anos 1980. A partir dos anos 1990 houve uma reformulação na abordagem do cinema brasileiro, responsável por incluir novos objetos e metodologias de análise. O livro *Estado e cinema no Brasil* faz parte desse contexto e contribuiu decisivamente para a reconfiguração dos estudos do cinema no Brasil ao explicitar as relações entre Estado, cinema e mercado em um período de mais de três décadas, dos anos 1930 até meados dos anos 1960.

## Cinema no Brasil: entre Estado e mercado

Acompanhando as intensas disputas envolvendo segmentos do circuito especificamente cinematográfico – realizadores, distribuidores e exibidores –, passando pelos críticos e pela imprensa, até o campo político, Anita Simis investiga a trajetória do cinema no Brasil. Criamos um *mapa mental* que, entendemos, coloca em relação os diversos agentes que estão presentes no livro:

## Estado cinema no Brasil - Mapa mental



O Estado brasileiro ocupa o centro do processo, juntamente com a nova arte, festejada por intelectuais e artistas das artes tradicionais, principalmente pelas vanguardas europeias dos anos 1920. A questão que a autora busca responder é: porque o Estado brasileiro se organizou e o cinema não?

A resposta, construída ao longo da pesquisa, nos põe diante de uma complexa rede de relações, visualmente exposta no mapa mental que elaboramos. Segundo a autora, “Sem projeto cultural, a intervenção do Estado limitou-se a refletir a ‘guerra de posições’, entre os diversos interesses envolvidos” (p. 282), ou seja, ao longo das três décadas estudadas, o Estado brasileiro passou pela República Velha, superada por sua incapacidade de organizar o país a partir dos anos 1920; pela Revolução de 1930, na qual se iniciou o processo de centralização do Estado; pelo Estado Novo, ditadura que, seguindo as tendências totalitárias do período, centralizou todos os aspectos da vida social e política e expandiu o papel do Estado, incluindo o uso dos aparelhos de coerção como prática cotidiana; pelos anos 1946–1964, período de vida democrática, ao menos no que se refere ao voto; pela ditadura civil-militar iniciada em 1964, a segunda ditadura em menos de 20 anos do fim da primeira. Nesse período o cinema viveu intensas disputas entre realizadores, distribuidores e exibidores, tendo como “inimigo” a produção dos EUA e o Estado como protetor e incentivador. Não adquiriu estabilidade como indústria, apesar das iniciativas,

principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, que buscaram criar no Brasil, as condições para a existência da indústria cinematográfica. Assim chegamos aos últimos elementos do mapa elaborado: o cinema estadunidense, ou hollywoodiano e ao resultado do processo: instabilidade legal e da produção.

Apesar de concluir que o Estado não tem um projeto cultural, há significativas diferenças nas relações que se estabelecem ao longo do período estudado. A principal oposição ocorre entre Estado autoritário e democrático, e, portanto, entre política centralizadora e aquela na qual há espaço para intervenção dos diversos agentes dos campos cultural e político.

O que melhor expõe estas contradições é o Estado Novo, que, por meio do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) e de legislação específica, definiu o lugar do cinema na cultura nacional. Reconhecendo sua capacidade comunicativa, o regime incentivou o uso do cinema na educação, sob orientação do INCE (Instituto Nacional de Cinema Educativo).

Concomitantemente, de maneira inovadora no país, o cinema foi utilizado para fins de propaganda. Em um regime no qual a figura do ditador deveria ser amplamente difundida, o cinema e, particularmente, o cinejornal oficial, foi essencial para tornar Getúlio Vargas conhecido da população, contribuindo para a formação da imagem pública do governante e das realizações de sua gestão. Em um tempo em que não havia televisão e no qual a imprensa era privilégio de poucos, coube ao cinema a função de propaganda do regime, tarefa realizada, na ditadura civil-militar iniciada em 1964 pela televisão, que o fez em melhores condições, dadas as tecnologias e infraestrutura disponíveis para acesso aos telespectadores.

Ao longo da obra extensa pesquisa documental e bibliográfica é apresentada e, com a recuperação e análise da legislação e descrições/interpretações de críticos, intelectuais, realizadores e tecnocratas, elabora-se discurso com as diversas vozes presentes na trajetória do cinema no Brasil.

O extenso período incluído na pesquisa, de 1930 a 1966, da Revolução de 1930 ao Golpe de 1964 e os primeiros anos da ditadura civil-militar, analisa as relações institucionais em torno do cinema no Brasil de Getúlio a Castello, como faz o brasilianista T. Skidmore em obra na qual analisa o mesmo período, porém com foco em temas de outras áreas. Foram anos em que o país passou por uma revolução, dois golpes de Estado, processo de urbanização e industrialização que resultaram em um país muito diferente do que era no início do século 20. A organização do Estado sofreu fortes alterações a partir de 1930 e a discussão sobre seu papel permeou o período e tem influências sobre o cinema no país.

O Estado centralizador, planejador e com forte presença na economia, de-

fendido, com diferenças, no Estado Novo (1937-1945) e na ditadura civil-militar (1964-1985), levou a oscilações no papel do Estado em relação ao cinema. A autora conclui que o Estado teve diferentes posicionamentos nas questões relativas ao cinema, permanecendo mais no campo da discussão sobre o que fazer, ou, como registram os esclarecedores quadros com informações da produção de filmes no Brasil existentes no final do livro, levam a situações em que órgãos governamentais, como Ministério da Agricultura e DIP, tornaram-se os principais produtores de cinema em determinados períodos.

Já para o período democrático – 1945/1964 – a autora apresenta o cenário de disputa entre realizadores, distribuidores, exibidores e Estado na definição de políticas para o cinema. Seguindo parcialmente o modelo do Estado Novo, no período democrático houve intervenção do Estado na regulamentação da produção e distribuição do filme cinematográfico e, paradoxalmente, mais leis foram propostas e promulgadas do que na ditadura que o precedeu. O escritor e deputado federal pelo Partido Comunista Brasileiro Jorge Amado teve importante participação no período ao propor uma lei, nunca votada, que definia privilégios para o cinema nacional e criava obstáculos ao filme estrangeiro. As propostas contidas no projeto de Jorge Amado foram retomadas em diversos momentos subsequentes.

Para além da legislação, o período democrático foi eficaz em inserir o cinema nacional na cultura brasileira, o que a ditadura civil-militar tratou de desfazer, direcionando a produção para temas de interesse dos detentores do poder, distanciando o cinema da realidade e da estética que vinha sendo desenvolvida por realizadores de diferentes correntes. Anita Simis aborda esse viés no final do livro. Segundo a autora,

O movimento de retorno à iniciativa do Estado, no sentido de ampliar os limites da esfera legal de atuação e a perda do controle por parte do setor produtor na formulação da política, possivelmente contribuiu para isolar o cinema brasileiro, diminuindo a força da sua presença cultural e intelectual integrada no processo cultural brasileiro.

## **Nacional versus Universal: o inimigo hollywoodiano?**

As escolhas de Severiano Ribeiro são utilizadas pela autora para analisar o posicionamento de participantes do campo cinematográfico no Brasil

em um período de grande polarização quanto aos rumos a serem seguidos. Para Anita Simis,

Resta entender porque Severiano Ribeiro, mesmo controlando o tripé produção/distribuição/exibição, não desenvolveu a produção de longas-metragens em larga escala, preferindo manter a base de sua comercialização com a produção norte-americana. Em outras palavras, que vantagens esta última oferecia?” (p. 180).

A resposta da autora: “Sendo o filme mercadoria de características particulares, apenas sua produção em série poderia diluir os riscos financeiros: o fracasso de um filme era compensado pelo sucesso de outro; isoladamente, a renda de um filme nada significava” (p. 181). Tal análise vai ao encontro das interpretações de W. Benjamin, segundo o qual,

Nas obras cinematográficas, a reprodutibilidade técnica do produto não é, como no caso da literatura ou da pintura, uma condição externa para sua difusão maciça. A reprodutibilidade técnica do filme tem seu fundamento imediato na técnica de sua produção. Esta não apenas permite, da forma mais imediata, a difusão em massa da obra cinematográfica, como a torna obrigatória. A difusão se torna obrigatória, porque a produção de um filme é tão cara que um consumidor, que poderia, por exemplo, pagar um quadro, não pode mais pagar um filme.

Seguindo essa linha de argumentação, é possível compreender a escolha do empresário citado, que optou por atuar com maior ênfase na distribuição e exibição, que ofereciam menores riscos que a produção cinematográfica.

Estes aspectos são estudados por T. Adorno e M. Horkheimer. Na análise destes autores, trata-se da indústria cultural, expressão utilizada em duas situações no livro de Anita Simis. O predomínio da cultura produzida nos EUA a partir da segunda metade do século 20 acompanha toda a obra que comentamos.

A presença do cinema dos EUA como inimigo poderoso, contra o qual países europeus também precisaram lutar, é constantemente trazida à cena por agentes dos diversos campos imbricados na questão do cinema no Brasil. A compreensão da força da indústria cultural foi percebida de modo difuso e a tardia inclusão do Ministério das Relações Exteriores nas discussões acerca da regulamentação da entrada de filmes estrangeiros no Brasil é uma demonstração da dificuldade que

havia para entender que a pressão dos EUA era relevante para as decisões relativas ao cinema no Brasil. Segundo Anita Simis, citando pesquisa realizada por R. Johnson, A MPEAA (Motion Picture Export Association of America) era “[...] um dos organismos mais proeminentes junto ao governo de seu país, habilitado a negociar com os ministros de Estado estrangeiros e em colaboração com o Departamento de Comércio”. No Brasil esse organismo teve presença fundamental atuando junto a exibidores e parlamentares na defesa dos interesses do cinema dos EUA.

Como mostra a autora, há, como pano de fundo dessa história, a tentativa de transformar o cinema em indústria, seguindo o modelo hollywoodiano, no que fracassamos, como diversos outros países; nós, que fomos bem sucedidos em outras áreas da Indústria Cultural – imprensa escrita, rádio, TV, internet – falhamos com o cinema, a sétima arte, reverenciada por intelectuais e artistas.

Isto ocorreu, mesmo fazendo parte dessa história, além de críticos, realizadores, distribuidores e exibidores: todos os presidentes de Getúlio Vargas a Castello Branco, Fellinto Muller, à época senador da república, Vinicius de Moraes, Jorge Amado e Rui Barbosa, entre outros políticos, artistas e intelectuais que interferiram nos rumos do cinema no Brasil, demonstrando que o campo político e o cultural tiveram importante papel nesse processo.

A autora dialoga com representantes do Estado, da crítica e do sistema de realização, distribuição e exibição do filme, buscando apresentar interpretações destes aos diferentes contextos nos quais o cinema se desenvolveu. Identifica posicionamentos e o resultado da relação Estado/campo cinematográfico. As falas reproduzidas e as interpretações destas indicam ausência de um projeto amplo, incoerências e resultados decepcionantes, como o apresentado pela autora à página 88:

Quando o exibidor se associou com o distribuidor estrangeiro, o produtor nacional não conseguiu competir com o preço oferecido pelos filmes importados, cujos investimentos com os avanços técnicos da indústria eram ressarcidos em seus mercados de origem.

A apresentação das diferentes leis criadas para orientar as ações e de seus resultados exigiu pesquisa extensa, que permitiu à autora navegar com segurança e propriedade na temática escolhida e a produzir análises inovadoras e esclarecedoras quanto ao papel dos segmentos que participaram do campo cinematográfico no Brasil. Em um livro de 312 páginas há 416 notas, que recuperam informações essenciais para a compreensão da dinâmica que se estabeleceu ao longo de três décadas e meia.

O percurso acadêmico na área de ciências sociais contribuiu para a análise do cinema como objeto de interesse de diferentes segmentos da sociedade. O texto que deu origem ao livro é fruto de pesquisa de doutorado realizada na FFLHC/USP nos anos 1990, publicada pela Annablume em 1996. Com o prêmio “Rumos Pesquisa: gestão cultural 2007-2008”, uma nova edição foi feita pela mesma editora, em 2008, com formato maior, mas mesmo conteúdo. Os livros desta edição estão disponíveis para aquisição no site da editora, porém, em setembro e outubro de 2014, o mesmo não ocorria nas principais livrarias que comercializam pela internet.

As edições, o prêmio recebido e as resenhas já feitas sobre o livro indicam sua importância para a compreensão da trajetória do cinema no Brasil em sua interface com o Estado, a sociedade civil e com o mercado, pois, apesar do título explicitar a relação Estado/cinema, seu conteúdo aborda os processos que levaram à hegemonia do cinema dos EUA no Brasil, pois,

Apesar da preferência do público brasileiro pelo cinema nacional, a produção cinematográfica no Brasil nunca foi estável. As razões que impediram a concretização desta indústria de entretenimento é o tema deste livro de Anita Simis. Remontando a história do cinema nacional desde o fim do século XIX até o início do período sob o governo militar de 1964 e privilegiando o aspecto político institucional, a autora mostra a complexidade da relação entre ‘Estado e Cinema no Brasil’, estabelecendo uma comparação entre o período autoritário e o democrático, e desvenda porque o Estado brasileiro se organizou e o cinema não.<sup>2</sup>

Representantes do Estado, do campo cinematográfico e da cultura têm suas opiniões apresentadas por meio de seleção criteriosa do que houve de mais representativo para a trajetória do cinema no Brasil. Dividido em três partes – 1930/1945, 1945/1964 e 1964-1966 – o livro tem o mérito de explicitar o posicionamento dos diversos segmentos e de estabelecer diálogo entre tais segmentos buscando elucidar as razões para as escolhas feitas, o que se pretendia e os resultados efetivos das ações resultantes de tais escolhas. A postura da pesquisadora não é de neutralidade, mas, da mesma forma, não é a de alguém que

---

2. Disponível no site da editora ([www.annablume.com.br](http://www.annablume.com.br))

toma partido *a priori* e busca nas fontes informações para confirmar aquilo que para a autora seria o mais conveniente.

Tal postura tem relevante alteração no capítulo IX, “Nacionalistas versus Universalistas?”, no qual analisa o posicionamento de realizadores durante os primeiros anos da Ditadura Civil-Militar (1964-1985). A autora, no capítulo VIII, apresentara as ações do Estado, que criara o INC – Instituto Nacional de Cinema – órgão que seria responsável pela política e financiamento nos primeiros anos do regime.

