

**Fatos do passado na  
mídia do presente:  
rastros históricos e  
restos memoráveis**

## Conselho Editorial INTERCOM

### Diretor Editorial

Osvando J. de Moraes

### Presidente

Raquel Paiva (UFRJ)

Muniz Sodré (UFRJ)

Maria Teresa Quiroz (Universidade de Lima/Felafacs)

José Manuel Rebelo (ISCTE, Lisboa)

Luciano Arcella (Universidade d' Aquila, Itália)

Alexandre Barbalho (UFCE)

Moha Hajji (UFR)

Márcio Guerra (UFJF)

Marialva Barbosa (UFF)

Luís C. Martino (UNB)

Nelia Del Bianco (UNB)

Pedro Russi (UNB)

Etienne Samain (UNICAMP)

Norval Baitello (PUCSP)

Olgária Matos (UNISO)

Paulo Schettino (UNISO)

Giovandro Ferreira (UFBA)

Ana Silvia Medula (UNESP Bauru)

Juremir Machado da Silva (PUCRS)

Erick Felinto (UERJ)

Alex Primo (UFRS)

Christa Berger (UNISINOS)

Afonso Albuquerque (UFF)

Cicília M. Krohling Peruzzo (Univ. Metodista)

Fatos do passado na mídia do presente:  
rastros históricos e restos memoráveis

### Organização

Ariane Pereira

Íris Tomita

Layse Nascimento

Marcio Fernandes

### Capa, projeto gráfico e diagramação

Lucas Gomes Thimóteo

São Paulo, abril de 2011

ISBN 978-85-88537-72-9

Alguns direitos reservados. Venda proibida.





**Fatos do passado na  
mídia do presente:**  
rastros históricos e  
restos memoráveis





# Sumário

## *PARTE 1: História e Memória na Mídia Impressa*

1. Jornalismo paranaense no início do século XX: o *Diário da Tarde* escrevendo a história da imprensa

Karina Janz WOITOWICZ

2. Estado do Iguaçu: apontamentos sobre personagens relevantes e coberturas regulares da Imprensa

Gabriel BALDISSERA

Marcio FERNANDES

3. A imprensa e a construção da memória: ditadura militar de 1964, fragmentos e razões do silêncio

Layse Pereira Soares do NASCIMENTO

4. *O estabelecimento dos fatos*: “rastros memoriais” da Folha de S.Paulo durante o regime militar no Brasil

André Bonsanto DIAS





5. A cobertura do caderno *Ilustrada* dos festivais independentes no Brasil  
Wyllian CORREA

6. Um exemplo de jornalismo literário: a revista *Tarja*  
Reynaldo CASTRO

7. Aquecimento global e efeito estufa nas páginas de *Veja*: tom de alarme e urgência nos discursos que navegam pela binômio esperança-descrença  
Ariane PEREIRA

8. Imprensa feminina e representações sociais: a mulher na revista *Grande Hotel*  
Níncia Cecília Ribas Borges TEIXEIRA

9. A resistência das mulheres através da imprensa: feminismo e ativismo midiático nos anos 1970-80 no Brasil  
Karina Janz WOITOWICZ

#### *PARTE 2: História e Memória na Mídia Audiovisual*

1. Fotografia, memória e poder: as disputas por operações memoráveis na Revolta dos Posseiros de 1956  
Éverly PEGORARO





2. O uso da imagem na mídia impressa em Belém: percurso e configuração

Netília Silva dos Anjos SEIXAS

3. A TV pública no Pará

Maria Ataíde MALCHER

4. Memória e História: as minisséries como restos do passado

Marialva Carlos BARBOSA

5. Debates nas campanhas presidenciais: Brasil 1989-2010

Maria Berenice da Costa MACHADO

6. Cerveja X Refrigerante: apontamentos sobre 40 anos de similaridades na estética de suas propagandas

Sergio KULAK

Marcio FERNANDES

7. Pistas para (re)construir uma história da radiodifusão em Jujuy, Argentina

Marcelo BRUNET





*PARTE 3: Reflexões acerca da relação entre História, Memória e Mídia*

1. Teorias da publicidade na América Latina: a perspectiva da recepção em Eliseo Verón

Rodolfo Rorato LONDERO

2. Acesso aos bens culturais, diversidade cultural e políticas públicas

Claúdia Herte de MORAES

3. Educação e comunicação nos movimentos sociais rurais

Emerson dos Santos DIAS

4. Estudos Culturais urbanos na América Latina: comunicação, cidade e política

Alejandra GARCIA VARGAS; Patria ROMÁN-VELÁSQUEZ

5. O relato como notícia e história: a relação entre moradores e Tenentistas durante a ocupação de Foz do Iguaçu

Emerson dos Santos DIAS

*Sobre os autores*



## Prefácio

Uma das mais importantes áreas do conhecimento neste século 21, as Ciências da Comunicação têm recebido a devida atenção no âmbito da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) nos últimos anos. A própria entrega deste e-book - denominado Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos memoráveis - à comunidade acadêmica brasileira e internacional é um excelente demonstrativo disso.

A visão institucional da Unicentro para o universo comunicacional é clara: todas as ações devem ser pautadas pela integração Ensino-Pesquisa-Extensão, operando-se em rede tanto quanto possível, tanto do ponto de vista de conteúdos como sob a ótica geográfica - vale ressaltar que, por estes tempos, a área de Comunicação da Unicentro mantém ou está fomentando laços com parceiros da Argentina, Chile, Portugal e Espanha, dentre outros pontos do planeta. Em paralelo, também nos últimos anos, diversos livros englobando a Comunicação e outros campos têm sido publicados com o apoio da Unicentro, demonstrando que é possível sim, a partir do interior de um Estado (neste caso, o Paraná) se produzir conhecimento, em busca da excelência científica.

Ademais, nossos alunos e egressos de Comunicação Social cada vez mais se destacam em diversas mídias e partes do Brasil, fruto também de um processo permanente de qualificação docente e dos agentes universitários. Cabe dizer que, em 2006, a área de Comunicação da Unicentro possuía dois professores efetivos -



um mestre e um especialista. Até 2013, este número deve ser transformado em 13 docentes concursados, 10 dos quais doutores.

Em um cenário assim, torna-se difícil (e, muito provavelmente, desnecessário) apontar se esta ou aquela ação é mais importante dentro deste projeto de desenvolvimento comunicacional que a Unicentro está estimulando. O mais correto é pensar (e defender sempre) que, juntos, cresceremos com a devida qualidade que tem pautado nossa Universidade nos últimos anos.

Boa leitura,

Vitor Hugo Zanette e Aldo Nelson Bona, reitor e vice-reitor da Unicentro, respectivamente

Abril de 2011



# Apresentação Geral

Três anos nos separam de maio de 2008. Data em que a Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), através do Grupo de Guarapuava, como seria designado mais tarde pelo professor José Marques de Melo – quando da indicação (vencedora) do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação 2009, na categoria Grupo Inovador –, organiza e sedia o Intercom Sul daquele ano. Evento que fomentou as discussões que resultaram nos três primeiros exemplares da coleção 3C – Conversas Contemporâneas em Comunicação: Retratos Midiáticos do Meio Ambiente – Gestos de Interpretação, Retratos Transdisciplinares e Retratos Sociais da Mídia, organizados por professores do grupo e convidados de outras instituições.

De lá até aqui, outros dois exemplares se juntaram à coleção: Recortes brasileiros de ativismo midiático e Cidadania, manifestações culturais e questões de gênero. Além disso, o mesmo grupo também organizou o e-book Jornalismo Reflexivo – visões teórico-metodológicas de autores do sul brasileiro, publicado pela Intercom, abrindo a coleção Intercom E-livros. A mesma que, agora, publica Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos memoráveis.

Assim, estes organizadores têm a satisfação, de mesmo estando no interior do Paraná, longe dos grandes centros e instituições, mais uma vez suscitar discussões na área da Comunicação. Afinal, acreditamos que o debate e a reflexão é que nos levarão à uma prática comunicacional, bem como a um ensino e a uma pesquisa mais efetivos.

Os organizadores.







# *Parte 1*

---







## Apresentação Parte 1

Professores, pesquisadores, acadêmicos e profissionais da Comunicação, do Paraná e de Santa Catarina, se reuniram em junho de 2010 para refletir e debater acerca da história da mídia. Discussões que, pensamos à época, não poderiam ficar restritas as salas de aula da Unicentro (Universidade Estadual do Centro-Oeste), onde foi realizado o I Encontro Paraná-Santa Catarina de História da Mídia; deveriam extrapolar as dependências da universidade, suscitar novos debates...

Dessa maneira, pensamos que, a partir das discussões, os resumos-expandidos apresentados poderiam ser ampliados e publicados em livro, em formato eletrônico. E assim, os autores foram convidados a produzir artigos para o e-book. Mas não só eles... Pesquisadores de outros estados do Brasil e da Argentina também foram convidados a escrever. Reflexões que hoje estão presentes em *Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos memoráveis*.

E-book que, para fins de organização, foi dividido em três partes: *História e Memória na Mídia Impressa* – composta por 9 artigos; *História e Memória na Mídia Audiovisual* – que engloba 7 textos; e *Reflexões acerca da relação entre História, Memória e Mídia* – formada por mais 5 artigos.

“Jornalismo paranaense no início do século XX: o *Diário da Tarde* escrevendo a história da imprensa”, de autoria de Karina Janz Woitowicz, é o artigo de abertura da primeira parte. Nele, a autora paranaense procura analisar as principais características



(em se tratando tanto de forma quanto de conteúdo) do jornal mais antigo do Paraná, nos primeiros anos do século XX, a fim de compreender o espaço construído pelo jornalismo para ‘dizer’ a realidade em meio aos acontecimentos de uma época.

O artigo seguinte, de Gabriel Baldissera e Marcio Fernandes, “Estado do Iguçu: apontamentos sobre personagens relevantes e coberturas regulares da imprensa”, reflete sobre a participação, a favor ou contra, da imprensa do sul do Brasil ao longo das campanhas pró-criação do Estado do Iguçu, sobretudo a partir da década de 1960.

Mesmo período a que se dedica a professora Layse Nascimento em sua pesquisa que resultou em “A imprensa e a construção da memória: ditadura militar de 1964, fragmentos e razões do silêncio”. Neste artigo, o de número três da primeira parte, ela toma como objeto artigos publicados pela Folha de S. Paulo, em 2010, e pela revista Realidade, em 1967, para demonstrar que, se de um lado, há uma preocupação com a seleção de fragmentos de memória, de outro, o que se procura é controlar a memória que será recuperada no futuro.

A ditadura militar brasileira e a mesma Folha de S. Paulo também fazem parte da reflexão seguinte: “O estabelecimento dos fatos: ‘rastros memoriais’ da Folha de S. Paulo durante o regime militar no Brasil, de André Bonsanto Dias, que procura analisar algumas “visões” sobre a atuação do jornal durante o regime, perspectivas essas que, para o autor, são apenas fragmentos de um passado e evidenciam uma memória sempre seletiva que é, portanto, portadora de uma identidade própria.





A Folha de S. Paulo continua a ser analisada no artigo 5 dessa primeira parte: “A cobertura do caderno Ilustrada dos festivais independentes no Brasil”, de Willian Correa que questiona os laços entre jornalismo e indústria cultural e como essa relação pode ser percebida na cobertura de uma produção cultural “alternativa” ou, nas palavras do autor, além dessa lógica.

O jornalismo cultural, só que o praticado na Argentina, é o tema da reflexão de Reynaldo de Castro, intitulada “Um exemplo de jornalismo literário: a revista *Tarja*”. Tal texto discorre sobre o impacto na mídia andina da revista *Tarja*, considerada pelo autor como o mais original produto gráfico da história da imprensa dos Andes e da Argentina, cujas influencias, 50 anos depois, ainda se fazem sentir no jornalismo daquele país.

Da revista *Tarja* para a revista *Veja*, do jornalismo cultural para o jornalismo ambiental. Assim, o sétimo artigo dessa primeira parte - “Aquecimento global e efeito estufa nas páginas de *Veja*: o tom de alarme e urgência nos discursos que navegam pelo binômio esperança-desesperança”, de Ariane Pereira – trata de como, ao longo dos anos, de 2006 a 2009, a revista de maior circulação nacional, variou o tom dos discursos jornalísticos acerca do meio-ambiente, variando do “caos climático” as “possíveis soluções para o planeta”.

Outra revista, a *Grande Hotel*, é o objeto de estudo de Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira, em “Imprensa feminina e representações sociais: a mulher na revista *Grande Hotel*”, oitavo artigo dessa primeira parte. Para a autora, as revistas femininas são





importantes fontes de pesquisa para quem quer estudar a evolução da mulher dentro da sociedade. Afinal, para ela, essas revistas agem como espelhos do comportamento feminino e também como incentivadoras de mudanças de comportamento.