A polêmica se estabelece com relação à existência de dois polos, um “industrialista-universalista”, outro “nacionalista”, ideia defendida por José Mario Ortiz Ramos. A autora indica que Bernardet e Galvão já haviam afirmado a existência de dois polos antagônicos desde o fim dos Estúdios Vera Cruz de São Paulo. A autora reconhece as divergências, porém as relativiza, mostrando o posicionamento de participantes do campo, que teriam oscilado na defesa do cinema alternativo, de autor, e do cinema industrial, financiado e controlado pelo Estado. Além disso, haveria menos diferenças entre um polo e outro, do que o afirmado por José Mario Ortiz Ramos.

Se discorda da análise quanto aos dois polos, a autora afirma que há outro aspecto a ser considerado: a existência de dois polos regionais – São Paulo e Rio de Janeiro – que se posicionaram de maneira oposta quanto à criação do INC, uma autarquia que, para os participantes do campo cinematográfico estabelecidos no Rio de Janeiro seria uma forma do Estado de controlar a produção, que deixaria de ser livre. Já os paulistas, em sua maioria, apoiaram a criação do órgão, participando das discussões que levaram à sua criação com modificações propostas por estes representantes do campo cinematográfico, no caso, paulista.

A autora segue contribuindo com o campo da comunicação, como docente na Universidade Estadual Paulista (Unesp) e participando de entidades científicas que pesquisam a cultura audiovisual, como SOCICOM, utilizando as referências das ciências sociais na análise do cinema e demais objetos de estudo de interesse da comunicação, dando continuidade à fértil e antiga relação entre as ciências humanas e sociais.

Constatai, com a leitura desse livro, o que Jean-Claude Bernardet afirma na apresentação: aprendi muito sobre cinema no Brasil, pouco sobre filmes e seus realizadores, que não são estudados na obra, uma vez que esta busca outros recortes para entendermos a trajetória do cinema no país.



# 45.

## A implantação da TV digital aberta no Brasil

Dirceu Lemos da Silva<sup>1</sup>

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

SQUIRRA, Sebastião; BECKER, Valdecir (orgs.). **TV Digital.BR:** Conceitos e estudos sobre o ISDB-Tb. (Coleção azul de Comunicação e Cultura), 1 ed. São Paulo: Ateliê, 2009. 282 p.

- 
1. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Santa Cecília (1996) e especializações em Comunicação: Rádio, Televisão e Cinema (2001), pela Universidade Independente de Lisboa (Portugal), e em Produção Executiva e Gestão da Televisão; (2010), pela FAAP – SP. Mestre em Programação de TV e doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Produtor de TV por 19 anos, possui experiência no planejamento e na realização de programas de TV, documentários e transmissões ao vivo, na produção de locações, edição de imagens e na coordenação operacional de ilhas de edição e estúdios. Tem experiência na produção executiva de comerciais em película (16mm), na produção de curta-metragem (35mm) e na produção de RTVC em agência publicitária. Há 10 anos é docente e atualmente leciona na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e na Universidade Santo Amaro (UNISA).E-mail: dirceulemos@yahoo.com.br

Organizado por Sebastião Squirra e Valdecir Becker, dois respeitados pesquisadores na área, o livro “TV Digital.Br: Conceitos e Estudos sobre o ISDB-Tb” é fruto do trabalho realizado pelo grupo de estudo temático TV Digital Interativa, formado por alunos e professores do curso de especialização ‘Produção para a TV Digital Interativa’, oferecido pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) entre 2007 e 2008.

O núcleo de TV Digital Interativa é um dos subgrupos do COMTEC – Comunicação e Tecnologias Digitais, da UMESp. Coordenado pelo professor S. Squirra, o grupo de pesquisa estuda a comunicação social e suas formas de difusão digital, efeitos e perspectivas.

“TV Digital.Br” foi lançado em 2009, pela Ateliê Editorial, em uma época de pouca literatura em português existente sobre o assunto. A obra apresenta o contexto das mídias sociais com enfoque na TV digital aberta, abordando de maneira interdisciplinar desde aspectos técnicos e teóricos, até as implicações práticas dessa tecnologia. O objetivo dos organizadores era lançar um livro que servisse de base para um melhor entendimento sobre a TV digital interativa.

São 13 autores divididos em 10 capítulos. Os temas foram separados em diferentes áreas de conhecimento para permitir que um profissional da área pudesse partir da idealização à implantação de novos conteúdos para esta tecnologia.

Diante de um cenário convergente, com novas formas de distribuição, como os telefones celulares que acessam a *web* e recebem sinal de TV, também foram convidados para o livro especialistas em produção para dispositivos móveis e internet a fim de “apresentar a TV digital interativa sem preconceitos, dentro de um contexto de produção multimídia e multifacetada, no qual o conteúdo audiovisual é acessível através de diversas fontes, além da televisão” (SQUIRRA; BECKER, 2009, p.10).

O primeiro capítulo, “Aspectos Teóricos e Tecnológicos da TV Digital Interativa”, do professor Carlos Montez, da Universidade Federal de Santa Catarina, passa uma visão geral dos princípios básicos da televisão e seus componentes, como a imagem e o som: teoria tricromática, quadros e linhas que compõem um vídeo, resolução de imagem, entre outros temas.

De forma didática, o texto também explica as diferenças entre o sinal analógico e digital (*bits*, *codec*, compressão multimídia), as vantagens técnicas da digitalização do sinal, além das características técnicas da transmissão da informação digital (multiplexação e modulação) e da etapa de recepção (*set top box*). Para Montez, a TV digital interativa é uma evolução dos seus antepassados analógicos, por oferecer uma melhor qualidade de som e imagem, além de novos serviços. Porém, esse novo tipo de televisão

precisa ser tratado como uma nova mídia, e não uma simples junção de tecnologias de TV, computador e internet.

No segundo capítulo, “A TV Digital e as Tecnologias da Comunicação”, de S. Squirra, a televisão é mostrada como o meio de comunicação mais popular no Brasil. Entretanto, para autor, o atual modelo está com os dias contados, pois as tecnologias digitais apontam para mudanças de comportamento de um homem cada vez mais intraconectado, miscigenado, às mídias digitais, onipresentes. O artigo também resgata a importância de outros aparatos tecnológicos, no território da comunicação, como o telefone fixo, por exemplo, além de fazer um retrospecto político-econômico sobre a implantação da TV digital brasileira, ocorrida em dezembro de 2007. Squirra finaliza discutindo pontos fundamentais da convergência tecnológica e da interatividade.

No capítulo três, “Televisão Brasileira e Acesso Público”, os pesquisadores Almir Almas e Ana Vitoria Joly contextualizam a evolução mostrada nos artigos anteriores, saindo do aspecto puramente técnico e focando em conceitos como acesso público e participação popular, por meio da inclusão digital e da interatividade.

Almas e Joly analisam a participação comunitária no modelo brasileiro de radiodifusão e as possibilidades de produção e transmissão de conteúdos audiovisuais criados pelos telespectadores. O texto traz diversas experiências nacionais (Globo, AIC etc.) e internacionais (BBC, CITV, Current TV etc.) de acesso público à radiodifusão e cabodifusão, incluindo leis que garantem os canais comunitários, além de exemplos de acesso a ferramentas mais leves e baratas de transmissão audiovisual com o advento da *web 2.0*.

“Produção Interativa de TV e Roteiro para Novas Mídias”, escrito pelos jornalistas Alexandre Mendonça e Fernando Crócomo, discute as mudanças no processo de produção de programas interativos e a importância do trabalho multidisciplinar na produção de conteúdo para esta tecnologia.

Neste quarto capítulo, em um texto fluente e rico em diálogos, os autores mostram passo a passo como um programa é feito e qual a diferença de se produzir conteúdos para a TV interativa. São citadas experiências de aplicativos interativos, pensados na linguagem desta nova mídia, e exemplos dos primeiros programas interativos produzidos pelo NTDI (Núcleo de TV Digital Interativa da Universidade Federal de Santa Catarina).

Mendonça e Crócomo afirmam que o trabalho em conjunto de diversas áreas pode resultar num conteúdo mais interessante, interativo e útil para o usuário. Para ajudar na integração de todos os envolvidos na realização de um programa interativo, apresentam sugestões para um novo formato de roteiro de TV.

“Ambiente para Desenvolvimento de Aplicações Declarativas para TV Digital Brasileira” é o capítulo cinco, escrito pelo professor Luiz Fernando Gomes Soares, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Com uma linguagem mais técnica, o texto descreve o *middleware*, a camada de *software* localizada entre o sistema operacional e as aplicações (programas de uso final).

Soares aborda a diferença entre os dois conjuntos de aplicações para a TV digital, o das aplicações declarativas e o das aplicações procedurais, e apresenta o ambiente declarativo do *middleware* Ginga-NCL. Também explica que o sincronismo espacial e temporal, e a adaptabilidade do conteúdo, devem representar a maior parte das aplicações para TV digital.

O quinto capítulo, “A Linguagem NCL e o Desenvolvimento de Aplicações Declarativas para TV Interativa”, é o texto mais técnico de todo o livro (talvez de difícil compreensão para os mais leigos no assunto). Nele, o especialista Günter Herweg Filho aprofunda a linguagem NCL (*Nested Context Language*), as aplicações declarativas e o modelo conceitual NCM (*Nested Context Model*).

Parte integrante do decodificador do Sistema Brasileiro de Televisão Digital, o *middleware* Ginga é o responsável pelo gerenciamento das aplicações feitas em linguagem NCL, que se baseia no NCM, um modelo conceitual para representação e manipulação de documentos hipermídia.

Para o autor, é importante que os profissionais da área compreendam os conceitos específicos de NCL e NCM, um dos pilares da interatividade na TV digital, como por exemplo: *links* (“elos”), *content node* (nó de conteúdo) ou *media node* (nó de mídia), *composite node* (nó de composição) ou *context* (contexto), *port* (portas), *anchor* (âncoras), *connector* (conector), *role* (papel), entre outros.

Sobre o NCL, Günter Filho explica sua organização e modularização, além da edição de comandos e das áreas funcionais *structure*, *layout*, *components*, *interface*, *presentation specification linking*, *connectors*, *presentation control*, *timing*, *reuse*, *navigational key*, *animation*, *smil transition effects* e *smil meta-information*.

O capítulo sete, “Desenvolvimento de Conteúdo Audiovisual para Dispositivos Móveis”, dá ênfase à produção audiovisual para este tipo de mídia. Rogério Furlan e Karla Caldas Ehrenberg traçam a evolução tecnológica do aparelho celular até o surgimento dos *smatphones*. Para os autores, é necessária a adaptação na elaboração e produção de conteúdo neste aparelho, pois o celular possui características próprias, tanto tecnológicas quanto sociais. A começar pelo tamanho de tela, que exige a utilização de planos fechados, uso de caracteres em tamanho diferenciado, preferência por movimentos de câmera mais suaves, e uma iluminação mais homogênea, com pouca variação de contraste.

Completando o assunto, Sammyr S. Freitas apresenta o capítulo oito, “Desenvolvimento de Conteúdo Audiovisual para Internet”. O artigo conceitua e explica as formas de comunicação audiovisual presentes na internet.

A conexão de banda larga criou condições para o aumento da circulação de vídeos na *web*. Novos negócios surgem a todo o momento, com diferentes formas de acessar, interagir e visualizar conteúdo audiovisual. Freitas analisa as implicações desta plataforma como distribuidor de conteúdo. Ele descreve o perfil dos nativos digitais (geração M) e as características dos profissionais envolvidos nesse processo.

O artigo também fala sobre os formatos de arquivo e compressão de áudio e vídeo, explica a codificação e decodificação de sinais, compara a resolução das telas e disponibiliza duas listas descritivas: das ferramentas para criação vídeos na internet (Final Cut Pro, Adobe After Effects, Maya, Pro Tools etc.) e os principais serviços de distribuição/transmissão de conteúdo audiovisual na *web* (YouTube, Joost, Porta Curtas etc.)

Em “A Publicidade em Novos Meios e as Perspectivas para TV Digital no Brasil”, a pesquisadora Alia Nasim Chaudhry apresenta os caminhos e as oportunidades da publicidade interativa. Atualmente vivemos numa revolução digital, onde as tecnologias se popularizaram e passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas, permitindo novas formas de comunicação. Seja por meio das redes sociais da internet, dos telefones celulares, dos terminais interativos nos pontos de vendas, e outras mídias digitais, os anúncios passaram a incentivar a participação do consumidor por meio de mensagens, fotos e vídeos.

Neste capítulo nove, a autora ressalta a importância do uso das novas tecnologias no planejamento de mídia, com campanhas cada vez mais segmentadas e formatos personalizados, de acordo com as características do público alvo. Com exemplos de campanhas veiculadas no Brasil e no mundo, o texto trata das particularidades da publicidade no celular, na internet e na TV digital, com destaque para o merchandising, alta definição, multiprogramação, interatividade, vídeo sob demanda (VOD), gravadores digitais (Tivo), portabilidade e mobilidade.

De acordo com Chaudhry, a interatividade proporcionada pela TV digital traz novos desafios à criatividade e produção publicitária. Entretanto é necessário que o mercado esteja disposto a criar novos formatos de publicidade. Em tese, a possibilidade da multiprogramação da TV digital, que é a transmissão simultânea de vários programas dentro de um mesmo canal de 6 MHz, ou vê-lo em diferentes ângulos por meio do recurso multicâmera, traria novas oportunidades à publicidade.

Faltam definições do mercado sobre a utilização destes recursos tecnológicos. “Às emissoras, tanto abertas quanto fechadas, cabe definir diretrizes especialmente sobre a veiculação de comerciais interativos, que podem competir

entre si, e sobre o uso do canal, em relação à alta definição e multiprogramação” (CHAUDHRY in SQUIRRA; BECKER, 2009, p.222). Chaudhry conclui afirmando que no momento em que os parâmetros da TV digital brasileira estiverem mais concretos, será possível de fato investir em formatos mais próximos dos consumidores e mais rentáveis aos anunciantes.

No décimo capítulo, “Usabilidade e Interação Humano-computador na TV Digital Interativa”, o coordenador do curso de especialização ‘Produção para a TV Digital Interativa’, da UMESP, Valdecir Becker, discute a usabilidade da televisão interativa e faz uma contextualização teórica da interatividade na TV, visando explicar a relação do ser humano com as tecnologias digitais.