Também falando de imprensa feminina, Karina Janz Woitowicz encerra a primeira parte de *Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos* memoráveis, com “A resistência das mulheres através da imprensa: feminismo e ativismo midiático nos anos 1970-80 no Brasil”. Nele, a autora procura demonstrar como o movimento feminista, na medida em que se constitui como um espaço de resistência e luta em defesa das mulheres, passa a incorporar em suas ações diversas práticas relacionadas aos processos midiáticos, promovendo, assim, o debate sobre as causas do feminismo a partir da publicização de determinados assuntos na esfera pública.

Essas são os temas discutidos em *História e memória na mídia impressa*. Boa leitura!





## Jornalismo paranaense no início do século XX: O *Diário da Tarde* escrevendo a história da imprensa

Karina Janz Woitowicz

### **Jornalismo e construção da história**

A partir de uma perspectiva que entende a imprensa como prática social e instrumento de constituição de modos de viver e pensar, o presente texto procura analisar as principais características (em se tratando tanto de forma quanto de conteúdo) do jornal *Diário da Tarde*, mais antigo do Paraná, nos primeiros anos do século XX, a fim de compreender o espaço construído pelo jornalismo para ‘dizer’ a realidade em meio aos acontecimentos de uma época.

Sabe-se que a leitura de um jornal desgastado pelo tempo é capaz de revelar uma série de características de um contexto mais amplo sobre o qual este mesmo jornal atua. Portanto, apontando para uma via de mão dupla, pretendemos esboçar possíveis “intromissões” da imprensa na sociedade curitibana e também do povo nas páginas dos jornais, tendo em vista o diálogo entre história e sociedade no jornalismo paranaense.

Para estabelecer esta relação, torna-se necessário recuperar historicamente o papel do jornalismo na sociedade brasileira, lançando mão de referências pontuais sobre o modo como se fez jornalismo nesta época e a importância da imprensa





enquanto único meio de informação e transmissão de idéias e valores. Afinal, a passagem do século XIX – que vivenciou grandes transformações como a abolição da escravidão, a proclamação da República, a ampliação acelerada do mercado interno e a imigração em massa, só para listar os momentos mais expressivos – para o século XX corresponde ao período de formação da imprensa nacional, isto é, da transformação de jornais que passavam de experiências isoladas e aventuras passageiras a grandes e estáveis empresas. A imprensa periódica, nesse contexto, ao ‘construir’ espaços urbanos e participar de múltiplas disputas sociais, pode ser pensada como uma experiência cultural, espaço de idéias e ações que se insere e se articula no cotidiano dos brasileiros.

De maneira mais ou menos acelerada, as cidades passam a sentir as transformações nos espaços urbanos e a efervescência de idéias e hábitos culturais. A imprensa, ao servir de mediadora e impulsionadora destas mudanças, torna-se uma dimensão importante da experiência social, um espaço privilegiado para compreender os modos de viver e conviver em sociedade.

Através da investigação de algumas marcas presentes na folha de maior circulação do Paraná, busca-se perceber a presença do jornalismo na vida social e os traços de sociabilidade que ultrapassam os limites do papel.

### **Forma e fazer jornalístico: a imprensa brasileira no início do século XX**

Para melhor compreender as formas de ser e de dizer da imprensa paranaense, assim como a sua representatividade no período estudado, é importante ter presente





um cenário mais amplo da prática jornalística realizada no Brasil no início do século XX, quando o país vivencia o crescimento demográfico e o processo de urbanização das cidades. Não por acaso, a imprensa se insere no cotidiano da sociedade e participa ativamente dos acontecimentos que marcaram a história contemporânea. Interessa-nos, portanto, levantar algumas referências sobre este importante momento da imprensa em transição, identificando possíveis marcas deste ‘fazer’ jornalístico nas páginas do *Diário da Tarde* e percebendo em que medida a imprensa traduzia tendências, tensões e formas de sociabilidade.

Mesmo considerando os diferentes ritmos de desenvolvimento do jornalismo no território nacional - e sendo o Paraná ironicamente o último estado a registrar a presença da tipografia, em 1854 -, serão utilizadas para esta recuperação histórica obras que registram e discutem as etapas evolutivas do jornalismo, mais especificamente no que se refere ao momento de passagem da imprensa ‘artesanal’ para o modo ‘industrial’ de se fazer jornalismo.

De um modo geral, menciona-se que, até meados do século XIX, a imprensa, tanto a oficial ou oficiosa como a de oposição, caracteriza-se por um grande envolvimento com as disputas políticas, atuando como uma espécie de tribuna de luta contra ou a favor das diversas causas que empolgam o país. Os jornais, ainda que não descartassem o interesse em vendas e anúncios, eram feitos para veicular uma determinada mensagem, que podia ser de interesse pessoal, político ou literário do próprio jornalista ou de algum grupo que ele representasse.





Conforme analisa Gisela Taschner, em estudo sobre o grupo *Folhas*,

São muito freqüentes, nos estudos sobre a imprensa, as referências ao jornalista “antigo”, que escreve “com paixão”, “porque gosta”, ao seu caráter “não-profissional”, “não-burocrático”, à sua “vida boêmia”. Mas a lógica que preside a elaboração da mensagem pode ser também a lógica política: defender ou atacar determinada causa ou elemento do sistema de poder ou o próprio sistema de poder. (TASCHNER, 1992, p.29)

Esta ‘lógica’ pautada no posicionamento político confere ao jornalismo praticado até o final do século XIX um caráter de parcialidade e comprometimento; não concretamente com a informação, mas com as alianças polarizadas nas correntes liberal e conservadora que ‘agiam’ na imprensa. Segundo Francisco Rüdiger, “o regime jornalístico dominante, que não pode ser compreendido fora das relações sociais vigentes, seguia as regras e finalidades ditadas pela racionalidade política” (RÜDIGER, 1993, p.45).

A partir de fins do século XIX, algumas mudanças se fizeram sentir na imprensa. Não apenas em se tratando do desenvolvimento das técnicas de produção, com a utilização da litografia e da gravura, como também na lógica de mercado que passou a reger a atividade jornalística. As inovações tecnológicas - utilização de máquinas rotativas, linotipos e surgimento das bobinas de papel - também influenciaram sobre as características dos jornais, que evoluíram para o formato standard e puderam ampliar suas tiragens, aproximando-se do modo de produção ‘industrial’. De outro



lado, os jornais, ao assumirem contornos mais empresariais, dão início a modificações no processo do trabalho e no próprio estilo, adotando o jornalismo literário noticioso (que teve seu apogeu entre os anos de 1890 a 1920) e especializando-se na discussão de assuntos de atualidade, desvinculando-se gradualmente do comprometimento doutrinário.

Sabe-se que esta imprensa pautava-se essencialmente nos telegramas oficiais e em uma forma ‘romanceada’ de se fazer jornalismo, verificada pelo uso abusivo de adjetivos e por narrativas e retóricas próximas ao discurso literário (como crônicas e artigos). Foi a partir da década de 1880 que, dentro deste ‘padrão’ jornalístico, ocorreu a proliferação de jornais, com o crescimento de assinaturas e de anúncios; neste período, intensificaram-se os órgãos de imprensa, partindo da necessidade de ‘fazer a opinião’ nas páginas dos periódicos.

Nos fins do século XIX, um importante marco para o desenvolvimento da imprensa é registrado: “a imprensa artesanal estava sendo substituída pela imprensa industrial; a imprensa aproxima-se, pouco a pouco, dos padrões e das características peculiares a uma sociedade burguesa” (SODRÉ, 1999, p.261). Passou-se, então, a caracterizar o jornalismo como empresa, da pequena à grande, e a compra da opinião tornou-se parte da rotina dos jornais.

Sobre este momento de transição na forma e na feitura jornalística, Luiz Garcia observa que “foi preciso esperar pelo século XX para que nascesse o jornal/ empresa – politicamente mais ativo, mas já trabalhando a informação como mercadoria a ser vendida pelo seu valor intrínseco, e não pelo serviço que representasse para quem





a veiculava” (RITO, 1989, p.31). O movimento de expansão da imprensa torna visível a participação da sociedade nas páginas dos jornais, que passam a servir como focos de formulação e articulação de concepções, práticas culturais e difusão de projetos.

Dados e textos recuperados no estudo de Sevcenko possibilitam apreender algumas pistas sobre a estrutura social da nação na virada do século XX: o número de analfabetos no Brasil, segundo estatística oficial, era, em uma população de 14.333.915 habitantes, de 12.213.356, isto é, sabiam ler apenas 16 ou 17 em 100 brasileiros. Entre os países presumidos de civilizados, difícil seria encontrar tão alta proporção de iletrados, o que permite concluir que o que se produzia era “uma literatura de poucos, interessada a poucos” (SEVCENKO, 1983, p.88). O analfabetismo quase total da população brasileira neste momento histórico impedia, assim, o desenvolvimento de um amplo mercado editorial.

Em contrapartida, o desenvolvimento do jornalismo representa um fenômeno marcante na área cultural, com repercussões sobre o comportamento da sociedade. Trata-se da ‘idade de ouro da imprensa’: o mercado em expansão, a adoção de novas técnicas de impressão e edição, que permitiam o barateamento da imprensa, além do acabamento mais apurado e o tratamento literário e simples da matéria intensificaram o consumo de produtos culturais pelo público.

As mudanças experienciadas pela imprensa no período marcam um momento da história do Brasil em que a sociedade e o periodismo passaram a manter vínculos de reciprocidade mais definidos, uma vez que o jornal traduz e participa do movimento de transformação da sociedade e permite ‘intromissões’ do povo em suas páginas.





Interessa, portanto, compreender a escrita como espaço em permanente relação com a política e a organização dos brasileiros, servindo como campo de (re)constituição das dinâmicas que regem a sociedade.

### **Imprensa e cotidiano paranaense em (trans) formação**

O presente texto convida a um mergulho no tempo através das páginas de jornais antigos. O cenário? O ambiente da imprensa que se desenvolveu na capital paranaense nas primeiras décadas do século XX. O foco de interesse? Descobrir como os diversos setores da sociedade produzem, traduzem e alteram a realidade através do trabalho com as notícias. O caminho? O próprio jornal, entendendo-o como agente dos processos de transformação por ele noticiados.<sup>1</sup>

No entanto, para compreender e decifrar algumas marcas do jornalismo paranaense através da leitura do *DT*, torna-se necessário situar historicamente o desenvolvimento da imprensa paranaense e a presença do jornal no contexto do período. Sendo o Paraná o último estado brasileiro a contar com o surgimento da imprensa - e tendo como registro deste marco a implantação da “Typographia Paranaense” em Curitiba, de onde saía, em 1º de abril de 1854, o primeiro número do jornal *O Dezenove de Dezembro* - somente em 1884 foi possível conhecer a primeira folha diária. A partir desta data registra-se na história da imprensa paranaense a proliferação de jornais de diferentes grupos e estilos, como os de imigrantes, clubes, folhas literárias e esportivas.

---

<sup>1</sup> Nos trechos transcritos do jornal *Diário da Tarde*, preservou-se o sentido original dos textos, ainda que a grafia tenha sido adaptada à linguagem atual.



Pode-se dizer que o jornal *Diário da Tarde* acompanhou e participou de maneira significativa dos principais acontecimentos da história do Paraná desde o seu surgimento, em 18 de março de 1889. Mais do que isso, o jornal representou um veículo de informação e transmissão da cultura, da sociabilidade e da trajetória política da capital paranaense, servindo como porta-voz de tendências, tensões e posicionamentos da sociedade em momentos distintos da vida pública.

Oswaldo Pilotto reproduz o objetivo do fundador do *Diário da Tarde*, Estácio Correia, ao fazer circular um jornal “em virtude da necessidade que sente o nosso Estado de uma folha que seja, entre as lutas partidárias, um elemento ponderativo”. Com um estilo popular, manifestando os problemas e as conquistas da capital e traduzindo o seu processo de desenvolvimento, o jornal consolida-se como a folha de maior circulação no Paraná. Mesmo passando por mudanças de diretoria e linha editorial, o reconhecimento do jornal junto ao público transparece nos espaços dedicados às correspondências e na cobertura dos fatos, em que o jornal anuncia “estar sempre junto ao povo, refletindo o seu sentir, nos momentos de prazer como nos dias de luto e sofrimento” (06/10/1913).

Em relação aos demais jornais existentes na época, o *DT* figura como o mais avançado tecnicamente, assim como o que mantém maior adesão e reconhecimento público. O próprio jornal, ao divulgar as qualidades de sua produção, aponta aspectos da formação e organização da imprensa paranaense:





O “Diário da Tarde” é um jornal moderno, bem feito, noticioso, redigido com elevado critério, variado e que a gente lê com prazer e fica satisfeito de ter bem empregado os 100 réis de seu custo. O serviço telegráfico nada deixa a desejar; os assuntos tratados que requerem a emissão de conceitos são feitos com elevação de análise, sem paixões e a sua redação conhece o cumprimento do dever da imprensa no guiar o juízo político, o faz de modo a calar no espírito a verdade e a justeza dos seus comentários. (04/12/1912).

Neste quadro da imprensa em fase de expansão e desenvolvimento, o Diário da Tarde assume representativo destaque, investindo em correspondentes de diversas cidades e noticiando os problemas e conquistas de diferentes regiões do Estado. Pode-se dizer, baseando-se na representatividade do jornal na época, que as relações entre a imprensa e a sociedade paranaense vão se acentuando de tal forma que, em determinados momentos, o jornal define-se como mediador dos interesses do povo e dos poderes que orientam os rumos dos acontecimentos. Igualmente interessante é analisar como a história da imprensa é contada e tematizada pelo próprio jornal. Ilustram esta questão os textos sobre a mudança de propriedade do jornal e do desenvolvimento técnico que se operam no periódico; nesta perspectiva, o Diário da Tarde anuncia a mudança de 4 para 8 páginas, sendo o primeiro do Estado a fazer a tiragem com este número. Acontece, neste momento, uma ampla reformulação do jornal, com a implantação e ampliação de agências urbanas e suburbanas nos principais bairros da cidade e agentes no interior e no litoral. O jornal noticia com otimismo este marco para a imprensa, em 1912:





Esta folha inicia, hoje, a sua publicação com oito páginas, diariamente. É, pois, o *Diário da Tarde* o primeiro jornal, no Estado, que faz a sua tiragem com tal número de páginas. Era essa uma necessidade nossa e do público. Nossa, porque não podíamos atender, convenientemente, ao numeroso serviço de anúncios com que somos favorecidos, bem como a outras publicações; do público, porque não nos era dado, com quatro páginas apenas, satisfazer os contratos de publicações ineditoriais nem desenvolver a parte noticiosa. Fizemos agora aquisição de mais uma esplêndida máquina linotipo – Mergenthaler – sistema americano, de maneira que, com as outras máquinas de composição que já possuímos, encontramos-nos aparelhados para fazer frente a qualquer exigência do serviço. Estamos em negociações com uma máquina rotativa de impressão, que será a primeira que o Paraná vai possuir. Com a rotativa, poderemos desenvolver ainda mais o *Diário da Tarde*, que, como vêm os nossos leitores, não poupa esforços nem sacrifícios para corresponder a aceitação pública, tornando-se um jornal moderno e que procura, sempre, atender aos interesses do povo com o auxílio do qual vive, desdobrando-se em atividades pelo engrandecimento da terra paranaense. (27/09/1912)

O texto traz, além do desenvolvimento técnico comemorado pelo jornal, referências que mostram o próprio desenvolvimento da capital. Ao que tudo indica, a ampliação do serviço revela uma demanda maior de anúncios e notícias (nesta ordem, evidentemente), e da própria formação de um público letrado que faz do jornal um espaço de diálogo entre temas comuns.





Mas, que relação o jornal estabelece com a vida cotidiana dos paranaenses? De acordo com o recenseamento de 1900, divulgado por Romário Martins (s/d), a população total do Paraná era de 331.509 habitantes, sendo a maioria residente em áreas rurais, superando os 450.000 habitantes nos primeiros anos da década de 1910. Registros da época recuperados por Sílvia Araújo descrevem a capital como um centro onde existiam mais de 30 sociedades, clubes e instituições de ordem popular, seis colégios particulares, cinco livrarias, nove tipografias, uma litografia, oito jornais, dois dos quais eram diários (ARAÚJO, 1992, p.39).

Dados mais precisos ou impressões sobre o cenário da capital e do Estado, enquanto assuntos presentes em praticamente todas as edições, aparecem também como registros do próprio desenvolvimento paranaense, evidenciando os laços entre o jornalismo e a vida urbana.

### **Traços e caligrafias do *Diário da Tarde***

Analisar o modo como o periódico se estrutura e organiza seus assuntos e formas de dizer, no contexto da vida curitibana, pode ser representativo para uma leitura da imprensa paranaense. “Stereotypado e impresso em machinas rotativas Marinoni”, o *Diário da Tarde* assume papel importante junto à opinião pública (letrada) especialmente em seu editorial na primeira página - que, via de regra, é a matéria principal -, discutindo polêmicas ou acontecimentos relevantes da vida cotidiana. Um recurso marcante nessa imprensa é o uso do télégrafo, que se expressa na abertura da notícia sob a nomeação de “Pelo Telegrapho”, um serviço especial do jornal. As





notícias por correspondência, tanto nacionais quanto internacionais, ocupavam uma parte considerável, pois o periódico mantinha correspondentes em diversas cidades do Estado – como Castro, Ponta Grossa, Paranaguá, etc – que informavam sobre política e assuntos policiais, em sua maioria, ou reproduziam notícias nacionais, do exterior ou anúncios oficiais.

Outro recurso utilizado pelos jornais da época era a citação/transcrição do noticiário de outros órgãos de imprensa, fossem eles da própria cidade, fossem do interior, de outros estados ou países. O *Diário da Tarde* tem como principais fontes os jornais *O Paiz* e *Correio da Manhã*, ambos do Rio, que desse modo repassam informações sobre as decisões e os fatos recentes da capital federal.

Vale lembrar que, no menu dos jornais, a literatura também não podia faltar. Vinha sob a forma de textos avulsos, em verso e prosa, ou de folhetins que se revelaram uma febre na imprensa. Para Maria Céres Spínola Castro, no ensaio “A aventura da imprensa”, os folhetins são a expressão do atraso técnico dos jornais brasileiros, na medida em que preenchiam as lacunas das coberturas dos acontecimentos políticos que dificilmente poderiam ser acompanhados com as técnicas disponíveis (CASTRO et al., 1997, p.23).

Verificando o processo de transformação da imprensa no qual ela evolui de uma fase política, panfletária e literária para uma fase em que o jornal assume o caráter de empreendimento, pode-se identificar também no *DT* o crescimento do noticiário local – ao lado das seções de telegramas, das crônicas, dos folhetins – abordando





vários aspectos da vida da cidade, explorando elementos do cotidiano. Aparecem seções dedicadas às reclamações de moradores sobre problemas da cidade, registros de epidemias e indicações de providências tomadas pelo governo, notícias diversas de assuntos políticos, agenda cultural e coluna social. Enfim, um menu variado que inclui assuntos relativos à vida nacional e local, traçando o papel e as características da imprensa no momento em pauta.

### **Queixas do povo construindo um espaço público na imprensa**

O diálogo e a relação entre o jornal e a sociedade paranaense se faz presente não apenas na publicação de dados estatísticos sobre o desenvolvimento da capital, notícias políticas ou policiais e serviços de utilidade pública. Há, também, um espaço relevante de produção simbólica que faz transparecer as imbricações entre o público e a atividade da imprensa: a coluna “Reclamações”, contendo queixas da população sobre os mais diversos assuntos (características da cidade, deficiências dos bairros, etc), publicada diariamente no *Diário da Tarde*.

Reunindo problemas emergentes da cidade em formação, o jornal pautava temas de interesse público e se colocava ao lado das necessidades e aspirações do povo, assumindo-se como porta-voz dos descontentamentos dos paranaenses. Os textos que seguem expressam claramente esta questão:

Um dos maiores deveres municipais é zelar pela higiene pública.  
Entre nós, porém, esse dever tem sido descenado. Poderíamos





apontar centenas de exemplos que reclamam a contra incúria e o descaso municipais a respeito. Citemos, apenas, a falta de fiscalização nos quintais, principalmente nos estabelecimentos que estão em contato com o público. Em algumas dessas casas, verdadeiros depósitos de imundície, nem se pode penetrar, mesmo fazendo uso de desinfetantes, a não ser que esteja com o olfato estragado. Em muitas delas o lixo, os detritos de peixes e mariscos podres, são acumulados durante dias exalando odores. E quando vão retirar estes detritos, o mal cheiro é tal que o quarteirão inteiro fica dele tomado. (02/07/1912).

Já que a nova câmara está empenhada em dotar a nossa capital dos melhoramentos de que ela necessita, acho oportuno o momento para solicitar dos senhores camaristas que dêem um jeito a fim de arranjar um par de olhos e uma fossa nasal para algum dos empregados da higiene municipal. Só assim pode ser que se extinga o foco de miasmas que é o trecho da rua Marechal Deodoro. É um martírio para as famílias que moram em casas que não têm quintal o problema da limpeza. Os carrinhos de lixo não têm dia nem hora certa para passar nas ruas e o serviço é feito ao arbítrio dos encarregados. (22/10/1912).

Higiene pública, lixo, mau cheiro, abastecimento de água, moléstias, calçamento, criminalidade. Estes problemas são alguns dos assuntos tratados como ‘reclamações’ do povo nas páginas do *DT*. Trata-se de um forte laço que se estabelece com os leitores, tornando visível o papel do jornal junto aos interesses coletivos. É o periódico agindo como porta-voz dos problemas e mobilizador das conquistas que se operam entre o dizer e os seus reflexos.





Em meio a este campo polêmico, os interesses do povo ganham sentidos variados. Polarizada a discussão entre os problemas e benefícios do assunto de maior relevância na época, não demoram a aparecer opiniões sobre as condições da estrada de ferro e os grupos ou pessoas atingidos e descontentes. Admitindo que “começou a reação popular”, o jornal publica reclamações em forma de cartas de leitores, como a missiva que segue, escrita por trabalhadores da estrada de ferro São Paulo-Rio Grande<sup>2</sup>, em que denunciam as injustiças que vinham sofrendo.

Muito agradecemos a publicação da missiva que vos enviamos. Nós procuramos, dirigindo-nos ao *Diário da Tarde*, registrar as injustiças de que somos vítimas, nós que trabalhamos de sol a sol e que, além de ganharmos uma insignificância, recebemos a paga dos nossos serviços, depois de 10, 15, 20 ou mais anos, com um ponta pé, sem a menor consideração. E isto sem o menor motivo, a título de economia ou para encostar qualquer estrangeiro que aqui aponta. As coisas não podem continuar assim e, como já dissemos, não será de admirar que, de um momento para outro, tomemos a nossa justa represália. Ao *Diário da Tarde*, pois, deixamos aqui o nosso reconhecimento. (08/03/1913)

Ao permitir a participação de diversas vozes no ‘campo polêmico’ (MOUILLAUD, 1997) construído na imprensa, o jornal participa das principais disputas que se operam no cotidiano da sociedade, mostrando seu papel e sua força

---

<sup>2</sup> Trata-se de uma obra executada pela empresa americana Brazil Railway Company, de Percival Farquar, que recebeu 15 km de terras de cada lado da ferrovia para colonizar a região, empregando para isso muitos trabalhadores que foram expulsos de suas terras.





na definição e visibilidade dos acontecimentos. Entre palavras elogiosas, denúncias, queixas e campanhas de opinião pública, o *Diário da Tarde* encena sua atuação na vivência dos diversos grupos sociais que nele ecoam.

### **O jornal ‘dizendo’ a cidade**

Neste modo peculiar de ‘organizar’ temas que devem ser digeridos pela sociedade, a capital e seus traços de urbanidade também se vêem tematizados nos textos dos jornais. As crônicas, ainda que de forma tímida, começavam a aparecer nas páginas do *Diário da Tarde*, valorizando o espaço literário e divulgando impressões diversas sobre o ambiente social. É desnecessário lembrar que no período estudado o discurso jornalístico se constrói, sobretudo, pela ação do cronista que, tematizando a vida cotidiana, com especial preferência pelos costumes e pela política, produz a visibilidade de certos acontecimentos que, de outra forma, seriam inacessíveis ao habitante da cidade. Usando o registro ficcional, as crônicas veiculavam as impressões do autor acerca do cotidiano da cidade, impingindo-lhe um tom crítico através da ironia ou do humor.

O *DT* esboça, em sua coluna ‘Dizendo’, um retrato da capital paranaense, através de artigos e crônicas sobre o desenvolvimento sócio-cultural da cidade. Assuntos, polêmicas e valores morais fazem parte da agenda básica de temas que entram diariamente nas páginas do jornal, assim como conquistas que conferem à capital o clima de ‘progresso’. Interessante perceber que o jornal atualiza notícias e debates em





torno de assuntos que envolvem a formação do povo e, na maioria das vezes, assume caráter ‘civilizador’, apontando os defeitos (sociais e morais) da população e indicando os caminhos do progresso. Nesta perspectiva, é preciso lembrar que as primeiras duas décadas do século XX experimentaram a vigência e o predomínio de correntes realistas de nítidas intenções sociais, inspiradas nas linhas intelectuais características da *Belle Époque* (fundamentada no tripé ciência/raça/civilização). Sevcenko analisa o papel da literatura – difundida através de livros, de jornais e folhetins – como um importante espaço para a manifestação das tendências da época através do confronto e divulgação de idéias.