A interação humano-computador (IHC), especificamente a usabilidade, tem sido uma ferramenta indispensável na produção de novas tecnologias cada vez mais sofisticadas e que chegaram aos mais variados ambientes, como automóvel, cozinha, sala de estar, escritório etc. Entende-se por usabilidade os atributos: facilidade de aprendizado, eficiência de uso, facilidade de memorização, baixa taxa de erros e satisfação subjetiva.

Becker analisa a relação truncada entre a teoria e prática na IHC, tentando compreender se as aplicações interativas da TV digital demandam novas ferramentas. Ele resume as primeiras visões sobre interface e a evolução do *design*, passando pela teoria da atividade e os estudos de contexto. Diante de uma nova visão de usabilidade, onde os artefatos são pensados a partir do contexto em que podem ser usados, a TV interativa apresenta cenários inimaginados nos testes de usabilidade.

Em relação à tecnologia, a TV interativa converge radiodifusão, informática e telecomunicações num único serviço, por meio de telefone, cabo, satélite ou até mesmo sem canal de retorno (interatividade local, quando o usuário interage com informações no próprio terminal de acesso). Por meio de softwares, o usuário pode acessar informações em tempo real independente do que está sendo assistido.

Para Valdecir Becker, o sistema de multidispositivos na televisão interativa abre a possibilidade de cada pessoa interagir isoladamente com o televisor, navegar pela tela da TV e completar informações do programa usando o aparelho celular para visualizar as interfaces. No display, a interface da interatividade e a imagem da TV podem coabitar de forma exclusiva, repartida ou pausada (onde o usuário interrompe o vídeo para acessar as aplicações).

O autor conclui o texto afirmando que o desafio da nova usabilidade é encontrar respostas, rapidamente, às novas tecnologias que surgem numa velocidade acelerada. Para que a usabilidade da TV digital seja efetiva, é preciso incluir todos os tipos de pessoas, das mais intelectualizadas às alfabetizadas de nível rudimentar. Enquanto

que a televisão analógica é compreendida por analfabetos totais, na TV interativa todos os recursos disponíveis e o *layout* (cores, estilos, formatos, etc.) aumentam a complexidade do projeto, devido às enormes variações físicas, cognitivas e sociais dos usuários. “Por isso, a usabilidade dos programas e dispositivos da TV digital interativa é algo extremamente importante para garantir uma melhor qualidade de vida para a população em geral, bem como para os idosos e para as pessoas menos alfabetizadas tecnologicamente” (BECKER in SQUIRRA; BECKER, 2009 p. 266).

No final da obra, são apresentadas mini biografias dos autores que ajudaram na realização deste trabalho.

Dizer que o avanço da tecnologia é incrivelmente rápido é lugar-comum. Hoje vivemos a fase de implantação das redes 4G na telefonia móvel, do armazenamento de dados na nuvem, dos videogames de última geração com sensores de movimento etc. Por isso, se considerarmos que o livro foi escrito em 2008 e publicado em 2009, podemos afirmar que “TV Digital. Br: Conceitos e Estudos sobre o ISDB-Tb” é uma obra datada, como toda publicação que possui a tecnologia como tema principal.

Por causa disso, algumas informações no livro já se encontram desatualizadas como, por exemplo, a lista em que o canal FIZTV aparece entre os principais serviços de distribuição/transmissão de conteúdo audiovisual na *web* (p.214). O FIZTV foi uma iniciativa do grupo Abril de fundir de forma inédita internet e televisão, veiculando na TV por assinatura (TVA e Telefônica TV Digital) os vídeos feitos e avaliados pela própria audiência. Os usuários eram produtores e consumidores de vídeos, podendo decidir até mesmo a grade horária da programação. O canal encerrou suas transmissões definitivamente em 30 de junho de 2009, alegando problemas de distribuição nos canais pagos (a NET e a SKY não o exibiam).

Outro ponto datado está no capítulo sete, sobre o desenvolvimento de conteúdo audiovisual para dispositivos móveis (em 2009, sequer existiam os *tablets*). Furlan e Ehrenberg afirmam que os dispositivos móveis não podem ser considerados um complemento de veiculação para as mídias já existentes, pois eles possuem capacidade e características para ser um novo veículo de comunicação. Por isso, a transmissão de vídeos em aparelhos celulares exige outra linguagem, com a gravação de planos fechados e uso de caracteres em tamanho diferenciado (p.180). “Por se tratar de uma nova mídia que requer adaptações na sua produção em relação aos meios já consolidados, podemos afirmar que a transmissão direta do conteúdo das TVs abertas para os celulares não é uma opção recomendável” (FURLAN; EHRENBURG in SQUIRRA; BECKER, 2009, p.178-179).

No capítulo nove, sobre a publicidade na TV digital, Alia Chaudhry descreve a multiprogramação como um dos recursos a ser explorado pelas emissoras de TV para aumentar suas receitas.

Ambos os textos foram escritos antes da publicação da Portaria N° 24 do Ministério das Comunicações, de 11 de fevereiro de 2009, que aprova a Norma Geral para Execução dos Serviços de Televisão Pública Digital n° 01/2009, e estabelece regras para a multiprogramação.

Pela norma, “a multiprogramação somente poderá ser realizada nos canais [...] consignados a órgãos e entidades integrantes dos poderes da União”. Ou seja, dos canais públicos atualmente no ar, apenas TV Brasil (EBC), TV Justiça, TV Senado, TV Câmara, emissoras dos legislativos estaduais e municipais, TV Escola e Canal da Cidadania (do Ministério da Educação) podem se beneficiar da multiprogramação. Todas as demais emissoras comerciais ou mesmo as de programação de caráter educativo, como a TV Cultura, foram proibidas de usar o recurso.

Os autores de “TV Digital.Br”, por vezes, expressam fortes doses de otimismo e esperança: “O que se verifica, no Brasil, é que, além das mudanças que se preveem evidentes, na questão técnica, espera-se que existam também mudanças no modelo de radiodifusão em operação no país. E, em outros aspectos, também na linguagem da mídia televisão” (ALMAS; JOLY in SQUIRRA; BECKER, 2009, p.73-74).

Outra manifestação otimista: “Pela primeira vez na história da comunicação massiva, os telespectadores terão canais de retorno para a expressão dos seus desejos e manifestações individuais” (SQUIRRA; BECKER, 2009, p.12).

No entanto, tudo isso parece mais cena de ficção futurista do que realidade. Mesmo diante de tantos avanços tecnológicos, nos últimos anos pouca coisa avançou na TV digital brasileira. Apesar de cobrir em mais de 46,80% da população brasileira, segundo dados da Anatel (maio de 2012), a interatividade não chegou à maioria dos televisores, o uso da multiprogramação na TV aberta comercial foi proibido, e a publicidade interativa na TV praticamente inexistente.

Durante vários anos não houve nenhum incentivo à produção de *set top boxes* com interatividade. Tardiamente, o governo determinou que, a partir de janeiro de 2013, 75% das TVs com tela de plasma fabricadas na zona franca de Manaus viessem com o middleware Ginga. Esse percentual aumenta para 90% a partir de janeiro de 2014.

Seja por razões políticas e/ou econômicas, o que se lê nas entrelinhas da implantação da TV digital interativa é de que existem agentes contrários ao seu funcionamento, em sua plenitude. Com exceção da transmissão em HD (alta

definição de som e imagem), que interessa comercialmente, é explícito o boicote das emissoras aos recursos digitais. Somado ao visível desinteresse do Ministério das Comunicações, com a ausência de regulamentação governamental, as promessas da TV digital brasileira ainda estão longe de acontecer.

## Referências

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Portaria nº 24, de 11 de fevereiro de 2009**. Brasília-DF Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/portarias/26730-portaria-n-24-de-11-de-fevereiro-de-2009>> Acesso em: 14 out. 2013.

PORTAL BRASIL. Fabricação de TVs com software de interatividade Ginga será obrigatória em 2013. Brasília-DF Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2012/02/portaria-define-producao-de-tvs-com-interatividade-na-zona-franca-de-manaus>>

SQUIRRA, S.; BECKER, Valdecir (orgs.). **TV Digital.BR: Conceitos e estudos sobre o ISDB-Tb**. 1 ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009, 282 p. (Coleção azul de comunicação e cultura)

TELECO. **TV Digital no Brasil: Cronograma de Implantação**. São José dos Campos-SP Disponível em: <[http://www.teleco.com.br/tvdigital\\_cobertura.asp](http://www.teleco.com.br/tvdigital_cobertura.asp)> Acesso em: 17 out. 2013.



## 46.

# Comunicação, ciência e convergência muito além dos tags

Daniel S. Galindo<sup>1</sup>

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo / ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

CARRASCOZA, João Anzanello, ROCHA, Rose de Melo, (orgs.)  
**Consumo midiático e culturas da convergência** – São Paulo:  
Miró Editorial, 2011. 183p.

- 
1. Possui doutorado em Comunicação Científica e Tecnológica pela Universidade Metodista de São Paulo (2000) e Pós Doutorado pela faculdade de Comunicação e Ciências da Informação da Universidade Complutense de Madrid. Atualmente é professor titular da Universidade Metodista de São Paulo e professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação integrada de marketing, novas tecnologias a serviço da comunicação com o mercado, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação integrada de marketing, novas tecnologias a serviço da comunicação com o mercado, marketing, publicidade e consumo. E-mail: galindo@sti.com.br

Poderíamos iniciar essa resenha comparando-a como um triângulo isósceles, afinal cada vértice ocupa sua condição de valor estrutural e de equilíbrio na forma final, dessa figura que pode ser alterada em sua posição sem perder contudo sua forma ou proposta estética. No entanto, em uma sociedade em que tudo é reduzido a índices, ou melhor, a sinalizadores que garantam limitar o espectro de busca e delimitar as abordagens, os autores têm razão ao apontar o fenômeno da comunicação em sua condição de ciência expressa na reprodutibilidade dos meios e, mais ainda, na sua condição de uma cultura de convergência.

A construção do livro discutido neste espaço coincidentemente apresenta três vértices: 1) Pressupostos epistêmicos: interface entre comunicação, consumo e convergência, 2) Convergências tecnológicas: produção e consumo midiático no campo digital e televisivo e 3) Convergências audiovisuais: produção e consumo midiático no campo cinematográfico. Essa divisão equilibra e converge a produção de nove textos, trabalhados por onze autores, portanto assumo de imediato o voo rasante sobre as realidades aqui trabalhadas e a tentativa de maior imersão sobre abordagens que intencionalmente permitam ir além dos tags.

Ao eleger o primeiro texto: “A comunicação é a ciência das convergências”, deliberadamente estou ancorando o fenômeno da convergência no campo da comunicação em um deslocamento necessário para entendê-la fora do contexto ou senso comum do tag: tecnologia.

Ao usar como ancora a proposta de Lucien Sfez, a autora pondera sobre a comunicação dialogar com os mais diversos campos epistêmicos e as consequências perceptivas enviesadas entre os atores sociais sobre a relatividade presente na práxis do comunicar ou tornar comum. No entanto, essa relatividade deixa de existir quando os demais campos do conhecimento se valem ou se materializam através da comunicação que permeia todas as demais ciências, algumas inclusive qualificadas ou rotuladas como ciências duras ou exatas, como se as demais ciências tidas como fluídas fossem inexatas. O que talvez passe ao largo da discussão seja o fato de que tudo que se constitui como uma determinada realidade ou ocorrência só o é quando comunicado. Se cabe a comunicação materializar uma determinada realidade ou fato, ela o faz no campo do simbólico, daí uma aversão generalizada sobre a subjetividade das representações como alegam alguns, desconhecendo a linguagem como tecnologia e os meios como suportes tecnossociais. Seria saudável imaginar a ciência sem o aporte da comunicação, mas também seria insano imaginar o processo comunicacional sem a intencionalidade dos atores envolvidos no processo de interação e de negociação presente nas trocas simbólicas que promovem sentido aos participantes.

Ao buscar uma referência em um trabalho da pesquisadora Malena Contrera de 2010, a autora resgatou duas situações pertinentes: a “literalidade” e a “crise das competências simbólicas”. Sem dúvida os modelos literalizantes conduzem a percepções equivocadas, pasteurizadas, deslocadas de uma contribuição pensada e refletida, seria impossível não associarmos essa condição a “crise das competências simbólicas” seja na codificação, seja na disseminação e, mais ainda, na recepção. A convergência é bem mais complexa quando vista como um comportamento, ou uma cultura assimilada por um novo habitat dos atores tecnossociais em uma sociedade midiática e midiaticizada e mergulhada nas representações.

Tal qual a autora, me permito citar Jamelson em seu texto “Pós-modernidade e sociedade de consumo” resgatando sua constatação sobre a penetração da televisão e dos demais meios de comunicação de uma forma sem precedente, permeando toda a sociedade. Isso o levou a concluir que tratava-se de um dos traços definidores da sociedade pós-moderna, caracterizada como a transformação contínua da realidade em imagens somada a fragmentação do tempo em uma sequência de presentes perpétuos, ou seja, é nesse território que a cultura da convergência foi gerada, alimentada e floresceu com as potencialidades técnicas desenvolvidas a partir da integração ou convergência de três indústrias: mídia, informática e telecomunicações, como advoga Jesus Timoteo Alvarez (2004) ao se referir a uma nova paisagem social.

Certamente por uma questão de escolha pessoal a autora não citou a obra de Henry Jenkins (2008) “Cultura da Convergência”. Todavia é nesse trabalho que encontramos os argumentos da convergência não como decorrência dos *devices*, mas de uma nova forma de participação ativa dos atores sociais. Nesse sentido, ele evidencia a convergência como uma ocorrência cerebral dos atores individualmente e em suas relações sociais com os outros, ao reconhecer que a produção coletiva de significados, inclusive na cultura popular, tem promovido mudanças em diversas áreas. No entanto, o que estamos trabalhando aqui é o que acredito ser o ponto comum entre esses tags: o reconhecimento da existência de algo maior que o pseudo determinismo tecnológico que apresenta-se como uma utopia apoiada no discurso de uma tecnicidade atávica a sua expressão. Portanto, se faz necessário ir além da literalidade apontada por Malena Contrera.