Nesse sentido, observa Mírian Cristina Freire Santos no ensaio intitulado “A hora e a vez dos demi-mondains”, “os homens de imprensa viam-se autorizados a proceder à civilização da sociedade, através dos meios de que dispunham”, sendo, portanto, o jornal “o instrumento de divulgação de textos educativos que enfocavam os mais variados assuntos” (CASTRO et al., 1996, p.164). Assim, as ciências, a música, o teatro, a literatura, as belas artes, a religião, a moda, etc – elementos considerados civilizadores – eram tratados de forma a promover o enriquecimento intelectual e moral do público leitor.

Está novamente a imprensa patricícia preocupada com a triste situação moral da cidade, mudada, quase que de uma hora para outra, da patriarcal vida provinciana em que atravessou meio século para essa compostura de terra cosmopolita e alegre. Está





a imprensa apontando as chagas e pedindo ao poder competente remédio eficaz para que não se contamine a sociedade toda. (..) É justo que se revolte o jornalismo contra o mal. A sua missão social é muito mais elevada do que essa limitada pelos interesses em conflito, oriundos do egoísmo dos homens. As questões morais devem atrair mais a atenção dos combatentes da imprensa do que esses desequilíbrios momentâneos dos orçamentos e essas vidas passageiras dos políticos da República. (18/10/1913)

O próprio jornal confirma a sua importância e interferência nas formas de sociabilidade e na publicização de questões que envolvem a (trans) formação da sociedade nas primeiras décadas do século XX através dos textos que faz circular. Campo de ação e expressão de idéias e tendências, a imprensa se confunde com a vida cotidiana paranaense, traduzindo e produzindo imagens do processo de organização da sociedade no período considerado.

### **Impressões e críticas do jornalismo**

Algumas referências encontradas no jornal evidenciam, em um primeiro momento, que a relação do periódico com determinados segmentos da sociedade não acontece de maneira tão harmônica quanto fazem parecer as cartas e colaborações dos leitores. Há, também, uma série de críticas ao modo como se faz jornalismo, ao apoio e/ou dependência de determinadas forças que incidem sobre a prática jornalística e ao ataque discursivo que se estabelece entre os jornais da capital, do Estado ou mesmo do País.





A divulgação das rotinas de produção do jornal, nesse aspecto, é relevante para ilustrar em que medida o posicionamento editorial do periódico é respaldado ou condenado pelo público. Igualmente interessante é descobrir através da leitura de textos jornalísticos a imagem predominante que se tem da figura do jornalista. Como alguém que preza pela verdade ou que se deixa comandar por forças maiores do poder, o profissional costuma aparecer em crônicas e artigos que avaliam seu comprometimento com os fatos nas mais diversas situações. O texto que segue, sob o título “O jornalista e o jornal”, aborda elementos que permitem vislumbrar o consenso produzido em torno da atividade da imprensa.

Não há, seguramente, hoje em dia, profissão mais invejada e também mais denegrada do que a de jornalista. O público fala muito dessa classe, com admiração ou com despeito, mas, na verdade, conhece-a bem pouco. (...) Órgão complexo da vida moderna, motor, às vezes, do progresso, o jornal é um fator essencial de nossa época. E todavia, qual o pai de família que não teme, ao proferir a palavra jornalista. “Meu filho jornalista! Minha filha casada com um jornalista!” Ora, vamos, será uma profissão esta de conhecer tudo e toda a gente, beber em companhia de políticos e apertar a mão de bandidos!

Entretanto, o pequeno repórter é, em geral, um tipo enérgico e leal e, às vezes, até heróico. E nenhum leitor, ao correr de manhã os olhos pela folha de sua predileção, suspeita sequer da esforçada perseverança e da audácia inteligente de que o repórter dá mil provas no desempenho da sua função. (27/09/1913)





Uma espécie de defesa – por vezes apaixonada – do ‘pequeno repórter’ parece pautar a imagem do jornalista idealizada pelo *Diário da Tarde*. Aliás, sobre esse aspecto, pode-se retomar a noção que o termo ‘campo polêmico’ representa ou se deixa expressar nos próprios modos como o jornal também tematiza a imagem que alguns setores e grupos sociais têm dos então profissionais da comunicação impressa. A expressão de perfis contraditórios do jornalista (que diferenciam o ‘pequeno repórter’ dos já entregues aos vícios da profissão) também coincide com as características presentes na fase de consolidação da imprensa empresarial, no que diz respeito ao envolvimento do jornalista com os interesses em jogo. Contudo, alguns textos insistem em reafirmar o papel do profissional como um ‘portador de notícias’ e um ‘gerenciador de anúncios’, destacando uma função sem vínculo com os desejos pessoais e conflitos com a linha editorial da empresa.

Percebe-se, portanto, que quando o jornalismo discute o próprio jornalismo – seja pela imagem dos profissionais ou por meio de críticas de leitores e determinados grupos sociais – o jornal passa também a tematizar sua própria conduta, na ousada busca de um padrão de crítica e norma de leitura sobre a imagem do profissional da notícia.

A partir deste enfoque, pode-se dizer que o jornalismo constrói um espaço próprio para testemunhar os acontecimentos – seja através da opinião, do atrelamento a determinados segmentos ou mesmo traduzindo as tendências e conflitos de grupos e interesses. Através da observação da imprensa da época, o jornalismo ‘explode’: em seu formato, em sua atuação direta ou indireta, como porta-voz das





tensões governamentais e, ainda, como palco de divulgação das idéias que marcam o pensamento social de um determinado momento histórico.

### **O *Diário da Tarde* na memória do jornalismo paranaense**

Ao investigar as diversas maneiras de dizer a construir a realidade, procurou-se demonstrar que o jornalismo consiste em uma prática social, ligada ao movimento histórico de formação e informação da esfera pública. No momento em que o próprio jornalismo conta sua história por meio das páginas impressas, revela que a prática discursiva integra uma sociedade, sua história. Do mesmo modo, ele também é história, ou melhor, ele está mergulhado em historicidade.

No entanto, este poder de asserção sobre a realidade verificado ao longo da trajetória do DT está condenado a cair no esquecimento. Depois de mais de um século de atuação, um dos jornais mais antigos do Estado apresenta-se bastante esquecido na história. De fundamental importância em momentos de disputas políticas e decisões de interesse público, o periódico, desde a década de 1950 sob a propriedade de Francisco Cunha Pereira Filho, do grupo Gazeta do Povo, foi aos poucos, no início do século XXI, sendo apagado da memória da capital paranaense.

De acordo com o jornalista da Gazeta do Povo e então editor do *Diário da Tarde*, Rui João Staob<sup>3</sup>, que trabalha no grupo desde 1973, o jornal entrou para a rede como o segundo maior, na década de 1950, assumindo um estilo crítico e ‘popular’,

---

<sup>3</sup> Entrevista realizada por telefone em abril de 2001.





privilegiando assuntos policiais, esportivos e de utilidade pública, que teve seu auge na década de 1970, quando atingiu uma tiragem de 16 mil exemplares. “A trajetória de um jornal crítico, que marcou presença na vida dos paranaenses, está encerrada”, relata Staob.

Adotando o formato tablóide a partir de 1983, o jornal entrou no século XXI com uma tiragem estimada em míseros 400 exemplares, circulando de terça a sexta-feira e reproduzindo textos redigidos pela equipe da Gazeta do Povo. Folhear duas versões diferentes de jornalismo que se distanciam em mais de um século consiste em apreender o sentido histórico do trabalho discursivo e perceber, da mesma forma, o modo como o jornalismo traduz as necessidades e tendências sociais de cada época. Embora tenha desaparecido da vida da capital, o jornal preserva em suas páginas momentos expressivos da história do Estado.

Assim, percorrendo temáticas e formas de dizer do DT no início do século - assim como a relação que estabelece com a sociedade, as “intromissões” do povo nas páginas impressas e o acompanhamento e participação da imprensa no processo de desenvolvimento e descoberta da capital paranaense -, acaba-se por entender que a prática discursiva do jornalismo, sob a alegação de estar informando, opinando e interpretando, vai constituindo sentidos e produzindo história... uma percepção fundamental para a compreensão e o questionamento da produção e dos efeitos de sentido construídos nas diversas situações em que os acontecimentos são falados, representados e repercutidos nos jornais históricos.





## Referências

ABREU, Alzira Alves. *A imprensa em transição*. Rio de Janeiro: Fundação G. Vargas, 1996.

ALBERT, Pierre e TERROU, Fernand. *História da Imprensa*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1989.

ARAÚJO, S. e CARDOSO, A.. *Jornalismo e militância operária*. Curitiba: UFPR, 1992.

BALZAC, Honoré de. *As ilusões perdidas*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

BURKE, Peter (org.) *A escrita da história: novas perspectivas*. São Paulo: Unesp, 1992.

CALDEIRA, J. et al. *Viagem pela História do Brasil*. 2.ed. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

CAPELATO, Maria Helena. *Imprensa e história do Brasil*. São Paulo: Contexto, 1988.



CASTRO, Maria Céres et al. *Folhas do Tempo – Imprensa e cotidiano em Belo Horizonte: 1895-1926*. Belo Horizonte: UFMG; Associação Mineira de Imprensa; Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, 1997.

CRUZ, Heloisa de Faria. *São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana – 1890-1915*. São Paulo: Educ; Fapesp; Arquivo do Estado de São Paulo; Imprensa Oficial SP, 2000.

DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette – Mídia, Cultura e Revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

GARCIA, Luiz. Era uma vez... In: RITO, Lucia (org.). Rio de Janeiro: Imprensa ao vivo, 1989.

HUDEEC, Vladimir. *O que é o jornalismo? Essência, características, funções sociais e princípios do seu desenvolvimento*. 2ª ed. Lisboa: Editorial Caminho, 1980.

MARTINS, Romário. *O que é o Paraná; a terra e o homem*. Curitiba: Typografia Paranaense, s/d.

MELO, José Marques. *Para uma leitura crítica da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1985.





MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O Jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

PILOTTO, Osvaldo. *Cem anos de imprensa no Paraná (1854-1954)*. Coleção Estante Paranista. Curitiba: Instituto Histórico, Geográfico e Etnográfico Paranaense, 1976.

RÜDIGER, Francisco Ricardo. *Tendências do Jornalismo*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1993.

SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como Missão - Tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento – Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1995.

VERÓN, Eliseo. *A produção de sentido*. São Paulo: Cultrix, 1980.





VEYNE, Paul. *Como se escreve a história*. 4.ed. Brasília: UnB, 1998.

Fonte: Arquivo microfilmado do Diário da Tarde, 1912- 1916 (Biblioteca Pública do Paraná)





## Estado do Iguazu: apontamentos sobre personagens relevantes e coberturas regulares da Imprensa

Gabriel Baldissera

Marcio Fernandes

O que era para ser o imponente Estado das Missões se transformou na bandeira do Estado do Iguazu, acabou sendo Território do Iguazu por três anos e, subitamente, chegou ao limbo, extinto que foi (o Território) apenas três anos depois de criado, quando o Brasil, ainda abalado emocionalmente pelas cisões e cicatrizes da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), retomou o discurso da unidade geográfica. O ano da extinção em questão era 1946 e, naqueles instantes, chegava ao fim um acalanto que remontava pelo menos 120 anos antes, quando Antônio Carlos de Andrada e Silva propunha a divisão das então Províncias imperiais. A causa ainda sobreviveria pelos 50 anos seguintes, entrando em declínio, ao que parece definitivo, no final do século 20 – e tendo seu ápice com a recente morte (em março de 2009) de Edi Siliprandi, provavelmente a maior liderança da história do Iguazu.

Neste cenário, o que o presente artigo perpassa é participação da Imprensa brasileira no sonho do Estado do Iguazu, em um apanhado histórico que chega à contemporaneidade, ora defendendo a cisão geográfica e econômica ora criticando





a proposta. Quando, no exercício da presidência da República, Eurico Gaspar Dutra assinou o documento que interrompia a trajetória do Território do Iguçu, estava o chefe da Nação muito mais do que encerrando um ciclo que Getúlio Vargas, seu antecessor, iniciara em 13 de setembro de 1943, através do decreto presidencial 5.812. Iniciava-se naquele instante um debate que teria na Mídia brasileira um de seus espaços prediletos.

Este estudo apresenta registros feitos por jornalistas catalogados em duas obras fundamentais para se compreender a causa separatista: o livro ‘O Território do Iguçu no contexto da ‘Marcha para Oeste’, de Sérgio Lopes (Edunioeste), com edição original de 2002 e reedição em 2008; e a dissertação ‘Estado do Iguçu: regionalismo em questão’, de Licério de Oliveira (1999), apresentada no Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Juntos, os dois estudos trazem indicações de 44 veículos brasileiros (Anexo I) que, em distintas épocas, se ocuparam do assunto – desde aqueles de circulação regional, como Diário do Oeste (Cascavel, interior paranaense), até a prestigiosa Folha de São Paulo.