Repito como importante a autora valer-se de um recorte do trabalho do pesquisador Roberto Igarza de 2008 em que este apresenta a convergência como uma nova utopia tecnológica. Contudo, o autor articula duas características essenciais: o compartilhamento e a multidirecionalidade comunicativa. Desnecessário pontuar que tais circunstâncias estão presentes em uma nova cultura, em que o

agente comunicacional, sob o ponto de vista cultural, seria a grande mola propulsora de uma transformação onde a circulação de informação transcende os meios, como apontado por Igarza. Nesse sentido, a convergência e a comunicação estão vinculadas, ou na colocação da autora “se a comunicação é a ciência das vinculações, parece-nos oportuno defender que convergir, na acepção dessa ciência, relaciona-se ao vincular, muito mais do que simplesmente a conectar” (p.15).

O texto, “Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo”, produzido pela pesquisadora Maria Aparecida Baccega, aponta para uma condição símile ao espaço da convergência, quando a autora menciona o mercado como um espaço além de um mero lugar de trocas e sim como um território de interações e escolhas, certamente evidencia como importante: o diálogo entre sujeitos, visando atender suas necessidades materiais e culturais. A constatação de que estamos diante de uma sociedade mídia, cuja produção e consumo do simbólico se sobrepõe ao consumo material e da própria comunicação, é resgatada pela autora ao buscar em Quesada mencionar o termo *extramídia*, mesmo valendo-se de uma nota de rodapé, é possível compreender o discurso da publicidade na mídia, embora fora dos espaços convencionais da publicidade. Esse deslocamento do lócus da publicidade é pertinente ao processo da convergência e poderíamos aqui estabelecer uma ponte com o texto do pesquisador João Anzanello Carrascoza e Christiane Paula Godinho Santarelli, quando aponta para a estética do precário e o uso deliberado da publicidade transitória e desterritorializada dos espaços midiáticos convencionais, recebendo inclusive o título metafórico de “publicidade de guerrilha”.

O capítulo, “Convergência entre a arte e valor do precário na criação publicitária”, corrobora com as posições assemelhadas de Jenkins e Igarza ambos de 2008, quando mencionam que a convergência ocorre no cérebro dos atores sociais de forma individual e das suas interações sociais com os demais atores. No entanto ao trabalhar com as novas manifestações comunicativas na publicidade Carrascoza e Santarelli resgata a reciclagem de ideia e o inevitável trabalho de *bricouler* do emissor/ produtor, isso pode ser entendido da mesma forma que colocado por Jenkins (2008, p.27) quando menciona, “[...] as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. Parece-me que o valor do precário na publicidade, apoiado nos exemplos selecionados e disponibilizado pelo autor nos anexos do texto, sintetiza a cultura da convergência vivenciada por emissores e receptores em suas competências de produtores de sentido.

As abordagens presentes na segunda parte do livro, mantêm o guarda chuva das convergências tecnológicas, mas abrigando em seu interior os fatores de pro-

dução e consumo midiático no campo digital e televisivo. O texto apresentado pela pesquisadora Marcia Perecin Tondato busca costurar as mediações trabalhadas por Martín Barbero (1997), apontando que nesse novo espaço ou espaço da tecnologia a proposta é de o pensarmos agora como uma nova articulação das inovações tecnológicas e nas readaptações da hegemonia. Sem dúvida estamos em um outro momento de acesso, produção e circulação de conteúdos, ou seja, distante da visão questionável da ideologia dominante. Aqui a autora reproduz a fala de Jenkins ao mencionar que cada ator social constrói a sua mitologia pessoal, e conta a sua história a partir de um mosaico composto pelos fragmentos presentes no fluxo midiático e disponíveis a todos que estiverem em rede.

O texto seguinte, apresentado por Josimey Costa da Silva e Maria Angela Pavan, converge para essa construção individual da história. Mas antes, as autoras propõem o resgate de uma lógica já conhecida, mas não necessariamente assimilada: a comunicação como cimento e condição essencial da existência da sociedade (aliás contribuição de Bordenave) exatamente porque a comunicação possibilita a existência da cultura e em decorrência direta a cultura é a condição da existência da cultura. Este lembrete permite resgatar o porquê Jenkins usa de forma assertiva o termo cultura da convergência. Certamente essa cultura da convergência atua na convergência dos meios e na cultura participativa que produz, e simultaneamente, reproduz o que chamamos de inteligência coletiva, nesse sentido o produto da convergência é uma nova cultura, a cultura da participação, do compartilhamento e também da sobreposição dos espaços privados e público.

Fechando este segundo módulo, o texto: “As redes e as dimensões tecnocollaborativas do social”, proposto por Massimo di Felice, trabalha exatamente a rede como uma nova arquitetura cognitiva. O autor faz um trajeto entre as imbricações da filosofia, da sociologia, da psicologia, da linguística e da tecnologia a serviço da comunicação. A densidade do texto não possibilitaria uma abordagem telegráfica, no entanto, pensando em convergência de conteúdos, pontuo a fala do autor, sobre a criação de um sistema comunicativo em rede que possibilita uma nova estrutura comunicativa marcada pela interatividade em todos os níveis do social. Daí criando outra cultura tecnológica que vai além dos instrumentos, ou seja, trata-se aqui não da produção meramente informacional mas do social. É nesse contexto que Derrick de Kerckhove (2009, p.23) define que “A tecnopsicologia pode ser ainda mais relevante agora que existem extensões tecnológicas para as nossas faculdades psicológicas”, dessa forma podemos estabelecer aqui o fato dessa arquitetura cognitiva estar em curso com as interações sociais midiaticizadas pelo aporte tecnológico e pela construção de um novo self, o “eu online” e dos demais participantes da rede.

A terceira parte do livro trabalha as convergências audiovisuais: produção e consumo midiático no campo cinematográfico, fechando o trabalho com a constatação de que a convergência quando pensada no campo da cultura vai além dos instrumentos ou artefatos tecnológicos. Ela interpenetra nas diversas imbricações entre o criar, produzir e circular conteúdos, fato esse também levantado por Rosana de Lima Soares, autora do texto: *Saneamento Básico, O filme, ou como fazer um filme de bordas*. A autora demonstra isso muito bem, valendo-se de uma característica intrínseca ao conceito de convergência, que é a narrativa transmidiática apresentada por Jenkins (2008, p.135), quando menciona que essa narrativa é “aquela que se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa do todo”. Dessa forma temos aqui a definição da autora que apresenta as bordas como gênero híbrido e para dar maior compreensão dos processos intertextuais a partir dos hibridismos a autora destaca três possibilidades: 1) o hibridismo de gêneros narrativos; 2) o hibridismo de recursos tecnológicos; 3) e o hibridismo de escolha estéticas.

Esta é a base sobre qual a autora apresenta as diversas obras cinematográficas, demonstrando como os resultados entre eles diferem em suas estruturas narrativas e conseqüentemente as constatações das convergências midiáticas, hibridismos narrativos, tecnológicos e estéticos, diante de produções colaborativas, precárias, mas no relato da autora, são apropriações apaixonadas, coletivas e viscerais tanto na produção como até mesmo em sua exibição.

O texto de Rogério Ferraz e Paulo Roberto Ferreira da Cunha, intitulado: “Os Saltimbancos Trapalhães: um caso exemplar da produção midiática do grupo Os Trapalhães”. Resgata a proposta de consumo e discute a apropriação das estratégias mercadológicas utilizadas pelo cinema norte-americano. Isso implica em evidenciar os aspectos da convergência no campo do entretenimento, o que sem dúvida se constitui na aplicação maior no próprio trabalho de Jenkins que não oculta os aspectos negociais do mercado, mas acena como novas formas de produção e consumo, a partir da coparticipação dos consumidores e do acesso aos diversos meios de comunicação, reconhecidos como o território desse produto cultural de múltiplas influências e multidiscursivo por excelência.

O último texto desse livro apresenta o trabalho da pesquisadora Isabel Orofino, cujo título: “recepção e resposta: as webséries como índice para se pensar a emergência do “prossumidor”. Traz no próprio título um índice resgatado dos anos oitenta e sublinhado pela autora. Certamente o termo prossumidor como relatado por Alvin Tofler não foi pensado como índice, no entanto sua aplicação hoje tem promovido um repensar sobre o

papel do consumidor distante ou descolado do produtor ou da produção e agora como uma participação direta na coparticipação ou mesmo como provedor de suas necessidades tanto material com imaterial. Quando Martín Barbero (1997) mencionava que não era correto partir da premissa de um sujeito receptor passivo é tido como uma tabua rasa, ele apontava para o discurso unidirecional das mídias massivas e desenvolvia sua teoria dos espaços de mediações, certamente não visualizava a rápida chegada das novas tecnologias e com ela a possibilidade de uma revisão nos processos de mediação a partir dos fluxos multidirecionais de uma sociedade em rede. A autora inclusive ancorou o seu texto em um subtítulo: “Algumas conclusões: Recepção, resposta e a nova atividade criativa dos sujeitos consumidores”, que já telegrafou sua conclusão. É exatamente aqui que podemos compreender como a cultura da convergência tem promovido essa nova atividade criativa no polo do receptor.

A produção de uma websérie impensável há alguns anos atrás, hoje transcende a produção marginalizada para ocupar espaço na grande mídia e promover milhares de contatos, acessos, trocas e discussões na Web, simplesmente porque estamos diante de um novo sujeito que responde ao exercício de autopoiesis, ou ainda, assume o papel de prossumidor. A autora menciona que a sociedade de redes aparenta abrir espaços sem precedentes, apontando para uma nova visibilidade, (acrescentaria por conta própria: uma nova e *necessária* visibilidade) das classes médias e populares, que deslocadas da condição de consumidores ativos passam agora a produtores de narrativas que falam de si mesmo e de seus interesses. Uma outra variável que atua nessa condição de produtor, como mencionada pela autora, envolve a pluralidade de outros espaços de circulação e compartilhamento disponibilizado pela Web além do grande repositório do Youtube.

A leitura desse livro, ao mesmo tempo em que promove um olhar múltiplo sobre o fenômeno da convergência, produz a certeza de que a minha proposta da metáfora do triângulo encontra eco, pela constatação de um fio condutor em todas as abordagens, situando a cultura, a comunicação e a convergência a partir das relações sociais, reconhecendo a tecnologia como conhecimento aplicável e, nesse caso, como suporte e facilitador, mesmo em momentos de ato falho ao nos referirmos a ela como promotora de mudanças, estamos reconhecendo sua condição de interface entre o humano e a máquina, considerando-se aqui o perigo e as armadilhas da literalidade de nossa abordagem.

## Referências

- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008. 380p.
- KERCKHOVE, Derrick **A pele da cultura**. São Paulo: Annablume, 2009. 250p.
- MARTÍN, BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. 360p.
- TIMOTEO, Jesús Álvarez. **Gestão do poder diluído**. Lisboa: Edições Colibri, 2006, Tradução da versão espanhola, Gestión del poder diluido . Lisboa: Pearson Educação, 2004. 325p.

## 47. Os Sons ao Redor

Marcelo Bulhões<sup>1</sup>

UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

MENEZES, José Eugenio de Oliveira; CARDOSO, Marcelo (orgs.).  
**Comunicação e cultura do ouvir.** São Paulo: Plêiade, 2012. 494p.

- 
1. Livre-docente pela UNESP, doutor em Literatura Brasileira e mestre em Teoria Literária e Literatura Comparada, ambos os títulos pela USP. Possui licenciatura em Letras pela UNESP. Professor do Curso de Comunicação Social da UNESP, onde ministra disciplinas de literatura e língua portuguesa. Compõe o programa de Pós-graduação em Comunicação da mesma instituição. Pesquisador experiente, com produção intelectual periódica, sua produção recente é focada nas relações históricas e discursivas entre jornalismo e literatura e nas manifestações ficcionais das mídias. Possui grande experiência na orientação de pesquisas de iniciação científica e de conclusão de cursos (são dezenas de trabalhos concluídos e outros em andamento), sendo também expressiva sua atividade de orientação no âmbito da pós-graduação. É autor dos livros; *A Ficção nas Mídias: um Curso sobre a Narrativa nos Meios Audiovisuais*; (*Ática*); *Jornalismo e Literatura em Convergência*; (*Ática*), *Leituras do Desejo: o Erotismo no Romance Naturalista Brasileiro*; (*Edusp*); *Literatura em Campo Minado: a Metalinguagem em Graciliano Ramos e a Tradição Literária Brasileira*; (*Annablume*), além de diversos artigos na área da Comunicação. E-mail: bulhões@faac.unesp.br

Reconhecer, em uma hierarquia dos sentidos, a primazia da visão em nossa época parece ter servido como um dos ensejos à feitura de *Comunicação e Cultura do Ouvir*, obra organizada pelos professores e pesquisadores José Eugênio Menezes e Marcelo Cardoso. Um dos ensejos para marcar a necessidade de maior atenção ao universo dos sons em nossas cotidianas experiências midiáticas e midiaticizadas. Se a cultura do ver é incontestavelmente primaz na contemporaneidade – prestígio cuja linha ascendente parece ter se iniciado com o Renascimento e se entronizado no século XIX –, por que não dar mais atenção – escutar ou auscultar – à *cultura do ouvir* no campo midiático? Essa parece ser uma indagação subjacente à maioria dos textos – vinte e quatro em sua totalidade – que compõem o volume.

A implícita indagação faz sentido. Afinal, fragmentados e difusos foram os trabalhos acadêmicos – somente para ficarmos no caso brasileiro – dedicados aos meios acústicos e às experiências de vinculação deles advindas. Todavia, nos últimos tempos tal quadro tem buscado se retificar<sup>2</sup> – embora predomine, numa visada retrospectiva, uma bibliografia dedicada aos traçados históricos, como no caso do rádio. *Comunicação e Cultura do Ouvir* insere-se nessa iniciativa de retificação.

Dirigir-se a uma cultura do ouvir em expressões da contemporaneidade no âmbito midiático – sobretudo as do ambiente urbano – conduziu, nesse caso, a uma diversidade de caminhos, a uma variedade de empenhos, a um leque de abordagens dirigidas a distintas situações ou “*corpus* sonoros”; a uma multiplicidade de falas regidas pela investigação de ambientes sonoros, ruídos, tonalidades, emissões. Produziram-se, então, gradações discursivas ocupadas em considerar, descrever ou avaliar flagrantes dos meios auditivos de massa ou situações comunicacionais privilegiadamente sonoras.

Há em *Comunicação e Cultura do Ouvir*, pois, um gesto de arregimentar diversas falas, o qual é assumido na propositura da obra, apresentando-se como um dos resultados da “diversidade vocal” produzida em situação anterior: como dizem os organizadores na Apresentação, o livro é afluência de pesquisas dos participantes do “Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir”, do Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero, de São Paulo. Se não bastasse, acolhe trabalhos de pesquisadores de outras instituições. O extenso número de

---

2. Exemplar dessa mudança é a criação, em 1991, do GT do Rádio no âmbito da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação), o qual posteriormente passou a se chamar Núcleo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora.

páginas – quase quinhentas – revela um senso de receptividade a distintas vozes em torno de um objetivo, declarado pelos organizadores: “investigar a emergência da atenção à cultura do ouvir em contexto transdisciplinar de estudos dos processos comunicativos” (p. 11). Uma personalidade – por assim dizer – generosa parece presidir à proposta do volume por acolher um montante de textos de evidente diversidade. Assim, a feição de coletânea é mais do que flagrante.

*Coletânea* faz pensar em compilação de textos. Mas é preciso verificar melhor os seus contornos. Em termos mais claros, diante da abundância textual, é possível flagrar um sentido de unidade, uma espécie de coro, agrupamento de vozes resultando no que – em teoria musical – chamaríamos de harmonia, em que o enfeixamento das vozes soa como um *acorde*? Ou, ao contrário, a pluralidade que a obra comporta se traduz em dissociabilidade. Trata-se de polifonia como discrepância, diferença como expressão de tonalidades distintas?

A diversidade transdisciplinar pode naturalmente resultar em sinuosas conexões, em um campo de fricções, ricas tensões. E tal marca transdisciplinar pode também fazer entrever associações teóricas e afinidades nos dispositivos metodológicos. De qualquer modo, a diversidade e a pluralidade trazem senso de unidade ou são a expressão de francos contrastes e discrepâncias “fônicas”? Como apreciar a totalidade de uma compilação marcada por abordagens cujos escopos e aportes teóricos parecem comportar vetores apontados para direções distintas?

Pode-se já adiantar que, ao final da leitura de *Comunicação e Cultura do Ouvir*, desponta um senso de incompatibilidade, pois convivem no mesmo volume artigos como “Tendências do Radiojornalismo na Perspectiva do Altejo”, de Luciano Victor Barros Maluly, cuja abordagem se afina flagrantemente com o núcleo temático do livro, a noção de cultura do ouvir, com “Vínculos Comunicacionais e Sentimento Nacional: Nação Tradicional e Internet”, de Raphael Tsavkko Garcia, ou “Tatuagem: Traços da Alma e do Mundo. Os Tênuos Limites de uma Identidade Cultural Mestiça”, artigos francamente desviantes do mesmo núcleo temático.

De qualquer modo, o encargo de organizadores levou José Eugênio Menezes e Marcelo Cardoso a enfeixarem a diversidade e a abundância dos textos de *Comunicação e Cultura do Ouvir* em três partes: 1-Vínculos, 2-Ambientes, 3-Rádio: Tendências e Perspectivas. De um modo geral, o conjunto de textos de cada seguimento compõe suficiente coesão? É discernível um senso de convergência temática, por mais que se flagrem fricções, de distintas ordens?

É preciso conferir.

Em Vínculos, dizem os organizadores, “estão textos que, de forma geral, abordam as raízes da cultura do ouvir e estudam os vínculos como elos simbólicos e

materiais, espaços comuns que constituem a primeira base para a comunicação” (p. 12). Tal caráter de apreciação das raízes da cultura do ouvir se faz bem representar no artigo “Cultura do Ouvir: os Vínculos Sonoros na Contemporaneidade”, de José Eugênio de Oliveira Menezes, em que elementos de uma espécie de genealogia da cultura do ouvir são enlaçados à importância do seu cultivo para o enriquecimento dos processos comunicativos contemporâneos. Nesse sentido, é funcional que este seja precisamente o primeiro artigo entre tantos outros. O leitor depara-se com a “busca das raízes” (como diz o primeiro intertítulo do texto) e, mais à frente, encontra uma indagação que pode ser lida como matriz da obra como um todo, naturalmente se todos os textos se dirigissem, de modo mais ou menos direto, à questão do “cultivo” do ouvir no campo midiático: “Perguntamos: o cultivo do ouvir pode enriquecer os processos comunicativos hoje muito limitados à visão? O cultivo do ouvir pode nos ajudar a viver melhor num mundo marcado pela abstração?” (p.23).

No artigo “A Oralidade Mediatizada Revisitada sob o Tear de Michel Serres”, de Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva, em que pese certo caráter parafrástico, equacionam-se questões importantes do ouvir na contemporaneidade, sobretudo com a indagação a respeito de um embotamento ou saturação da escuta. Nesse sentido, o texto dialoga com o de Menezes. Diante de outros textos, todavia, é difícil não supor certo desconcerto do leitor diante do flagrante desvio ou dissonância em relação ao próprio cerne temático da obra, por mais relevantes que possam ser suas discussões ou hábil o manejo de suas ferramentas metodológicas. Tal é o caso de “Tatuagem: Traços da Alma e do Mundo: os Tênuos Limites de uma Identidade Cultural Mestiça”, de Eric de Carvalho, ou de “Representação do Deficiente Físico na Mídia”, de Pedro Serico Vaz Filho, textos que apenas tangenciam ou estabelecem liames sutis com a noção de cultura do ouvir.

Chega-se, depois, a Ambientes, segunda parte da coletânea. Nas palavras dos organizadores, trata-se da reunião de textos “gerados no desenvolvimento de pesquisas em ambientes comunicacionais efetivos, densos e tensos, que nascem a partir de processos de vinculação” (p. 12). O artigo “Jogos Orquestrais: as Jornadas Esportivas no Rádio”, de Rodrigo Fonseca Fernandes, bem representa a proposição dessa segunda parte do livro por justamente flagrar os vínculos entre evento esportivo (jogo de futebol), sua cobertura radiofônica e as sonoridades do ambiente da arena futebolística. Corpus, trato metodológico e aporte conceitual compõem um consórcio que faz avistar conexões e divisar experiências no cerne dos “jogos orquestrais”.

Proposta semelhante se apresenta em outro artigo, “Orquestras Sensoriais: Processos de Comunicação no Varejo”, de Tatiana Pacheco Benites, em que a

recorrente metáfora da orquestra serve ao estudo de expedientes sensoriais do comércio varejista na captação do público consumidor. No entanto, é flagrante no artigo um estágio que pode ser classificado como preliminar para os escopos da pesquisa, dado o franco predomínio da resenha teórica, da paráfrase de bibliografia referente aos cinco sentidos humanos e sua correlação com a questão da sinestesia no ambiente contemporâneo do consumo.

Já em “Loucos por Rádio: um Estudo de Programas de Rádio Realizados por Pessoas com Transtornos Mentais no Estado de São Paulo”, de Irineu Gueririni Jr., prevalece o teor de relato de pesquisa, a que se referiram também os organizadores ao descrever em que consiste Ambientes. Nesse caso, o leitor está diante de um discurso com a dicção do inventário de resultados, da exposição dos saldos de um trabalho que conferiu a experiência *sui generis* da *Rádio Tam Tam*, da cidade de Santos, programa radiofônico feito por pacientes mentais. Apostaria que o caráter prevalecentemente descritivo do que se deu com a “rádio dos loucos” de Santos incitaria uma diligência de outra natureza, analítico-interpretativa, justamente pela riqueza que se avista com a experiência relatada.

Também como na primeira parte, alguns textos de Ambientes parecem estar – e não resistindo ao trocadilho – “desambientados”, uma vez que é frágil o sentido de sua alocação à temática fundamental de *Comunicação e Cultura do Ouvir*. Tal é o caso de “Uma Visão Tátil da Guerra nas Narrativas Contemporâneas: Estudo de Caso sobre as Reportagens da Folha de S. Paulo e da CBN”, de Fernanda de Araújo Patrocínio. Embora contemplada, a rádio CBN não é recoberta por uma análise de seus componentes especificamente sonoros, tampouco pela avaliação de experiências de fruição, recepção ou participação no âmbito da comunicação calcada no ouvir.

Do mesmo modo, é de se estranhar a presença de “Vínculos Comunicacionais e Sentimento Nacional: Noção Tradicional e Internet”, artigo de Raphael Tsavkko Garcia dedicado a avaliar a relação da formação de vínculos comunicacionais em ambientes da web e as concepções de nação e sentimento nacional. E a tarefa possui uma envergadura pouco modesta. Assim, o autor acessa referenciais bibliográficos que vão de Harry Pross a Norbert Elias, passando por Jameson, Baudrillard e McLuhan (embora o teórico canadense não compareça à bibliografia), cujas articulações demandariam uma acuidade que cuidadosamente equacionasse prováveis fricções, possíveis desajustes epistemológicos. Talvez por isso, o artigo mostra-se prudente e prefere a dicção da resenha teórica, dedicando-se, esparsamente, a alguns exercícios reflexivos.

Finalmente, a terceira parte, “Rádio: Tendências e Perspectivas”. Nesse caso, os artigos estão à vontade no terreno em que foram alocados, não comportando vetores dirigidos a outras jurisdições. As vozes aqui estão entrosadas, embora – e

felizmente – não necessariamente concordantes. O condicionamento dos textos feito por Menezes e Cardoso promoveu coesão, pois, quase em sua totalidade, os artigos tratam em maior ou menor grau das

[...] mudanças em andamento no universo do rádio e as transformações que alteram hábitos estabelecidos nas formas de criação e apropriação da voz e do áudio no contexto das transformações técnicas e culturais em andamento na chamada, por falta de um nome mais preciso, cultura digital. (p. 13).

Todavia, o leitor pode reivindicar ou questionar: a alocação de um ou outro artigo presente em *Ambientes*, segunda parte do livro, poderia muito bem figurar nessa terceira e última parte, como é o caso do texto “Rádio Comunitária: uma Possível Brecha na Sociedade do Espetáculo”, de Sérgio Pinheiro da Silva. Seja como for, pode-se dizer que *Comunicação e Cultura do Ouvir* encontra em sua última parte um sentido de colóquio fluente entre os autores, cujos textos, por sua vez, dialogam – quando não são inspirados – com a obra de José Eugênio Menezes *Rádio e Cidade: Vínculos Sonoros* (São Paulo: Annablume, 2007). Tal é o caso de “O Jornalismo Radiofônico e as Narrativas Míticas”, de Marcelo Cardoso.

Destaco dois outros artigos dessa terceira parte: “Tendências do Radiojornalismo na Perspectiva do Alterjor”, de Luciano Victor Barros Maluly, pela competente “radiografia” e análise do trabalho jornalístico em rádio, e “Radioreportagem: o Gênero do Século XXI”, pelas instigantes perspectivas traçadas a respeito do futuro do rádio no âmbito da reportagem. Por exalar projeções, perspectivas, aventar e avaliar tendências, nessa última parte de *Comunicação e Cultura do Ouvir* a nota destoante parece ser “A Narração Esportiva de Fiori Giglioti: Emoção e Sedução na Oralidade Midiatizada”, de Osório Antonio Cândido da Silva, cuja abordagem, embora pertinente e necessária, inscreve-se em chave retrospectiva, marcando de fato o tempo do pretérito.

Chegado aqui, retomo algo que disse no início dessa resenha. Eu havia anotado que *Comunicação e Cultura do Ouvir* comporta uma atitude generosa por acolher um montante de artigos de flagrante diversidade. E, em minha leitura, muito dessa diversidade levou a momentos em que a coesão ficou comprometida, acusando problemas estruturais.

Como sabe o leitor desde a *Apresentação*, a gestação da obra deve muito aos encontros do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir (do Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero). Nas palavras dos dois organi-

zadores, os trabalhos “refletem um processo de construção coletiva do conhecimento”. Parece-me que essa declaração traz uma chave para a compreensão do espírito da coletânea lançada pela Editora Plêiade em 2012.

Por um lado, pode-se suspeitar da necessidade de tal declaração. A princípio ela soa de fato dispensável, pois a rigor toda produção do saber, todo labor intelectual não se faz senão como “processo de construção coletiva”, não importando se a oficina do labor intelectual é solitária – uma biblioteca ocupada apenas pelo pensador-pesquisador – ou se nela estão em confabulação diversos pares, outros pesquisadores e interlocutores diretos, em situação concreta de interação, situação típica dos grupos de estudo, dos grupos de pesquisa e, em escala mais ampla, dos fóruns acadêmicos. A condição do *constructo* do saber, da reflexão e da pesquisa é, sempre e inapelavelmente, a do partilhamento. Todo saber só se faz como diálogo com outros saberes. Sozinho ou em grupo, o pesquisador é sempre um ser em diálogo, portanto, em situação de partilhamento.

No entanto, prefiro ler a sentença segundo a qual os textos de *Comunicação e Cultura do Ouvir* “refletem um processo de construção coletiva do conhecimento” em outra chave interpretativa. Ou seja, a de que há no ato de coletar ou reunir os textos que se veem publicados no volume a atitude de franquear, na diversidade e mesmo na incompatibilidade entre as falas produzidas, o próprio sentido de consórcio, de pluralidade ou amálgama das empreitadas de pesquisa. Assim, a obra se faz ver como postura que resolveu assumir as vozes situadas em percursos bastante peculiares, com interesses e métodos nem sempre afinados. A propositura do livro é, nesse sentido, autêntica: adotou acolher nuances, rasgos e vicissitudes do trabalho de pesquisa, seus flagrantes, suas fraturas. Muitas vezes, exhibe-se o *working in progress* do laboratório acadêmico.

Se no início dessa resenha assinalei um senso de generosidade no acolhimento do material que se publicou em *Comunicação e Cultura do Ouvir*, tal gesto de acolhimento pareceu significar muitas vezes, então, franqueamento à pesquisa pela exposição do próprio processo de pesquisar, fazendo com que se expusessem dificuldades e dilemas de um grupo de pesquisadores. No que chamei de generosidade também se entrevê o incentivo à publicação de alguns pesquisadores que parecem estar no início da carreira acadêmica – como no caso do artigo “Uma Visão Tátil da Guerra nas Narrativas Contemporâneas”, de Fernanda de Araújo Patrocínio, fruto de trabalho de Iniciação Científica – figurando ao lado de artigos de pesquisadores já tarimbados, com sólida carreira na Universidade. Ao mesmo tempo, em muitas das páginas da obra delineia-se um agudo senso de congregação, muito afim à noção de grupo de pesquisa, tanto pela direção

dos olhares a um objeto comum – o universo sonoro no âmbito midiático –, quanto pelo partilhamento de alguns conceitos ou aportes teóricos. Assim, passam em diversos artigos referenciais bibliográficas comuns – Norval Baitello Jr., Vilém Flusser, Harry Pross, Guy Debord, entre outros – como fios, amarrações próprias da busca de harmonia – o que não significa, necessariamente, uniformidade. Comparece a muitos trabalhos, aliás, subsídios da obra *Rádio e Cidade: Vínculos Sonoros* (São Paulo: Annablume, 2007), de José Eugênio Menezes, um dos organizadores de *Comunicação e Cultura do Ouvir*.