### **As primeiras sementes da tentativa de partilha, pré-Imprensa**

As décadas anteriores aos acontecimentos da década de 1940 haviam sido pródigas em escaramuças pró e contra a divisão das terras dos Estados. José Júlio Cleto da Silva, jornalista, vereador, prefeito, coronel da Guarda Nacional, historiador, é personagem central desse passado lotado de acontecimentos. Deputado estadual





no PR no biênio 1916-1917, combateu intensamente as negociações que envolviam as divisas de SC com o PR e que haviam resultado na Guerra do Contestado (1912-1916). Rebelado intelectualmente, em outubro de 1917, conta Fernando TOKARSKI (2002, p. 58), lançou a público a proposta do Estado do Iguauçu. Não obteve muito eco, mas foi o suficiente para entrar nos anais do assunto.

Antes dele, ainda no século 19, quando o Brasil mal dispunha da chamada ‘independência de Portugal’, por volta de 1823, Antonio Carlos de Andrada e Silva (figura expoente do Império) já propunha uma redivisão territorial. Sua principal justificativa era de que havia estados com área territorial desproporcionalmente grande e outras com área muito pequena. Temia ele era que, no futuro, os Estados ‘grandes’ exercessem predomínio político e econômico sobre os demais. Daí, a necessidade de reorganização territorial, defendia Andrada. Mas a proposta não seguiu adiante na Corte.

Avançando no tempo, chegamos até 15 de novembro de 1889, data fatídica para o Império. Por estas épocas, era o Oeste do Paraná e de Santa Catarina (futura base do improvável Estado do Iguauçu) um descampado praticamente sem povoamento. Curiosamente, dois meses antes, havia partido de Guarapuava (na zona central do Paraná) uma expedição que pretendia criar a Colônia Militar de Foz do Iguauçu. O grupo levou dois meses para lá aportar.

Foz se desenvolveria lentamente e, nos anos 30, o termo Estado do Iguauçu é retomado. Em uma tentativa de nacionalizar a região Oeste do PR, o





Governo do Estado envia para a região um grupo policial chefiado pelo tenente da PM Gregório Resende. Ao mesmo tempo, Othon Mader é nomeado prefeito da nova cidade. No âmbito federal, Getúlio Vargas nomeou uma comissão encarregada de verificar in loco a pertinência da criação do Território do Iguçu. Liderado por Zeno Silva, o grupo via com simpatia a causa que retalharia Paraná e Santa Catarina. No PR, o governo local também criou uma equipe mas para rebater os argumentos de Zeno. Já em 1934, a Constituição Federal proporcionaria conteúdo para renovar o debate, ao estipular que Territórios com mais de 300 mil habitantes dotados de estrutura para manutenção dos serviços públicos poderiam se transformar em Estados.

Mais dois acontecimentos seriam relevantes para o processo que desembocaria no ato presidencial de 1943, dentre tantas propostas havidas de reordenamento espacial do Brasil naqueles anos: o estudo ‘A redivisão política do Brasil’, de 1937, escrito por Teixeira de Freitas, do Ministério da Educação e Saúde Pública, e a composição da Comissão Especial de Faixa de Fronteiras, em 1939, também pelo governo federal. No primeiro caso, aliás, Teixeira propunha a fusão de PR e SC, com o novo nome de Iguçu, tendo Curitiba como capital. A visão de Teixeira, conta LOPES (2008, p. 33), era lastreada no que defendia o capitão do Exército João Segadas Viana desde 1929, de criar 18 Estados e 10 Territórios.

Nos anos seguintes, Teixeira de Freitas se dedicaria bastante ao estudo da criação de diversos Territórios pelo Brasil, em especial, seguindo as posições de outros pensadores, mas zonas menos povoadas – como a área do Iguçu. Estava sendo solidificada, assim, a Marcha para Oeste, que tanto agradava Getúlio Vargas.





## A entrada da Mídia com suas coberturas regulares

As coberturas regulares dos meios de Comunicação do Brasil e, principalmente, do Sul brasileiro acerca do tema Iguaçu iniciam na década de 30, atingindo seu ápice em três momentos, ao longo dos 60 anos seguintes: o período da existência do Território (1943-1946); a retomada da causa, no final dos anos 60; e a mais recente e fracassada campanha, no começo da década passada. Ora a favor, ora contra, a Imprensa regional sobretudo exerceu papel essencial sobretudo na década de 60, quando despontam diversas lideranças no PR – Edi Siliprandi a maior delas.

No que tange à alternância dos posicionamentos políticos dos jornais, por exemplo, um caso exemplar vem d'A Voz de Chapecó, periódico do Oeste catarinense, para quem, diante da provável extinção do Território em meados de 1946, conforme OLIVEIRA, um erro estava para ser cometido pelo presidente Dutra.

A criação dos Territórios (...) não foi resultado de improviso, ao contrário, resultou de cuidados estudos das condições de nossas zonas fronteiriças com países estrangeiros (...). Contra a indiferença de todos antigos os governantes catarinenses e paranaenses pelo Oeste de seus respectivos território, o governo federal trouxe assistência, estradas, escolas, fazendo mais em dois anos do que aqueles em todos os tempos... abriu-se um surto de progresso, de animação dos negócios, de desenvolvimento industrial (...). (OLIVEIRA, 1999, p. 43)





No final daquele ano, A Voz estava mais branda em seu discurso, atestando que o único acerto da empreitada havia sido a nomeação do engenheiro Serafim Bertaso como prefeito local, pelo governador Garcêz do Nascimento. E, em texto de 5 de janeiro de 1947 (ano eleitoral, aliás), o discurso era outro, como relembra OLIVEIRA, em transcrição:

Com a criação do Território, os habitantes deste município, tomaram-se de esperanças (...) Entre os quais estávamos nós, porque tínhamos pela frente a oportunidade sempre desejada de uma administração apropriada. A impressão dominante atualmente, entretanto, é que tudo ficou em vãs promessas e nada mais. Alguns empreendimentos (...) foram feitos por iniciativas particulares. (OLIVEIRA, 1999, p.44)

Por fim, em julho daquele ano, em nome de “interesses coletivos”, A Voz se derramava em elogios ao governo catarinense, que retomara a administração de Chapecó, com o término da curta vida do Território.

Adiante no tempo, chegamos aos anos 60, quando Rádio tem papel relevante na difusão da causa iguaçuense. Logo no começo de 1962, um manifesto da Câmara de Vereadores de Dionísio Cerqueira é considerada a primeira manifestação de peso naquele momento pela retomada do ideal separatista. Passo seguinte e um grupo liderado pelo então estudante de Direito Edi Siliprandi, de Pato Branco, organiza a Codei, Comissão para o Desenvolvimento e Emancipação do Iguaçu, encarregada de





ações políticas e legais em busca de legitimar o novo Estado pretendido, que abarcaria 69 mil quilômetros quadrados.

A partir dali, o que se viu até 1968, quando famigerado Ato Institucional n. 5 (AI-5) é promulgado pela ditadura militar que administrava o País, foi um alvoroço só, a favor e contra a campanha separatista. E é no mesmo ano de 1968 que acontece o 1. Congresso das Forças Vivas Pró-Criação do Estado do Iguaçu, em Pato Branco, onde despontam lideranças como Luizinho de Grandi, igualmente estudante de Direito naquele instante e que, adiante, se transformaria em um respeitado repórter e dono de jornais no Rio Grande do Sul.

OLIVEIRA (ibidem, p. 67) conta que a Rádio Guaíba, de Porto Alegre, liderou uma rede de 42 emissoras do Sul que transmitiram o 1. Congresso, conforme registrado no jornal curitibano Diário do Paraná, de 21 de abril de 68. O cenário radiofônico se repetiria em julho, quando do 2. Congresso, em Xanxerê (SC). Detalhe: as transmissões eram pagas pelo grupo de separatistas. A poderosa Guaíba, um colosso fundado 11 anos, havia sido contratada comercialmente, com recursos advindos de doadores da causa do Iguaçu.

Na outra ponta do processo, o Governo do PR, por exemplo, igualmente lançava mão da Mídia para propalar sua estratégia de defesa. O governador Paulo Pimentel (empresário de Comunicações, aliás) mandava noticiar com alvoroço a inauguração de usinas hidrelétricas, além de investimentos em Saúde e Agricultura. Não obstante, em março de 1968, inaugura o pavimento da rodovia BR-277, de Ponta





Grossa a Foz do Iguaçu, uma antiga aspiração do Oeste paranaense. Neste desenrolar de acontecimentos, um periódico curitibano teve função importante, a favor do não-separatismo: a Gazeta do Povo, tradicional veículo fundado no começo do século 20.

Mas, como dito há pouco, o AI-5, que ampliava o poder dos governos, especialmente da União, fez o movimento frear bruscamente. Nova tentativa somente seria realizada na década de 80, quando a ditadura começa a se esgotar.

### **A tentativa final**

Epicentro geográfico paranaense da causa separatista, a cidade de Cascavel era a base de Edi Siliprandi anos 80. A partir dali, ele se lançaria candidato a deputado federal em 1990, com sucesso, levando o mote pró-Iguaçu para a privilegiada tribuna do Congresso Nacional, onde, em 1991, protocolaria uma proposta que levaria três anos para ser apreciada e enterrada.

Em 1987, a revista Oeste, da mesma Cascavel, publicava que as aspirações do grupo de Siliprandi estavam reflorescendo, três anos depois da reabertura política brasileira. A mesma publicação, aliás, se ocupava do tema desde 1985, pelo menos, conforme levantamento de OLIVEIRA (1998). O jornal O Fronteiriço, de Dionísio Cerqueira, era outro da lista. Ainda em Cascavel, outra tradicional publicação, jornal Hoje, costumava dedicar espaços largos ao tema, como o texto à página 7 de 12 de outubro de 1985, que estampava ‘Estado do Iguaçu chega a 120 municípios do PR e SC’.





No distante Rio Grande do Sul, no município de Santa Maria, Luizinho de Grandi, então proprietário do diário A Razão (o mais importante da região Central do RS), fazia sua parte. Um texto de agosto de 1986 dizia que a criação do Estado do Iguazu era ‘apenas uma questão’ de tempo.

A oposição ao grupo de Siliprandi, claro, também agia. A Gazeta do Povo de 15 de junho de 1987 veiculava o material ‘Não existem razões para o Iguazu: Paraná continua unido. Estado do Iguazu: um erro evitado’. Siliprandi, aliás, nem estava ainda na Câmara Federal promovendo seu ideário mas o assunto já ganhava repercussão nacional: OLIVEIRA indica que, em 1987, a revista Visão (um dos semanários mais importantes do País à época, ao lado de Veja) publicou reportagem sobre o assunto em agosto, por exemplo.

Nos anos seguintes, aponta o pesquisador, diversos seriam os veículos, sobretudo impressos, a fomentar o debate, a favor ou contra o Estado do Iguazu. Na lista, O Estado (Florianópolis/SC), A Notícia (Joinville/SC), O Iguazu (Chapecó/SC), Folha de São Paulo, Diário da Manhã (Chapecó), Jornal do Movimento (Laguna/SC), Indústria e Comércio (Curitiba), Correio do Paraná (Pato Branco), dentre outros. E, nesta terceira e derradeira fase do movimento, o clímax seria atingido no final de março de 1993, quando a Câmara dos Deputados rejeitou a proposta de plebiscito em tramitação na Casa, para consultar a população sulista sobre a criação do novo Estado.

Em 1. de abril daquele ano, jornais brasileiros amanheceram com a manchete que informava a negativa da Câmara, levando para o esquecimento, dali em diante,





discursos epopéicos como o do deputado paraibano Vital do Rêgo, registrado que está nos anais do Legislativo brasileiro, à folha 6553 do Diário do Congresso Nacional:

Não estamos emancipando o Estado do Iguaçu, estamos querendo que se defina urgência urgentíssima, para que esta Casa diga se o povo do Iguaçu tem ou não o direito de expressar o seu pedido de emancipação para ser livre, como livres somos todos nós, cidadãos brasileiros, sem as mordanças, sem as conveniências, sem as vicissitudes, sem as imposições dos que querem o tempo todo a submissão dos que precisam de asas para voar. Somos condores, sr. Presidente (da Câmara dos Deputados), condores da liberdade. Os espaços brasileiros comportam comportam todos os nossos vôos e outros vôos dos que querem voar, pois quem não for condor, quem não tiver penas para voar e quiser ter os vôos baixos dos bacuraus, que fique nas suas próprias insignificâncias, mas não tolha as aspirações dos que querem voar.