Tal atitude de acolhimento e incentivo me faz pensar, por fim, em *ensaio*, evocando o seu sentido mais trivial, o da moeda corrente do chamado senso comum: o ensaiar como prática, conquista inseparável da exposição da própria busca, aquisição que revela os caminhos, às vezes errantes, das tentativas. Em tal gesto expõe-se tanto conquista quanto se desvela sua própria busca; ora revela-se o próprio percurso tateante, ora demonstram-se força e maturidade em empreitadas que atingiram um marco.

Tudo isso ficou enfeixado em um único volume, um compêndio de vozes que falam e se escutam. Uma cultura do ouvir.

Certamente, não é uma qualidade que se possa subestimar.

**48.**

## Transgressão Sertaneja: obra que instiga à reflexão

Jane A. Marques<sup>1</sup>

USP - Leste EACH – Escola de Artes, Ciências e Humanidades da  
Universidade de São Paulo

JACONI, Sônia. **Transgressão Sertaneja**: relatórios Graciliano Ramos.  
São Paulo: LCTE Editora, 2013.

- 
1. Possui graduação em Português pela Universidade de São Paulo (1994), especialização em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing, mestrado (2003) e doutorado (2008) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Atualmente é Professora do curso de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo e do curso de graduação em Marketing da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. Membro do Conselho de Direção Estratégica e do Comitê de Acompanhamento da Habits – Habitat de Inovação Tecnológica e Social / Incubadora-Escola. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Mercadologia, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, pesquisas de recepção, novas mídias, novas gerações, lazer, entretenimento, mercado de arte, inovação e empreendedorismo. E-mail: janemarq@usp.br

O propósito deste capítulo é discorrer sobre o livro “Transgressão Sertaneja: relatórios Graciliano Ramos”, de Sônia Jaconi, editado pela LCTE Editora.

Antes de discorrer sobre a obra, devemos destacar que a autora é formada em Letras, pelo Centro Universitário Fundação Santo André; possui Mestrado também em Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e Doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. A obra em foco é decorrente de sua tese de Doutorado, orientada pelo Prof. José Marques de Melo.

A autora é professora da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). O livro trata especificamente dos relatórios oficiais de Graciliano Ramos, publicados na mídia impressa e evidencia a “contravenção da linguagem oficial” do gênero relatório, o que causou “estranhamento na mídia da época”.

## As multifaces de Graciliano Ramos

Ao escolher esse tema, Jaconi comprova a pluralidade de estilo e multifaces de Graciliano Ramos, que além de romancista, atuou como jornalista, cronista e como gestor público – ele foi prefeito de Palmeira dos Índios, de 1928 a 1930, e esteve à frente da direção da Secretaria de Educação de Alagoas, no ano de 1933. Embora com breve passagem pela vida pública, ele deixou sua marca de escritor ao registrar relatórios distintos dos documentos oficiais usualmente adotados, já que dominava com desenvoltura a linguagem oral e escrita.

A autora apresenta um histórico sobre a biografia de Graciliano Ramos, a partir da releitura de outros autores, da sua infância às atividades como comerciante – negócio herdado de seu pai –, e também como jornalista, escritor e político.

Graciliano Ramos nasceu em Quebrangulho, sertão de Alagoas, no ano de 1882, teve rígida educação por parte do pai, aspecto que, segundo Jaconi, o autor irá retratar mais tarde em sua obra “Infância”.

Jaconi explica a relação familiar de Graciliano Ramos com os pais Maria Amélia e Sebastião Ramos ao narrar passagens de sua infância. Seu avô paterno era um homem de muitas propriedades, mas teve um grande prejuízo financeiro com a crise econômica. Por isso, os pais resolveram se mudar para Buíque, em Pernambuco, onde montaram um pequeno comércio. Os pais foram se estabilizando financeiramente ao longo dos anos, fato que não os impediu de mudar de cidades. A família morou em Quebrangulo, Buíque, Viçosa e Palmeira dos Índios.

Jaconi conta que Graciliano foi alfabetizado pelo seu pai, com muita violência e “aguentando pancada”, quando tinha 5 anos de idade. Aos 7 anos, morando em Viçosa, Graciliano ingressou no Internato Alagoano, e aos poucos foi revelando seu gosto pela literatura. Aos 12 anos de idade já produzia seus escritos: seu primeiro conto “Pequeno Pedinte” foi publicado no jornalzinho do internato, intitulado “O Diluculo”, em 24 de agosto de 1904.

Mesmo dedicado aos estudos e às leituras, teve que assumir os negócios do pai e trabalhou por muito tempo no comércio – herdou do pai a loja Sincera –, vendendo miudezas, fazendas, ferragens e tintas. Mesmo não tendo interesse por esse tipo de negócio, ele o administrou com esmero e criatividade, como aponta Jaconi, tratando com cuidado das contas, dos funcionários e dos clientes, especialmente destes últimos a quem dedicava muita atenção.

Vendia tudo à vista, como seu pai costumava fazer, mas aos poucos Graciliano foi admitindo efetuar vendas a prazo, registrando tudo e lidando pessoalmente com os devedores. Essa postura de comerciante sério, mantinha a imagem do negócio, que inspirava confiança e sinceridade. Os negócios correram bem até a crise de 1929, que trouxe escassez para todo o mercado, pouca circulação de moeda e, conseqüentemente, queda do poder aquisitivo da população. Nesse contexto, Graciliano resolveu fechar o estabelecimento.

Como tinha facilidade para os estudos tornou-se um “sertanejo instruído”, como destaca Jaconi. Tinha a característica de ser autodidata e domínio de outras línguas (francês, inglês, italiano), o que o fez ser considerado pelos moradores de Palmeira dos Índios como um homem que poderia ajudar na educação da cidade. Após tantas solicitações decidiu abrir um curso particular noturno na cidade, no qual somente as famílias com recursos matricularam seus filhos, pois as mensalidades eram relativamente altas. Graciliano Ramos queria atrair realmente os interessados, a partir da formação da turma, as mensalidades deixaram de ser cobradas.

Além de lecionar nesse curso, Graciliano também dava aulas de francês no Colégio Sagrado Coração, e atendia a todos que o procuravam para tirar dúvidas, mesmo que matriculados em outras escolas. Há relatos de que ele teve também uma escola de línguas. O fato é que o curso noturno que Graciliano montou teve duração de quatro anos, pois ele era o único professor e, em 1914, decidiu ir para o Rio de Janeiro.

Na capital fluminense, Graciliano trabalhou como revisor suplente do “Correio da Manhã” e em “O Século”, foi revisor do jornal “A Tarde”, escreveu crônicas para o “Jornal de Alagoas” e foi colaborador do semanário “Paraíba do Sul”. Jaconi destaca também que Graciliano Ramos foi mais uma presença dentre os escritores ficcionais brasileiros que atuaram e/ou atuam no jornalismo.

A descrição que Graciliano fazia de si era de um “animal frio”, mas com “alma sábia e sensível”, como recupera Jaconi. A atuação como romancista já foi discutida em diversas publicações, ensaios e trabalhos acadêmicos, além de ter sido traduzida para vários idiomas.

Como jornalista, Jaconi destaca, Graciliano se esmerava em produzir textos que produziam sentidos além das palavras, ou seja, ia muito além da objetividade esperada nessa área. Ao produzir crônicas, ele já tinha mais liberdade de criação e muitas dessas produções para jornais de Alagoas e do Rio de Janeiro foram publicadas depois em livros, como “Viagens” (1954), “Linhas Tortas”, “Viventes das Alagoas” e “Alexandre e outros heróis” (1962).

A obra de Sônia Jaconi traz grande contribuição ao desvendar outro lado da vida de Graciliano – sua atuação como gestor público. Depois de ter sido prefeito em Palmeiras dos Índios, aspecto que será detalhado mais adiante, no ano de 1933 foi nomeado como diretor da Instrução Pública do Estado de Alagoas. Nesse cargo adotou ações consideradas polêmicas e desafiadoras, como indica Jaconi, pois a situação do ensino era muito precária. Por exemplo, passou a exigir diplomas e formação específica para quem quisesse lecionar nas escolas públicas do estado.

## Graciliano Ramos: um homem público

Para melhor compreender a personalidade e formação de Graciliano Ramos, Jaconi destaca as distintas especialidades desse autor, que teve uma educação austera por parte de sua família, assumiu os negócios da família que o exigiam trabalhar no comércio, antes de decidir qual carreira gostaria de seguir. Com sua facilidade para os estudos, tornou-se falante de diferentes línguas estrangeiras e trabalhou como professor em uma escola que ele mesmo criou. Logo depois, mudou-se para o Rio de Janeiro, onde passou a trabalhar como revisor, cronista e jornalista. A vida de político viria logo depois, de 1928 a 1930 atuou como prefeito de Palmeira dos Índios, função para a qual já havia sido convidado. E assumiu também a função de dirigente da Secretaria de Educação de Alagoas, no ano de 1933.

Como escritor, Graciliano pode ser encaixado na segunda geração do modernismo brasileiro. No entanto, como executivo e gestor público há alguns feitos que Sônia Jaconi recupera para depois abordar os relatórios públicos que foram publicados (um em 24 de janeiro 1929 e outro em 16 de janeiro de 1930) na mídia impressa.

Sônia Jaconi considera os dois relatórios públicos, escritos por Graciliano Ramos, enquanto ele esteve à frente da Prefeitura de Palmeira dos Índios, como o registro dos feitos em sua gestão, os quais se avultam pelo uso de figuras de linguagem. Esses documentos foram considerados como transgressores das normas oficiais, pois estabeleceram simbioses entre gêneros aparentemente díspares: textos oficiais que possuíam caráter jornalístico e literário, haja vista a competência desse escritor.

Graciliano Ramos enfrentou grandes dificuldades em sua gestão como prefeito de Palmeira dos Índios, pois seu antecessor havia deixado dívidas (a pagar e a receber) que precisariam ser saldadas. Para dar conta dos problemas da cidade elaborou um “Código de Conduta”, que previa uma série de regras sobre assuntos variados para manter a ordem na cidade. Aspectos como comércio, higiene e segurança, por exemplo, faziam parte das condições determinadas por ele enquanto prefeito.

Além desse “Código”, Graciliano divulgou dois relatórios oficiais para prestar contas de sua administração ao governador do Estado de Alagoas e à população. Esses documentos destoavam dos relatórios oficiais tradicionais, que comumente são técnicos e impessoais. Os relatórios se destacavam pela redação distinta e elaborada, e pela repercussão que tiveram no público, acabaram sendo publicados na mídia local e também nacional (também saíram publicados nos jornais do Rio de Janeiro).

O interessante é que os jornais demoravam muito para circularem, e muitas pessoas os aguardavam para saber das novidades. Graciliano Ramos era igualmente uma espécie de “comentarista oficial” como recupera Jaconi, ele era considerado formador de opinião, e também um transmissor de conhecimento e cultura, pois dominava vários tipos de leituras – dos romancistas brasileiros aos europeus.

## O gênero relatório público

A obra analisa os gêneros discursivos primários e os gêneros discursivos secundários ou complexos para depois adentrar no objeto proposto: os relatórios oficiais públicos. Os gêneros discursivos complexos podem ser subdivididos em artístico, científico ou sociopolítico. De qualquer forma, eles precisam ser analisados considerando os aspectos da produção em contrapartida com os da recepção.

Sônia Jaconi define gêneros discursivos e textuais, para depois abordar o gênero relatório público. A autora ressalta que há ainda distinções entre os gêneros discursivos secundários, como ocorre nas organizações para comunicação

institucional, a saber: relatórios, ofícios, atas, boletins, requerimentos, cartas, memorandos, documentos oficiais, avisos etc.

Jaconi recupera o gênero relatório, comum às organizações privadas e públicas, destacando que esse gênero tende a utilizar uma linguagem mais formal, pois, em geral, transmite mensagens de mando ou controle. A autora explicita que os relatórios podem sofrer alterações de acordo com as características socioculturais da época, no entanto não perdem sua essência (finalidade, interlocutores, intenção, espaço de circulação etc.). Esse último aspecto também merece destaque, pois os relatórios institucionais dependem do canal de transmissão utilizado para sua divulgação.

No caso em questão, Jaconi recupera as duas publicações oficiais ocorridas em 24 de janeiro de 1929 e em 16 de janeiro de 1930, no Diário Oficial de Alagoas e depois em outros veículos de mídia impressa. Há uma distinção clara que Jaconi aponta no gênero relatório público, que se dirige ao público em geral; e o relatório administrativo, que se dirige à própria organização. O que eles (tanto o relatório público quanto o administrativo) têm em comum é a linguagem formal, objetiva, correta, impessoal e concisa. No entanto, as marcas de autoria (formação, domínio da linguagem, estilo etc.) ficam no texto e evidenciam quem os redigiu, pois podem gerar “transgressões”.

A partir de autores como Bakhtin e Todorov, a autora apresenta a estrutura de um relatório público para destacar as distinções dos relatórios de Graciliano, que utiliza figuras de linguagem para garantir os destaques que julgava necessários.

Além disso, no caso dos relatórios produzidos por Graciliano fica evidente o “caráter híbrido”, como caracteriza Jaconi, o que os torna interessantes aos “campos interdisciplinares, sobretudo da comunicação social, da linguística e da literatura”. O fato é que esses dois relatórios públicos foram publicados na mídia impressa e geraram comentários sobre a criatividade e veia artística de Graciliano Ramos, enquanto outros criticavam o estilo irônico, humorístico e artístico.

O fato é que, antes de ser gestor público, Graciliano Ramos tinha adquirido excelente domínio da escrita e mesmo quando redigia relatórios públicos destacava-se pelo alto rigor com uso da linguagem (além de técnico era muito apurado); pelo uso consciente de termos e figuras de linguagem, com predomínio de ironia e metáfora; e pela transgressão linguística, considerando que ele apresenta uma contravenção ao gênero relatório.