Vital do Rêgo deixou a tribuna aplaudido, conforme consta dos anais. Mas não foi o suficiente. A proposta não passou pelo Legislativo. Dali em diante, a Imprensa ainda cobriria pelos anos seguintes o tema, mas sem o mesmo discurso apaixonado e mesmo sem tanta regularidade. Destaque quantitativo seria dado somente 16 anos depois, em março de 2009, quando da notícia da morte de Edi Siliprandi, de câncer, aos 75 anos. Marcelo Bastian, seu sobrinho, em depoimento para a Central Gazeta de Notícias (2009), espelharia bem a visão de seus apoiadores políticos:





É uma perda muito grande para Cascavel e região. Seu Edi foi deputado, lutou por essa região e trouxe recursos para cá. Foi o mentor e o grande guerreiro do Estado do Iguçu. E pelo fato de Edi ser uma cabeça pensante, um empreendedor ativo, que movimentou economicamente a região oeste e sudoeste e também pelo fato de ter no currículo até a criação de municípios no Rio Grande do Sul. A história e os feitos dele são vastos.

### Referências

ANDRADE, Theives. *Edi Siliprandi morre em São Paulo*. Disponível em: [http://www.cgn.inf.br/cgi-bin/UltimasNoticias?noticia=1006047;modelo=completa\\_1](http://www.cgn.inf.br/cgi-bin/UltimasNoticias?noticia=1006047;modelo=completa_1). Acesso em 10 abr 2009.

CONGRESSO NACIONAL, Brasília, Congresso Nacional. 1993. Contém transcrições das sessões ordinárias e extraordinárias. Disponível em: <http://www.camara.gov.br>. Acesso em 02 abr 2009.

LOPES, Sérgio. *O Território do Iguçu no contexto da 'Marcha para Oeste'*. Cascavel: Edunioeste, 2008.

MARTINS, Herbert Toledo. *A fragmentação do território brasileiro: a criação de novos Estados no Brasil*. Caderno CRH, Salvador, n. 35, p. 263-288, jul-dez 2001.



OLIVEIRA, Licério. *Estado do Iguaçu: o regionalismo em questão*. 1998. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Unicamp, Campinas.

TOKARSKI, Fernando. *Cronografia do Contestado – Apontamentos históricos da região do Contestado e do Sul do Paraná*. Florianópolis: Ioesc, 2002.

### **Jornais Consultados**

A Manhã, Curitiba

A Manhã, Rio de Janeiro

A Notícia, Joinville

A Razão, Santa Maria

A Voz da Fronteira, São Miguel do Oeste

A Voz Tocantinense, Palmas

Correio da Manhã, Rio de Janeiro

Correio do Paraná, Pato Branco

Correio do Povo, Porto Alegre

Desterro, Florianópolis

Diário Catarinense, Florianópolis





Diário da Manhã, Chapecó  
Diário da Tarde, Curitiba  
Diário dos Campos, Ponta Grossa  
Diário do Oeste, Cascavel  
Diário Popular, Curitiba  
Edição do Brasil, Belo Horizonte  
Expressão, Florianópolis  
Folha da Manhã, São Paulo  
Folha de Londrina, Londrina  
Folha de São Paulo, São Paulo  
Folha do Oeste, Guarapuava  
Folha Regional, Caçador  
Gazeta do Povo, Curitiba  
Gazeta do Sudoeste, Pato Branco  
Hoje, Cascavel  
Indústria & Comércio, Curitiba  
IstoÉ/Senhor, São Paulo  
Jornal Atualidades, Florianópolis  
Jornal de Xanxerê, Xanxerê  
Jornal Integração, Campo Erê  
Jornal do Movimento, Laguna





O Dia, Curitiba  
O Estado, Florianópolis  
O Estado de São Paulo, São Paulo  
O Fronteiriço, Dionísio Cerqueira  
O Iguaçu, Chapecó  
O Iguaçu, Iguaçu (atual Laranjeiras do Sul)  
O Jornal, Rio de Janeiro  
O Paraná, Cascavel  
Oeste, Cascavel  
Paraná Oeste, Cascavel  
Tribuna do Oeste, Palmitos  
Visão, São Paulo





## **A imprensa e a construção da memória: ditadura militar de 1964, fragmentos e razões do silêncio<sup>1</sup>**

Layse Pereira Soares do Nascimento

Estudar a ditadura militar de 1964 pode parecer ultrapassado e repetitivo, mas o seu tema está longe de se esgotar. O fato de a presidente eleita do Brasil ser uma de suas vítimas públicas e declaradas, suscita novas possibilidades não só de investigação acadêmica, mas também em outras esferas da sociedade. Antes das eleições de outubro de 2010, o jornal a Folha de São Paulo, solicitou na justiça o acesso ao processo que levou à prisão durante a ditadura, de Dilma Rousseff. A autorização do Superior Tribunal Militar só ocorreu no dia 16 de novembro de 2010, dias depois do segundo turno, e, ainda assim, com algumas restrições.

Dilma foi presa em janeiro de 1970, quando integrava uma das organizações da esquerda armada, a VAR-Palmares, e sofreu tortura durante vinte e dois dias (Folha.com, 28/11/2010). Essas informações constam do processo e deram início a uma série de reportagens sobre o assunto. Afinal, para o jornalismo trata-se de uma notícia de grande interesse por marcar um período histórico sombrio vivido pela sociedade

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 8º Encontro Nacional de História da Mídia, realizado em Guarapuava, Paraná, entre os dias 28 e 30 de abril de 2011.





brasileira e mais recentemente, por apresentar entre suas vítimas a presidente que assume o país em 2011.

A reflexão proposta neste estudo tomou por base artigos do jornalista da Folha de São Paulo, Paulo Moreira Leite, e também a matéria *Há Um Novo Tempero no Poder*, publicado pela revista Realidade, em junho de 1967. Enquanto de um lado há uma preocupação com a seleção de fragmentos de memória, e não com a “memória integral ou completa”, como classifica o jornalista, de outro lado há a preocupação em tentar controlar que memória será recuperada no futuro.

No dia 22 de novembro, em sua coluna Vamos Combinar, na Folha.Com, veiculou dois artigos tratando do mesmo tema: *Dilma na tortura da história*, e, *Quem fez o que na ditadura militar*. Logo no início do texto, o jornalista destaca “os méritos jornalísticos” da reportagem, mas também revela um descontentamento com a pergunta que não é respondida: afinal, quem mandou torturar e quem torturou?

Agora conhecemos as revelações sobre Dilma Rousseff produzidas sob a tortura do regime militar. Mas continuamos sem saber quem mandou torturar, quem torturou — e o destino de cada um. Isso é vergonhoso. A reportagem de Matheus Leitão e Lucas Ferraz publicada pela Folha de S. Paulo tem méritos jornalísticos. Os brasileiros tem o direito de conhecer o passado político da presidente eleita. (*Dilma na tortura da história*, Folha.com, 28/11/2010)





Para o jornalista é preciso “falar do passado com alguma seriedade”. E justifica:

Naquele Brasil dos anos 70 o país vivia sob um regime que derrubou um presidente constitucional e mudou o calendário eleitoral porque não pretendia devolver o poder aos civis. Não havia liberdade política, a tortura era praticada de modo regular e a oposição era perseguida com violência (*sic*). Nessa situação, todo ato de resistência constituiu um gesto que merece respeito, apesar dos erros e desvios que possam ter sido cometidos. Isso vale também para a mãe que se mobilizava para proteger filhos presos, para o operário que fazia greve proibida, para o ator que protestava contra a censura e outros gestos semelhantes. (*Dilma na tortura da história*, Folha.com, 28/11/2010)

Paulo Moreira Leite continua o texto afirmando que “A busca pelas informações sobre o passado de Dilma Rousseff foi realizada em ambiente de criminalização e seletivo, porém”. De acordo com o jornalista, dá-se mais importância ao fato de que Dilma pegou em armas, comandou assaltos, do que à continuidade das investigações, e, no caso da imprensa, das apurações, e trazer a público as responsabilidades dos militares envolvidos, grupos paramilitares ou de extermínio que atuaram conjuntamente no período da ditadura militar, principalmente nos chamados “anos de chumbo”, que caracterizou o governo dos generais que, como Emílio Garrastazu Médici, estavam “inequivocadamente identificados com os linhas-duras” (Skidmore, 1998, p.219).



Por coincidência, há poucas semanas o senador Romeu Tuma, um dos principais responsáveis pela repressão política em São Paulo, homem de ligação entre o serviço de informações do Exército e a máquina da polícia política, descansou em paz sem que seu passado despertasse a mesma curiosidade e interesse. Denúncias (*sic*) de presos políticos torturados durante a longa gestão de Tuma no DOPS estão aí na internet, mas ficaram no ar. Os elogios da imprensa a Tuma chegaram a provocar uma reação indignada por uma parte de presos políticos mantidos sob sua responsabilidade. Não sei se essas denúncias são verdadeiras. Mas acho curioso que ninguém tenha tido o interesse em apurá-las. (*Dilma na tortura da história*, Folha.com, 28/11/2010)

O jornalista considera essas informações importantes na medida em que possibilitam “conhecer o real contexto da época e entender que um regime violento produziu atos violentos de resistência”. Apurar é um termo técnico bastante usual do jornalismo. Jornalista apura os fatos. Portanto, Leite se dirige explicitamente a imprensa que, na morte do senador Tuma, tece elogios ao “homem público” de contribuições relevantes ao país, sem, contudo, recordar-se do envolvimento deste com a ditadura militar.

Não é de espantar que, pouco a pouco, o passado seja criminalizado. Outro dia, uma adolescente de 18 anos, em dúvida na hora de votar, chegou a me perguntar se era verdade que a





futura presidente havia assaltado bancos. A adolescente (*sic*) não está errada. Quem está errada é nossa memória. Só olha para um lado. (*Dilma na tortura da história*, Folha.com, 28/11/2010)

Em outro artigo, *Quem fez o que na ditadura militar*, Paulo Moreira Leite, aprofunda um pouco mais as questões tratadas:

Essa semana tivemos o acesso aos documentos produzidos durante a ditadura militar sobre a presidente eleita Dilma Rousseff, por exemplo, que ela passou vinte e dois dias sob tortura e que ela seria responsável pelo armamento do grupo VAR-Palmares. (*Quem fez o que na ditadura militar*, Folha.com, 28/11/2010)

O texto reforça que buscar informações sobre o passado e presente de Dilma Rousseff é “uma curiosidade legítima”, já que se trata “da biografia de uma personalidade, Dilma Rousseff, presidente eleita”, porém é preciso analisar os fatos dentro de um contexto. Ou seja, os atos de resistências podem até ser considerados errados ou crimes, mas devem, na opinião do jornalista, ser situados “num contexto político”, onde estava em vigor um regime violentíssimo.

Esse episódio me lembra mais uma coisa interessante que é aquela tradição de que no Brasil a gente só consegue ter informação de um lado. Só conseguimos ter informação a respeito das pessoas





que foram vítimas da tortura, das que resistiram ao regime. Mas até agora, ao mesmo tempo de que se abre – após a espera de alguns meses – esses documentos sobre Dilma Rousseff, há duas décadas nós esperamos pela abertura dos arquivos militares. Arquivos que dizem quem fez o que na ditadura militar, especialmente quem foram os responsáveis por crimes como a tortura, por crimes como execuções, quem deu as ordens, quem a cumpriu. Isso a gente continua sem saber. (*Quem fez o que na ditadura militar*, Folha.com, 28/11/2010)

Novamente a informação sobre a morte do senador Romeu Tuma, que “era um homem de ligação entre o DOPS e o serviço de informação do exército e nunca se soube direito o que ele fez. Então temos uma história pela metade”. O jornalista lamenta o silêncio e o mistério. Para a memória ficar completa é preciso desvendar o que há nos arquivos militares. “Isso é muito ruim porque nós somos um país que ficamos com a memória quebrada, partida. Não é um país que consegue ter uma memória integral a respeito de si próprio”. Leite finaliza seu artigo dizendo que os países vizinhos já “abriram seus arquivos” e “torturadores estão presos e condenados”.

Enquanto no Brasil tenta-se apagar fatos que a gente nem sabe o que aconteceu, nem quem são os responsáveis. É muito estranha essa nossa forma de fazer história e eu acho que uma hora ela vai mudar. (*Quem fez o que na ditadura militar*, Folha.com, 28/11/2010)





Fica evidenciada a indignação do jornalista e a crítica em relação ao tratamento dado a cobertura que a própria Folha, e o restante da imprensa, faz sobre a ditadura e o envolvimento de Dilma Rousseff na luta armada. Para Leite, “falta maturidade e tranquilidade” para tratar do assunto. O jornalista pode até ser acusado de ser “petista”, “lulista” ou “dilmista”, mas em seus artigos, apresenta alguns questionamentos que não devem ser desconsiderados, envolvendo a construção da memória de um período bastante conturbado da história do Brasil.

É possível verificar nos dois artigos o uso de termos como história, memória, silêncio, apagamento, conforme as expressões selecionadas a seguir: “Quem está errada é a nossa memória”; “(...) é aquela tradição de que no Brasil a gente consegue obter informação só de um lado”; Lamenta “o silêncio e mistério”; “(...) somos um país que ficamos com a memória quebrada, partida”; “Não é um país que consegue ter uma memória integral”; “(...) no Brasil tenta-se apagar os fatos”; e, “é muito estranha essa nossa forma de fazer memória”. O que o jornalista reivindica é a verdade antes que ela se perca, o não silêncio, a reparação da verdade. É o que Huyssen (2000) chama de memória “real” contra política de esquecimentos:

A disseminação geográfica da cultura da memória é tão ampla quanto é variado o uso político da memória, indo desde a mobilização de passados míticos para apoiar explicitamente políticas chauvinistas ou fundamentalistas (...) até as tentativas que estão sendo realizadas, na Argentina e no Chile, para





criar esferas públicas de memória “real” contra as políticas do esquecimento, promovidas pelos regimes pós-ditatoriais, seja através de reconciliações nacionais e anistias oficiais, seja através do silêncio repressivo (HUYSSSEN, 2000:16)

O autor chama a atenção para a dificuldade que há em separar o passado mítico e o passado real. “O real pode ser mitologizado tanto quanto o mítico pode engendrar fortes efeitos de realidade” (HUYSSSEN, 2000:16). Segundo Barbosa (2007), o passado, mesmo se considerado como real, é sempre inverificável. “Na medida em que ele não existe mais, só indiretamente é visado pelo discurso da história. Assim, tal como a ficção, também a reconstrução histórica é obra da imaginação” (Barbosa, 2007, p.15).

Ribeiro (2008), partindo das reflexões de Maurice Halbwachs, afirma que é a partir da atualidade e estimuladas por ela que se constroem as lembranças. “Lembrar não é reviver uma experiência passada, mas reconstruí-la com imagens e idéias de hoje, a partir de materiais que estão à nossa disposição” (Ribeiro, 2008, p.188)

Quando trata dos abusos da memória, Tzvetan Todorov (1995), referenciado por Ana Paula Goulart Ribeiro<sup>1</sup> (2010), enfatiza que há lembranças que não são simplesmente silenciadas, mas apagadas de fato. Nesses casos, os traços do que aconteceu são destruídos ou transformados profundamente; mentiras e invenções substituem por completo a realidade dos acontecimentos. Todorov diz que memória não se opõe ao esquecimento.





Memória é sempre e necessariamente a interação com o esquecimento. A reconstrução integral do passado é impossível. Na memória, certos traços são conservados, outros são imediatamente ou progressivamente, descartados e esquecidos. Normalmente, a memória é vista de forma positiva como um ato político, de resistência, de contraposição às forças hegemônicas, pelo poder que estas exercem seja no silenciamento, seja no esquecimento. A memória é também defendida porque é considerada um elemento reparador dos danos sofridos. (Ana Paula Goulart Ribeiro 2010)<sup>2</sup>

O jornalista Paulo Moreira Leite, em seus artigos, quando fala que “pouco a pouco o passado passa a ser criminalizado”, e que a “busca pelas informações sobre o passado de Dilma Rousseff foi realizada em ambiente de criminalização e seletivo”, alerta que, como afirma Todorov (1995), “traços do que aconteceu estão sendo destruídos ou transformados profundamente”.

A abertura dos arquivos militares pode revelar o que ocorreu durante a ditadura, mas enquanto isso, “mentiras e invenções” estão substituindo “a realidade dos acontecimentos” do referido período.

Em um cenário mais favorável, Andreas Huyssen (2000) destaca que as culturas de memória estão intimamente ligadas, em muitas partes do mundo, a processos de democratização e lutas por direitos humanos e à expansão e fortalecimento das esferas

<sup>2</sup> Referência feita pela Professora Ana Paula Goulart Ribeiro, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, durante as aulas ministradas no curso Mídia, memória e esquecimento, em 27 de outubro de 2010, no Programa Interinstitucional entre URFJ e Unicentro (PR).





públicas da sociedade civil. Embora os discursos de memória possam parecer um fenômeno global, eles permanecem ligados às histórias de nações e estados específicos.

Na medida em que as nações lutam para criar políticas democráticas no rastro de extermínios em massa, *apartheids*, ditaduras militares e totalitarismo, elas se defrontam, como foi e ainda é o caso da Alemanha desde a Segunda Guerra Mundial, com a tarefa sem precedentes de assegurar a legitimidade e o futuro das suas políticas emergentes, buscando maneiras de comemorar e avaliar os erros do passado (HUYSSSEN, 2000, p.16-17)

Uma obsessão com a memória e o passado passou a tomar conta da sociedade. Segundo Andreas Huyssen (2000), essas obsessões poderiam ser explicadas em função do final do século (XX), e, o que existe hoje é uma cultura da memória. A preocupação com o passado e a memória se tornou uma obsessão cultural de proporções gigantescas. É como se fosse possível realizar o “desejo de puxar os vários passados para o presente”. “É como se o objetivo fosse conseguir a recordação total” (HUYSSSEN, 2000: 15). Essa comercialização crescente, teve início na década de 1970, nos Estados Unidos e na Europa, com a restauração historicizante de velhos centros urbanos, empreendimentos patrimoniais e heranças nacionais, a onda da nova arquitetura de museus, literatura memorialística e confessional, crescimento dos romances autobiográficos e históricos pós-modernos, o aumento do número





de documentários na televisão, e ainda comemorações, pedidos de desculpas pelo passado, e até mesmo o “entretenimento memorialístico” (HUYSSSEN, 2000, p.14).

### **Razões do Silêncio**

Dilma Rousseff já havia declarado que durante a ditadura foi presa e torturada. Entrevistada pela apresentadora Patrícia Poeta, no programa dominical da Rede Globo, Fantástico, do dia 07 de novembro de 2010, a mãe da presidente eleita, Dilma Jane Silva Rousseff, limitou-se a dizer acerca dos três anos em que a filha permaneceu presa, que foi um período ruim, do qual não quer lembrar, conforme trecho da reportagem transcrito a seguir, que trata especificamente deste assunto:

1.Patrícia Poeta: Dona Dilma, vamos falar sobre alguns momentos importantes na vida da Dilma. Por exemplo, ditadura militar. Como é que a senhora acompanhou esse período da vida dela?

2.Dona Dilma: Esse período pra mim foi muito triste e muito sofrido, um período que eu já esqueci. Já pus uma pedra em cima, nem lembro. Nem quero lembrar.

3.Patrícia Poeta: Foi um momento muito angustiante pra senhora?

4.Dona Dilma: Muito, um verdadeiro calvário, mas já passou”. (Fantástico, 07/11/2010)





Com essa frase, Dona Dilma encerra o assunto que, como afirma na entrevista, já pôs “uma pedra em cima”, e obriga a repórter a continuar a entrevista com outras perguntas não menos constrangedoras. “O silêncio tem razões bastante complexas”, diz Michael Pollak, ao analisar a questão entre os sobreviventes dos campos de concentração que, após serem libertados, retornaram à Alemanha ou à Áustria (POLLAK, 1989, p.7-8).

Existe o silêncio da mãe e o silêncio de parte da sociedade, que também não quer mais lembrar. Marialva Barbosa (2010) afirma que a história pode ser percebida como processo complexo, no qual estão engendradas relações sociais, culturais, falas e não ditos. “Compete ao historiador perguntar pelos silêncios e identificar no que não foi dito, uma razão de natureza muitas vezes política” (Barbosa, 2010).

Sobre as práticas de tortura, das quais a presidente eleita foi vítima e motivou uma retomada do assunto na imprensa, há uma vasta bibliografia que trata do assunto. Entre elas cito o livro reportagem Brasil Nunca Mais (1985), que revela por meio de depoimentos de vítimas e fichas pesquisadas nos arquivos oficiais, que as atrocidades praticadas conseguiam arrancar confissões dos presos que chegavam a inventar lista de nomes de “subversivos, guerrilheiros, comunistas”. O historiador Skidmore (1998), aponta que, sobretudo em 1969, para exterminar a guerrilha que cresce, aperfeiçoaram-se as técnicas de tortura:





Métodos brutais de interrogatório, como o “pau de arara”, a “cadeira do dragão” e a “geladeira”, fizeram muitos suspeitos falar. As torturas dos suspeitos às vezes duravam até dois meses, mesmo quando os inquisidores já haviam perdido a esperança de extrair a mínima informação. A tortura transformara-se em horrível ritual, num ataque calculado à alma e ao corpo. (SKIDMORE, 1998, p.180-181).

Acobertada pelo novo instrumento militar legal, a censura atingiu a imprensa, não poupando nem mesmo os jornalistas de mais prestígio. Carlos Castelo Branco, o mais conhecido colunista do Brasil, foi preso, juntamente com o diretor do seu jornal, *Jornal do Brasil* (Skidmore, 1998:166). O longo silêncio sobre o passado, longe de conduzir ao esquecimento, é a resistência que uma sociedade civil impotente, opõe ao excesso de discursos oficiais. Lembranças traumatizantes podem sobreviver dezenas de anos, a espera do momento propício para serem expressas (Pollak, 1992, p.3).

O regime aprimorava suas técnicas de tortura e chega as elites (Skidmore, 1998:181). A tortura torna-se um instrumento de controle social, “um poderoso instrumento, ainda que degradante para seus usuários, para subjugar a sociedade” (Skidmore, 1998, p.514).

A publicação pela editora Vozes, em 1985, do livro *Brasil: Nunca Mais*, enervou os militares. O relatório baseava-se em registros militares oficiais, nomes de vítimas e torturadores, além de época e local da tortura. “O mesmo grupo de São Paulo publicou posteriormente uma lista de 444 policiais e oficiais das forças armadas





envolvidas em atos de tortura”, aponta (Skidmore, 1998, p.181). Essa lista com os 444 nomes, nos conta Skidmore (1998), foi publicada nos principais jornais como Folha de S. Paulo e Jornal do Brasil, além das revistas Veja e Isto É.

O jornalismo na sua prática diária de cobertura dos mais variados assuntos, faz história, conta parte da história, e seleciona o que vai entrar para a história. Entrevistar a mãe da presidente eleita e colher dela informações sobre a história da filha, futura líder da nação, é um fato memorável que pode ser selecionado.

Marialva Barbosa (2007, p.83) afirma: “Os meios de comunicação fazem, cada vez mais, usos do passado, mostrando em suas encenações midiáticas uma multiplicidade de tempos que se entrecruzam sem cessar”. Para a pesquisadora (2007, p.92), “são os documentos que fornecem a dimensão histórica para que o passado ressurgja no presente. É pela ideia de fidedignidade visual em relação aos tempos idos que se instaura a ideia de passado absoluto realizado no presente”. Ao se reconstruir o presente, a partir dos rastros que o passado deixou como marca, coloca-se também em cena a questão memorável, aponta Barbosa (2007, p.92). Haverá sempre algo esquecido e algo lembrado nesse passado reatualizado. “Mais do que a questão do objeto memorável, há que se pensar, pois, na dimensão do esquecimento que essas emissões evocam” (Barbosa, 2007, p.94).

A imprensa, ao noticiar, estabelece um diálogo com seu público, ao mesmo tempo em que revela em suas páginas um universo de representações sociais, políticas, ideológicas, históricas que marcaram determinada época. Ribeiro (2008, p.195) destaca





que os meios de comunicação, desde o século XX, passaram a ocupar uma posição institucional que lhes conferiu o direito de produzir enunciados em relação à realidade, aceitos pelo consenso da sociedade como verdadeiros.

Ribeiro diz que a história passou a ser aquilo que aparece nos meios de comunicação de massa. “São eles que detêm o poder de dar relevância aos acontecimentos e de eleva-los à condição de históricos. O que passa ao largo da mídia é considerado, pelo conjunto da sociedade, como sem importância” (Ribeiro 2008, p.195). A mídia é elevada ao *status* de porta-voz oficial dos acontecimentos e da transformação da vida social. Os jornais registram e constroem memórias, e sabem bem disso.

### **Construção de imagem**

“O governo Costa e Silva trabalhou arduamente para projetar uma imagem conciliatória”, afirma o historiador Thomas Skidmore. “Começou seu mandato prometendo humanizar a Revolução”, (Skidmore, 1998, p.148). Costa e Silva recebeu a faixa presidencial em 15 de março de 1967, antes disso, já ocupara as páginas da Revista Realidade, em fevereiro, em matéria intitulada: “Um garoto chamado Artur”.