Para esclarecer o leitor, Sônia Jaconi recupera diversos autores que discutem sobre linguagem e, mais especificamente, gêneros discursivos, destacando que estes devem acompanhar as condições de seus interlocutores: tempo e local,

portanto, o contexto de produção e de recepção, além de legitimar emoções e valores, podendo inclusive destacar desigualdades.

Dentro dessa perceptiva, Jaconi insere Graciliano Ramos com grande domínio das condições da época, das pessoas, e do cargo público que exercia. Essas peculiaridades do gênero relatório são minuciosamente apresentadas antes de a autora se dedicar a analisar os relatórios produzidos como relato dos atos da gestão de Graciliano Ramos, que causou tanta polêmica à época. Como Jaconi destaca, para afirmar tais relatórios eram “transgressores à norma”, precisava mostrar as características desse gênero.

## O gênero relatório e sua utilização por um gestor público: Graciliano Ramos

Dessa forma, Sônia Jaconi aprofunda a compreensão de gêneros discursivos secundários, indicando que estes, em geral, seguem regras estabelecidas e exigem do escritor o domínio de conhecimentos teóricos (da estrutura da língua) e práticos (análise do contexto social e cultural dos interlocutores).

Em se tratando do ambiente organizacional, Jaconi destaca os diferentes gêneros textuais comumente utilizados: “relatórios, ofícios, atas, boletins, requerimentos, cartas, memorandos, documentos oficiais, avisos, etc.”. Dando ênfase ao discurso institucional, a autora destaca suas características, especialmente que este deve atender às funções instrutivas para execução e de mando, marcando a posição política e as experiências de quem os produzem, como “ação comunicativa que privilegia o mando, a execução e o controle”.

Além de analisar os elementos de condições de produção e de recepção, Jaconi chama a atenção também para o canal em que os relatórios são transmitidos. No caso, Graciliano adotou a mídia impressa, tendo o código escrito como suporte para a comunicação e manutenção de contato com as pessoas mesmo à distância.

Adentrando nos objetivos centrais da obra, Sônia Jaconi diferencia o relatório público do administrativo, pois aqueles têm por função informar, mas também gerar “conhecimento” e intensificar “mudanças no público”. A partir das características que constitui o gênero relatório público, Jaconi passa a tratar especificamente de sua proposição: analisar os documentos publicados na mídia impressa.

Para mostrar a distinção de ambos os relatórios já mencionados, a autora explica minuciosamente as características mínimas que garantem a estrutura do gênero

relatório público, a saber: abertura, introdução, desenvolvimento, conclusão e recomendação (indicando as providências e/ou medidas cabíveis) e fecho. Como se trata de uma comunicação oficial, a impessoalidade também é esperada, dentro da prática administrativa (ou burocrática), aspectos que Jaconi recupera de diversos teóricos.

A partir daí, a autora passa a analisar ambos os relatórios publicados por Graciliano Ramos, destacando sua formação e estilo ao longo do texto. Situando o espaço de onde ele fala (Palmeira dos Índios) e quando isso ocorreu (1929 e 1930), tem-se o contexto de produção do autor com suas particularidades e necessidades prementes.

Os relatórios tinham por objetivo detalhar os feitos da gestão de Graciliano Ramos, trata-se de uma “prestação de contas” ao governador de Alagoas. Mas distante do tom oficial esperado, o romancista, ainda prefeito, deixa seu estilo e o rigor da escrita apurada, na distinção de sua escrita recheada de figuras de linguagem.

Merece destaque essa última parte da obra, na qual Jaconi recupera as principais aplicações retóricas das figuras de linguagem para depois analisá-las empregadas no desenvolvimento dos relatórios.

No primeiro relatório fica evidente o uso das metáforas, da ironia e da hipérbole, presentes desde a abertura, chamando atenção do leitor para o que iria ser relatado. Mas outras figuras de linguagem também se destacam, como a perífrase, eufemismo, disfemismo, polissíndeto, hipérbole, gradação, etc. Graciliano Ramos trabalha, em alguns trechos, com a linguagem coloquial destoando da formal, que seria a esperada. As figuras de linguagem convêm em alguns momentos para atenuar / amenizar os relatos, no entanto, às vezes servem para enfatizar a situação precária da cidade e os atos adotados no exercício de sua gestão.

O segundo relatório também utiliza as figuras de linguagem, destacando-se em alguns trechos a ironia, metáfora, disfemismo, perífrase, hipérbole, personificação e a metonímia. Com isso, Graciliano discorre com tom satírico dos problemas e das necessidades que deseja ressaltar.

Jaconi indica que há em ambos os documentos analisados um tom irônico, que se destaca não só “pelo uso da figura da ironia, mas pela soma desta com outras figuras que, no conjunto, compõe um texto de qualidade estética que valoriza o tom jocoso, metafórico e o poético.”

No uso das figuras de linguagem, Graciliano Ramos expõe seu estilo e seus sentimentos em relação ao contexto sócio-político vivenciado em Palmeira dos Índios. A intensidade desse estilo é apresentada por Jaconi em forma de gráficos, que registram a predominância de cada uma das figuras de linguagem utilizadas pelo autor para indicar o quanto há de transgressão nesses documentos.

A obra traz, portanto, como contribuição aos estudos da área de Comunicação, a apresentação do estilo linguístico de Graciliano Ramos, que como gestor público conseguiu despertar a atenção para seus relatórios, que foram divulgados por veículos de mídia impressa, e que corroboram com suas características pessoais e sua atuação como professor, revisor, jornalista e cronista, além de suas práticas como romancista, sendo que esta última viria à tona alguns anos depois e é dessa forma que esse autor é reconhecido pelo grande público.



# Anexo





**Ciclo de Conferências Fapesp/Intercom 2013:  
Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos  
A Contribuição de São Paulo**

**Programa**

**Século XX: Pragmatismo utópico**

**PARTE I – Ideias Precursoras**

Raízes do Brasil: Sergio Buarque de Holanda (1936)  
onde está a Comunicação?

Marialva Barbosa

Carlos Rizzini, um jornalista precursor  
Antonio F. Costella

Área exótica do cosmo cultural:  
Florestan Fernandes e o Folclore Paulista  
Maria Cristina Gobbi

A Cultura e as Culturas no Brasil: O pensamento de Alfredo Bosi  
Osvando J. de Morais

Antonio Candido e os estudos de comunicação  
Carlos Eduardo Lins da Silva

A transição do Campesinato brasileiro da  
sociedade tradicional para a moderna  
Cristina Schmidt

Culturas móveis, sujeitos atemporais  
Rodrigo Gabrioti

A propaganda antiga  
Adolpho Queiroz

## **PARTE II – Ideias Pioneiras**

Estudos Raciais no Rádio Paulistano:  
raízes da Antropologia da Comunicação  
Juliana Gobbi Betti

José Marques de Melo: o despertar de uma  
mentalidade investigativa em comunicação  
Waldemar Luiz Kunsch

Artemídia Devolvente: Capitão “Shazam!”, Cadê Você?  
Pelópidas Cypriano PEL

Uma coletânea influente: Comunicação e Indústria Cultural, de Gabriel Cohn  
Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Desbravando veredas: Samuel Pfromm Netto e a Comunicação de Massa  
José Luís Bizelli

Uma releitura de “Cultura de massa e cultura popular” de Ecléa Bosi: caminho metodológico, bases conceituais e achados de estudo empírico  
Cicilia M. Krohling Peruzzo

O Brasil cultiva a tradição do impasse?  
Priscila Kalinke da Silva

Cândido Teobaldo de Souza Andrade: pioneiro das Relações Públicas no Brasil  
Maria Aparecida Ferrari

O Declínio da Consciência de Classes  
ante os Meios de Comunicação de Massa no Brasil  
Ruy Sardinha Lopes

Mota revisa nossa ideologia, rigorosamente  
Anita Simis

Vera Cruz: cinema brasileiro em transe no planalto abençoado  
Antonio de Andrade

Gaudêncio Torquato  
Jornalismo Empresarial: teoria e prática  
Paulo Nassar

História e Comunicação: o mestre Virgílio Noya Pinto  
Heloiza Helena Matos e Nobre

### **PARTE III – Ideias Inovadoras**

A Noite da Madrinha, livro de Sérgio Miceli  
Antonio Adami

Livro de Arruda inaugura a abordagem  
científica da Publicidade  
Roseméri Laurindo

Sociologia da comunicação:  
A música sertaneja e a indústria cultural  
Cristina Schmidt

Um diagnóstico preliminar da cultura do espetáculo  
Mauro Souza Ventura

Joseph Luyten: um Inovador da Escola  
Latino Americana de Comunicação  
Maria Isabel Amphilo

O ensaísta e as imagens dos cineastas  
Alfredo Dias D’Almeida

Jornal Nacional na perspectiva dos  
trabalhadores: análise da audiência nos anos 80  
Tyciane Cronemberger Viana Vaz

A cultura brasileira pela análise de  
Nelson Werneck Sodré  
Carla Reis Longhi

Comunicação eclesial católica: o clamor de Waldemar Kunsch  
Roberto Joaquim de Oliveira

## **PARTE IV – Ideias Renovadoras**

Existe mulher de verdade na imprensa  
feminina brasileira?  
Gisely Valentim Vaz Coelho Hime

O som ao redor ou tradição e modernidade, ou ainda, racionalidade e impro-  
visação – O papel da censura na produção cultural brasileira  
Maria Cristina Castilho Costa

Rock, nos passos da moda  
Rosalba Facchinetti

Os “fazerres intencionados” no jornalismo  
Marli dos Santos

Mídia e Região na Era Digital:  
diversidade & convergência midiática  
Marcelo Briseno Marques de Melo

Jornalistas e literários  
Elizeu Corrêa Lira

Imprensa, poder e política  
Rosemary Bars Mendez

## **Século XXI: Empirismo Crítico**

### **Transição Secular**

#### **PARTE I – Ideias revisoras**

Um livro três-em-um  
Monica Martinez

Vencemos a exclusão digital?  
Francisco Machado Filho

Comunicação e planejamento nas teias da cultura: Reflexões sobre o livro  
Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada  
Luiz Alberto de Farias

Comunicação, cultura, cibercultura: o estudo das mídias no compasso das  
transformações sociais e tecnológicas  
Vander Casaqui

Novos desafios para a literatura em Relações Públicas  
Valéria de Siqueira Castro Lopes

O lugar próprio em questão  
Rose Mara Vidal de Souza

As flores vencem o canhão  
João Anzanello Carrascoza

Atualizações para o estudo da folkcomunicação  
Iury Parente Aragão

Cinema Brasileiro – relações humanas e trabalho nos bastidores  
da evolução tecnológica  
Fábio Lacerda Soares Pietrarroia

Metáforas do discurso único, metonímias das culturas do trabalho  
Roseli Figaro

Da Genética de um Texto – um palimpsesto genettiano  
Paulo B. C. Schettino

## **Século XXI**

### **PARTE II – Ideias instigadoras**

Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil  
Regina Giora

O Brasil antenado: a sociedade da novela  
Maria Aparecida Baccega

Palavras, Meios de Comunicação e Educação  
Ana Luisa Zaniboni Gomes

Censura em Cena – Cristina Costa  
Barbara Heller

Um olhar sobre os novos olhares da Recepção midiática  
e do espaço público  
Clarissa Josgrilberg Pereira

A comunicação mediada pelo mundo do trabalho  
Claudia Nociolini Rebechi

Do capital social ao capital comunicativo  
Celso Figueiredo Neto

Censura a livros durante a ditadura  
Flamarion Maués

### **PARTE III – Ideias inquietadoras**

A compreensão da audiência da Rede Globo  
Richard Romancini

A notícia como espetáculo ou o espetáculo da notícia  
Maria Elisabete Antonioli

Olhares sobre a comunicação no limiar de um mundo global  
Francisco Rolfsen Belda

O estudo das histórias em quadrinhos para além dos  
condicionamentos da indústria cultural  
Rozinaldo Antonio Miani

Comunicação publicitária em Propaganda e linguagem.  
Trajetória, análise e evolução  
Eneus Trindade

Sinais de uma outra TV  
Eduardo Amaral Gurgel

Comunicação Popular Escrita: uma viagem  
comunicacional das ruas ao livro  
Eliane Penha Mergulhão Dias

As mídias na ficção  
José Carlos Marques

Cultura das Bordas: comunicação e cultura em movimentos  
Laan Mendes de Barros

A cultura gospel além das fronteiras do protestantismo  
Paulo Ferreira

Examinando as entranhas da obra Autópsias do Horror  
A personagem de terror no Brasil  
Sônia Jaconi

A imagem muito além do cinema  
Marcos Corrêa

Tratado de auditoria de imagem  
Isildinha Martins

“O rosto e a máquina” como introdução à Nova Teoria da Comunicação, e ao  
Metáporo como procedimento inovador de pesquisa  
Ana Paula de Moraes Teixeira

## **PARTE IV – Ideias impulsionadoras**

O reencantamento pela Comunicação  
Renata Carvalho da Costa

Jornalismo sem fronteiras  
Mariza Romero

A clareza do Barroco Boleiro  
Matthew Shirts

Carpeaux: o jornalista como mediador cultural  
José Eugenio de O. Menezes

Personagens e trajetórias que marcaram a história de São Paulo  
Tyciane Cronemberger Viana Vaz

A Dinâmica das Tecnologias Digitais e seu Impacto na Produção,  
Consumo e Difusão da Cultura Midiática  
Nanci Maziero Trevisan

Ombudsman: pago para criticar  
Ana Caroline Castro

A ALAIC na constituição da comunidade Latino-americana  
de Ciências da Comunicação  
Lana Cristina Nascimento Santos

Histórias, personagens e ideias: a trajetória da rádio  
difusão da BBC no Brasil  
Juliano Maurício de Carvalho

O papel da informação na economia capitalista  
Pablo Ortellado

Estado e cinema no Brasil: educação, propaganda e diversão  
João Elias Nery

A implantação da TV digital aberta no Brasil  
Dirceu Lemos da Silva

Comunicação, ciência e convergência muito além dos tags  
Daniel S. Galindo

Os Sons ao Redor  
Marcelo Bulhões

Transgressão Sertaneja: obra que instiga à reflexão  
Jane A. Marques

# SUMÁRIOS

## Volumes I, II e III



# Sumário

## Volume I

### **Prefácio**

O desafio de comunicar .....	15
Celso Lafer	

### **Prólogo**

As Ciências da Comunicação e sua pesquisa no Estado de São Paulo .....	19
Norval Baitello Junior	

### **Preâmbulo**

Caminhos percorridos .....	25
Carlos Eduardo Lins da Silva	
Quem sabe, faz a hora .....	27
José Marques de Melo	
Vanguardismo Paulista .....	33
Osvando J. de Moraes	
Conquistas e carências .....	41
Maria Cristina Gobbi	

## **Prolegômenos**

Avanços notáveis ..... 49

Margarida M. K. Kunsch

Crítica e autocrítica ..... 53

Antonio Hohlfeldt

Marcas da renovação..... 63

Marialva Barbosa

## **Cenários**

Trajetória conturbada: ECA-USP, Ano 50..... 77

Maria Cristina Castilho Costa

Lis de Freitas Coutinho

Pesquisa, Fapesp: Histórias para contar ..... 87

Mariluce Moura

## **Personagens**

Ismail Xavier:Visões em cena

O crítico e professor analisa o diálogo do cinema brasileiro com o teatro rodriguiano ..... 97

Mariluce Moura

Neldson Marcolin

Thomaz Farkas: Otimista e delirante, mas nem tanto  
Thomaz Farkas fala de sua rica vida como fotógrafo,  
produtor de cinema, professor e empresário..... III

Mariluce Moura

Neldson Marcolin

Maria Immacolata Vassallo de Lopes: Telenovela,  
a narrativa brasileira ..... 127

Mariluce Moura

A prima pobre das ciências sociais  
Entrevista de José Marques de Melo  
a Mariluce Moura..... 143

### **Epílogo**

Diversidade e riqueza..... 161  
Margarida M. K. Kunsch

Permanente e itinerante ..... 163  
Fernando Ferreira de Almeida

Reconhecendo o saber produzido antes de nós..... 165  
Marialva Barbosa

Complexo do colonizado..... 167  
José Marques de Melo

### **Anexo**

Ciclo de Conferências Fapesp/Intercom 2013:  
Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos  
A Contribuição de São Paulo..... 171

**Sumários dos Volumes I, II e II.....181**



# Sumário

## Volume II

<b>Apresentação</b> .....	17
José Marques de Melo	

### **Introdução**

Ciências da Comunicação: Saga Brasileira (1963-2013).....	21
José Marques de Melo	

### **PARTE I – Ideias Precursoras**

<b>1. <i>Raízes do Brasil</i>: onde está a Comunicação?</b> .....	33
Marialva Barbosa	
<b>2. Carlos Rizzini, um jornalista precursor</b> .....	41
Antonio F. Costella	
<b>3. Área exótica do cosmo cultural: Florestan Fernandes e o Folclore Paulista</b> .....	49
Maria Cristina Gobbi	
<b>4. A Cultura e as Culturas no Brasil: O pensamento de Alfredo Bosi</b> .....	67
Osvando J. de Moraes	

- 5.** Antonio Candido e os estudos de comunicação.....77  
Carlos Eduardo Lins da Silva
- 6.** A transição do Campesinato brasileiro da sociedade tradicional para a moderna ..... 85  
Cristina Schmidt
- 7.** Culturas móveis, sujeitos atemporais ..... 103  
Rodrigo Gabrioti
- 8.** A propaganda antiga ..... III  
Adolpho Queiroz

## **PARTE II – Ideias Pioneiras**

- 9.** Estudos Raciais no Rádio Paulistano: raízes da Antropologia da Comunicação ..... 121  
Juliana Gobbi Betti
- 10.** José Marques de Melo: o despertar de uma mentalidade investigativa em comunicação..... 135  
Waldemar Luiz Kunsch
- 11.** Artemídia Devolvente: Capitão “Shazam!”, Cadê Você? ..... 153  
Pelópidas Cypriano PEL

- 12.** Uma coletânea influente: *Comunicação e Indústria Cultural*, de Gabriel Cohn ..... 167  
 Maria Immacolata Vassallo de Lopes
- 13.** Desbravando veredas:  
 Samuel Pfromm Netto  
 e a Comunicação de Massa ..... 189  
 José Luís Bizelli
- 14.** Uma releitura de “Cultura de massa e cultura popular” de Ecléa Bosi: caminho metodológico, bases conceituais e achados de estudo empírico ..... 199  
 Círcia M. Krohling Peruzzo
- 15.** O Brasil cultiva a tradição do impasse? ..... 209  
 Priscila Kalinke da Silva
- 16.** Cândido Teobaldo de Souza Andrade:  
 pioneiro das Relações Públicas no Brasil ..... 217  
 Maria Aparecida Ferrari
- 17.** O Declínio da Consciência de Classes  
 ante os Meios de Comunicação de Massa  
 no Brasil ..... 225  
 Ruy Sardinha Lopes
- 18.** Mota revisa nossa ideologia,  
 rigorosamente ..... 233  
 Anita Simis

- 19.** Vera Cruz: cinema brasileiro em transe  
no planalto abençoado .....243  
Antonio de Andrade
- 20.** Gaudêncio Torquato  
Jornalismo Empresarial: teoria e prática ..... 255  
Paulo Nassar
- 21.** História e Comunicação:  
o mestre Virgílio Noya Pinto.....263  
Heloiza Helena Matos e Nobre

### **PARTE III – Ideias Inovadoras**

- 22.** A Noite da Madrinha, livro de  
Sérgio Miceli.....275  
Antonio Adami
- 23.** Livro de Arruda inaugura a abordagem  
científica da Publicidade..... 285  
Roseméri Laurindo
- 24.** Sociologia da comunicação:  
A música sertaneja e a indústria cultural .....293  
Cristina Schmidt
- 25.** Um diagnóstico preliminar da cultura  
do espetáculo .....307  
Mauro Souza Ventura

- 26.** Joseph Luyten: um Inovador da Escola Latino Americana de Comunicação..... 313  
Maria Isabel Amphilo
- 27.** O ensaísta e as imagens dos cineastas .....323  
Alfredo Dias D’Almeida
- 28.** Jornal Nacional na perspectiva dos trabalhadores: análise da audiência nos anos 80..... 335  
Tyciane Cronemberger Viana Vaz
- 29.** A cultura brasileira pela análise de Nelson Werneck Sodré..... 345  
Carla Reis Longhi
- 30.** Comunicação eclesial católica: o clamor de Waldemar Kunsch ..... 357  
Roberto Joaquim de Oliveira

#### **PARTE IV – Ideias Renovadoras**

- 31.** Existe mulher de verdade na imprensa feminina brasileira? ..... 369  
Gisely Valentim Vaz Coelho Hime
- 32.** O som ao redor ou tradição e modernidade, ou ainda, racionalidade e improvisação – O papel da censura na produção cultural brasileira ..... 377  
Maria Cristina Castilho Costa

33. Rock, nos passos da moda .....	385
Rosalba Facchinetti	
34. Os “fazeres intencionados” no jornalismo .....	391
Marli dos Santos	
35. Mídia e Região na Era Digital: diversidade & convergência midiática .....	401
Marcelo Briseno Marques de Melo	
36. Jornalistas e literários.....	407
Elizeu Corrêa Lira	
37. Imprensa, poder e política .....	425
Rosemary Bars Mendez	

### **Anexo**

Ciclo de Conferências Fapesp/Intercom 2013: Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos A Contribuição de São Paulo.....	433
---	-----

### **Sumários dos Volumes I, II e II .....443**

# Sumário

## Volume III

### **Prefácio**

Ciências da Comunicação: Brasil, 50 anos. Por que enaltecer o pioneirismo de Luiz Beltrão?.....	17
José Marques de Melo	

### **Introdução**

Pioneirismo de Beltrão nos estudos Comunicacio- nais no Brasil .....	23
Maria Cristina Gobbi	

### **Transição Secular**

#### **PARTE I – Ideias revisoras**

1. Um livro três-em-um .....	29
Monica Martinez	
2. Vencemos a exclusão digital? .....	37
Francisco Machado Filho	

<b>3. Comunicação e planejamento nas teias da cultura: Reflexões sobre o livro Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada .....</b>	<b>45</b>
Luiz Alberto de Farias	
<b>4. Comunicação, cultura, cibercultura: o estudo das mídias no compasso das transformações sociais e tecnológicas.....</b>	<b>47</b>
Vander Casaqui	
<b>5. Novos desafios para a literatura em Relações Públicas.....</b>	<b>55</b>
Valéria de Siqueira Castro Lopes	
<b>6. O lugar próprio em questão.....</b>	<b>59</b>
Rose Mara Vidal de Souza	
<b>7. As flores vencem o canhão .....</b>	<b>63</b>
João Anzanello Carrascoza	
<b>8. Atualizações para o estudo da folkcomunicação .....</b>	<b>71</b>
Iury Parente Aragão	
<b>9. Cinema Brasileiro - relações humanas e trabalho nos bastidores da evolução tecnológica - .....</b>	<b>85</b>
Fábio Lacerda Soares Pietraroia	
<b>10. Metáforas do discurso único, metonímias das culturas do trabalho .....</b>	<b>93</b>
Roseli Figaro	
<b>11. Da Genética de um Texto – um palimpsesto genettiano .....</b>	<b>99</b>
Paulo B. C. Schettino	

## **Século XXI**

### **PARTE II - Ideias instigadoras**

12. Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil.....115  
Regina Giora
13. O Brasil antenado: a sociedade da novela ..... 123  
Maria Aparecida Baccega
14. Palavras, Meios de Comunicação e Educação ..... 131  
Ana Luisa Zaniboni Gomes
15. Censura em Cena – Cristina Costa ..... 135  
Barbara Heller
16. Um olhar sobre os novos olhares da Recepção  
midiática e do espaço público..... 145  
Clarissa Josgrilberg Pereira
17. A comunicação mediada pelo mundo do trabalho.....151  
Claudia Nociolini Rebechi
18. Do capital social ao capital comunicativo..... 161  
Celso Figueiredo Neto
19. Censura a livros durante a ditadura..... 167  
Flamarion Maués

### **PARTE III – Ideias inquietadoras**

20. A compreensão da audiência da Rede Globo ..... 175  
Richard Romancini
21. A notícia como espetáculo ou o espetáculo da notícia ...185  
Maria Elisabete Antonioli

<b>22.</b> Olhares sobre a comunicação no limiar de um mundo global .....	195
Francisco Rolfsen Belda	
<b>23.</b> O estudo das histórias em quadrinhos para além dos condicionamentos da indústria cultural .....	205
Rozinaldo Antonio Miani	
<b>24.</b> Comunicação publicitária em Propaganda e linguagem. Trajetória, análise e evolução .....	213
Eneus Trindade	
<b>25.</b> Sinais de uma outra TV .....	219
Eduardo Amaral Gurgel	
<b>26.</b> Comunicação Popular Escrita: uma viagem comunicacional das ruas ao livro .....	239
Eliane Penha Mergulhão Dias	
<b>27.</b> As mídias na ficção .....	245
José Carlos Marques	
<b>28.</b> Cultura das Bordas: comunicação e cultura em movimentos .....	255
Laan Mendes de Barros	
<b>29.</b> A cultura gospel além das fronteiras do protestantismo ..	267
Paulo Ferreira	
<b>30.</b> Examinando as entranhas da obra Autópsias do Horror A personagem de terror no Brasil .....	279
Sônia Jaconi	
<b>31.</b> A imagem muito além do cinema .....	285
Marcos Corrêa	

32. Tratado de auditoria de imagem..... 293  
Isildinha Martins
33. “O rosto e a máquina” como introdução à *Nova Teoria da Comunicação*, e ao *Metáforo* como procedimento inovador de pesquisa ..... 301  
Ana Paula de Moraes Teixeira

## **PARTE IV – Ideias impulsionadoras**

34. O reencantamento pela Comunicação..... 313  
Renata Carvalho da Costa
35. Jornalismo sem fronteiras ..... 323  
Mariza Romero
36. A clareza do Barroco Boleiro ..... 333  
Matthew Shirts
37. Carpeaux: o jornalista como mediador cultural..... 339  
José Eugenio de O. Menezes
38. Personagens e trajetórias que marcaram a história de São Paulo ..... 347  
Tyciane Cronemberger Viana Vaz
39. A Dinâmica das Tecnologias Digitais e seu Impacto na Produção, Consumo e Difusão da Cultura Midiática.... 355  
Nanci Maziero Trevisan
40. Ombudsman: pago para criticar..... 365  
Ana Caroline Castro
41. A ALAIC na constituição da comunidade Latino-americana de Ciências da Comunicação ..... 373  
Lana Cristina Nascimento Santos

42. Histórias, personagens e ideias: a trajetória da radiodifusão da BBC no Brasil .....	379
Juliano Maurício de Carvalho	
43. O papel da informação na economia capitalista .....	389
Pablo Ortellado	
44. Estado e cinema no Brasil: educação, propaganda e diversão .....	395
João Elias Nery	
45. A implantação da TV digital aberta no Brasil .....	405
Dirceu Lemos da Silva	
46. Comunicação, ciência e convergência muito além dos tags .....	415
Daniel S. Galindo	
47. Os Sons ao Redor .....	423
Marcelo Bulhões	
48. Transgressão Sertaneja: obra que instiga à reflexão .....	431
Jane A. Marques	

### **Anexo**

Ciclo de Conferências Fapesp/Intercom 2013: Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos. A Contribuição de São Paulo.....	443
--	-----

### **Sumários dos Volumes I, II e III.....453**

**Ciclo de Conferências  
FAPESP / INTERCOM / UNESP / USP**

**50 anos das Ciências da Comunicação  
no Brasil: a contribuição de São Paulo**  
Agosto – Outubro  
2013

Trata-se de fruto de intenso esforço editorial essa oportuna reunião, em três volumes, de textos apresentados ao longo dos três meses do evento que discutem os cinquenta anos das Ciências da Comunicação no Estado de São Paulo, quando trabalhos pioneiros e contemporâneos foram apresentados, debatidos e analisados por profissionais e pesquisadores da área, e agora se fazem presentes, neste momento especial do século XXI, recuperando autores, livros, temas, elementos, acontecimentos e ideias.

É inestimável o valor das contribuições e os sentidos e dimensões alcançados nesta edição agora disponibilizados para os pesquisadores da área e ainda às novas gerações em ação das Ciências da Comunicação no Brasil.

**Paulo B. C. Schettino - UFRN**