Segundo Faro (1999), Luiz Fernando Mercadante escreveu tantas matérias sobre Costa e Silva que acabou se tornando um especialista. Em abril de 1967, a primeira dama teve seu perfil traçado pelo jornalista: “a tônica era a família harmoniosa, a história pessoal construída com os elementos de uma união e da confiança, o





despojamento da vida pessoal em favor da vida pública” (FARO, 1999, p.171). O título da matéria: “Dona Yolanda a presidenta”.

Em junho de 1967, a revista Realidade, uma publicação da editora Abril, na sua 15ª edição, abre a reportagem que ocupa as páginas 26 e 27 com a legenda: “Juscelino tinha uma alegria contagiante. Jânio era o bicho-papão. Jango apareceu com ares de rapôsa (*sic*). Castelo foi a severidade no governo. Agora, HÁ UM NOVO TEMPERO NO PODER” (esta última frase sob a foto de Costa e Silva, seria o título da notícia). O texto, novamente, é de Luiz Fernando Mercadante e apresenta um panorama bastante otimista das primeiras dez semanas de Costa e Silva no poder, sempre contrapondo as características deste com os outros presidentes: Juscelino, Jânio, Jango e Castelo Branco. “Diante deste quadro, um professor de sociologia e política exclama: \_O govêrno (*sic*) Costa e Silva restituiu ao povo o direito de sonhar!” (Revista Realidade, junho de 1967).

Continua a reportagem: “Dez semanas no poder revelam em Costa e Silva um presidente equilibrado, um homem de bom senso, que quer entrar na história como administrador e não político. Pode-se dizer que, nos últimos anos, desde Vargas e Café, nenhum presidente teve tanta tranquilidade para governar”, (Revista Realidade, junho de 1967).

Os elogios se estendem: “Serenos, forte política e militarmente, nas suas primeiras dez semanas de governo, Costa e Silva cuidou de administrar”, (Revista Realidade, junho de 1967).





Na página 29, fotos de Jânio, Castelo, Juscelino e Jango, logo abaixo a legenda: “Um tinha temperamento instável; outro meio triste; o terceiro eufórico; o último fechado.” Sobre a atitude de Costa e Silva fixar residência em Brasília: “Antes dêle (*sic*), apenas Jânio se determinara a isto. Mas, se para Jânio o planalto foi um banho de melancolia, para Costa e Silva, ao contrário, os ares de Brasília inspiram muito trabalho”, (Revista Realidade, junho de 1967).

A reportagem prossegue: Atrás de cada govêrno (*sic*) há um homem dando as cartas, de Juscelino, Jânio e Castelo são apontados dois ou três possíveis homens fortes, com Jango, “os experts em influências escalam um time inteiro”. Com Costa e Silva: “\_É possível que nunca tenha havido, em tôda (*sic*) a sua história, um presidente menos sujeito a esse tipo de influência. Se há um homem forte no govêrno (*sic*), ele se chama Costa e Silva”, (Revista Realidade, junho de 1967).

As comparações continuam. “Costa e Silva é um homem de horários, faz ginástica tôdas (*sic*) as manhãs, nas maratonas “tem passo acelerado, difícil de acompanhar”. Juscelino entrava pelas madrugadas, Jânio sofria de insônia, “Jango varava dias dormindo apenas algumas horas e passava algumas tardes se recuperando do sono perdido, Castelo recolhia-se cedo demais, com seus livros e seus problemas”. Castelo era chamado de presidente enquanto Costa e Silva, os militares “intitulavam de chefe”, (Revista Realidade, junho de 1967).

Costa e Silva levou para o palácio um estilo muito seu, distribui os assuntos em pastas e discute diretamente com o ministro indicado. “Um homem capaz de dizer





coisas duras sem mudar de tom, com a voz pausada e encarando nos olhos de quem estiver diante dêle”. Um record também tem termos de correspondência diária, mais de 700, que é “ toda registrada, classificada e respondida”, (Revista Realidade, junho de 1967).

Pode-se dizer que, nos tempos de Juscelino, Brasília tinha ar de festa, clima de feriado nacional, pioneirismo e heróis. Quando veio Jânio, acabou-se a festa: bandeiras foram arreadas, a cidade levou um susto. Jango chegou no bôjo (*sic*) de uma crise. E de crise em crise, Brasília passou a viver de sobressaltos. Com Castelo, a Capital respirou austeridade. Agora vive dias de Costa e Silva , diferente dos quatro: um homem capaz de sonhar, espera que um povo inteiro sonhe outra vez, pensando num destino melhor. (Revista Realidade, junho de 1967)

A revista realidade foi premiada oito vezes com o prêmio Esso de jornalismo. E, em 1966, Luiz Fernando Mercadante ganhou o Prêmio Esso de Reportagem pela matéria: “Brasileiros, Go Home”. Um estudo do material produzido pela revista no período de 1966, data de seu lançamento, a 1968, resultou na publicação do livro: Revista Realidade, 1966-1968: tempo da reportagem impressa brasileira, de José Salvador Faro. Segundo Faro (1999), a análise do material permitiu “concluir que a investigação jornalística em torno de grandes temas reportados obedecia a uma linha de coerência discursiva”. No entanto, pondera Faro:





(...) a linha de coerência discursiva que se constatou até aqui ganhou em alguns momentos, uma feição dúbia, oscilante mesmo, entre a revelação da crise brasileira e a ênfase exaltadora da simbologia que marcava o fechamento do Estado, embora isso não chegasse a descaracterizar aquilo que era uma característica fundamental do projeto Realidade: sua sintonia com as manifestações oposicionistas, difusas na sociedade civil (FARO, 1999, p.168).

Para Barbosa (2010), a imprensa produz textos que falam de seu cotidiano e outros que deixam pistas sobre as suas relações com as instâncias do poder. E as memórias são reinterpretações, reconstruções, continuamente atualizadas e reconfiguradas a partir das necessidades e das demandas.

Faro (1999), concluiu que essa contradição – que os jornalistas que produziram Realidade atribuíram à transigência com a Editora Abril e a própria redação marcavam suas relações com o poder – esteve presente nos números da revista publicados até junho de 1967, coincidindo com a ascensão e a consolidação do governo do general Costa e Silva.

O retrato de Costa e Silva – general representante dos grupos militares considerados “duros” favoráveis à intensificação do fechamento institucional e contrários ao espectro de alianças políticas civis que Castelo vinha tentando por em prática em sua gestão, ganhava nas páginas de Realidade, uma moldura de





“popularização” com traços inegavelmente construtores de uma imagem oposta àquela que os grupos opositores reclamavam. (FARO, 1999, p.171).

O pesquisador considera inegável, que nessas matérias, Realidade “cortejou diplomaticamente o Estado autoritário”, através dos perfis de seus representantes. “É um engano, no entanto, supor que se tratasse de uma manifestação de cooptação ou imaginar que a revista integrava organicamente uma estratégia para popularizar os novos dirigentes políticos”, (FARO, 1999, p.173).

Esse trabalho de construção de imagem popular é reconhecido por Faro (1999) como uma “exceção feita aos perfis das personalidades ligadas ao Estado”, por outro lado, “a revista ampliava, com suas matérias, a disseminação do isolamento do núcleo militarizado do poder (...)”,(FARO, 1999, p.175).

Também não dá para negar que o grupo Abril beneficiou-se do regime militar. No movimento contrário à resistência se destacaram a Globo e a editora Abril, o que levou Pedrinho Guareschi (1982), a afirmar em seus estudos que, “até hoje não se sabe, de forma clara, as tramóias e conluios acontecidos no nascer desses dois gigantes”. A legislação brasileira proibia a intromissão de capital estrangeiro nos meios de comunicação do país, mesmo assim, a Globo, em fase de implantação, aceita a oferta de mais de 5 milhões de dólares, na época (1962), da Time-Life (Guareschi 1982).





Segundo a Comissão Parlamentar de Inquérito que examinou o escândalo Globo-Time-Life, em 1967, as perspectivas do capital estrangeiro nos meios de comunicação de massa têm uma ligação com o momento político vivido pelo Brasil após a revolução de 1964 (...) Nesse período, os que assumiram o poder tinham necessidade dos meios de comunicação de massa, principalmente da televisão, para criar uma legitimidade que não possuíam (GUARESCHI, 1982, p. 46).

Isso significa que o governo militar, que não foi legitimado pelo voto, lança mão da comunicação de massa com o objetivo de criar comportamentos favoráveis e reduzir a resistência popular.

O Estado de São Paulo e Os Diários Associados recusaram a ajuda do Time-Life, a editora Abril seguiu os passos da Globo. Há que se destacar, que mesmo os apoiadores (iniciais ou permanentes) do regime militar, foram obrigados a conviver com a figura do censor dentro de suas redações.

Mais de vinte anos após o projeto de Costa e Silva de projetar uma imagem conciliatória, e ser lembrado como administrador e não político, Skidmore (1999) apresenta em seus estudos resultados que, em alguns momentos reforçaram a intenção inicial do general, mas que, na proporção maior, teve consequências opostas ao planejado. Algumas imagens de Costa e Silva, projetadas por Skidmore:

1. Costa e Silva dialogava com os diferentes grupos, do clero aos homens de negócios e aos políticos, garantindo-lhes que seu governo daria atenção aos legítimos pedidos de mudança (Skidmore, 1998:148);





2.O novo presidente ajustava-se ao estereótipo do militar latino-americano. Era jovial e mais interessado numa boa corrida de cavalos do que na leitura de enfadonhos tratados de estratégia militar (Skidmore, 1998:138);

3.O aparente contraste com o austero e intelectual Castelo Branco não podia ser maior. Mas este contraste de imagens não era inteiramente correto. O novo presidente era uma figura mais talentosa e mais complexa do que sua imagem popular sugeria (Skidmore, 1998:138);

4.O novo governo parecia letárgico e mal coordenado durante seus primeiros meses. (Skidmore, 1998:148)

5.O presidente, embora conciliador no tom, parecia hesitante e inseguro. (Skidmore, 1998:148)

6.A indecisão do governo espelhava a hesitação da oposição legal. (Skidmore, 1998:148)

7.Em abril, Costa e Silva adotou uma medida para demonstrar a sua moderação. (Skidmore, 1998:148)

8.Em dezembro de 1968, por outro lado, Costa e Silva, um homem emotivo, acreditou demais nos parlamentares pró-governo que lhe asseguravam uma vitória no affair Márcio Moreira Alves (Skidmore, 1998:190);

9. Costa e Silva projetou inicialmente a imagem do general alegre, porém medíocre, quando lutou para estabilizar o regime autoritário que fora além das medidas (Skidmore, 1998:216).





Michael Pollak (1992:4) quando trata dos fenômenos de projeção ou transferência que podem ocorrer dentro da organização da memória individual ou coletiva, afirma: “A *memória é seletiva*. Nem tudo fica gravado. Nem tudo fica registrado. (...) A memória também sofre flutuações que são função do momento em que ela é articulada, em que ela está sendo expressa”, (Pollak,1992:4).

As preocupações do momento constituem um elemento de estruturação da memória. Isso é verdade também em relação a memória coletiva, ainda que esta seja bem mais organizada.

Todos sabem que até as datas oficiais são fortemente estruturadas do ponto de vista político. Quando se procura enquadrar a memória nacional por meio de datas oficialmente selecionadas para as festas nacionais, há muitas vezes problemas de luta política. A memória organizadíssima, que é a memória nacional, constitui um objeto de disputa importante, e são comuns os conflitos para determinar que as datas e que acontecimentos vão ser gravados na memória de um povo. (POLLAK, 1992, p.4)

Esse último elemento da memória – a sua organização em função das preocupações pessoais e políticas do momento mostra que a memória é um fenômeno construído. Quanto ao trabalho de enquadramento da memória, Pollak (1992) diz que este pode ser analisado em termos de investimento.





Eu poderia dizer que, em certo sentido, uma história social da história seria a análise desse enquadramento da memória. Tal análise pode ser feita em organizações políticas, sindicais, na Igreja, enfim, em tudo aquilo que leva os grupos a solidificarem o social. Além do trabalho de enquadramento da memória, há também o trabalho da própria memória em si. (POLLAK,1992, p.7)

Ou seja: cada vez que uma memória está relativamente constituída, ela efetua um trabalho de manutenção, de coerência, de unidade, de continuidade, da organização.

### **Algumas considerações**

Costa e Silva, no intento de atingir seus propósitos, criou na presidência a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP) com o objetivo de trazer bem informados os setores da opinião pública aos quais, o governo se dirigia. Como memória oficial, investiu na revista Realidade visando sensibilizar a opinião pública com a imagem ali divulgada de homem forte, de hábitos “normais”, trabalhador, de valores morais constituídos, inteligente, o melhor dos quatro últimos presidentes do país.

Entretanto, o enquadramento, seleção e organização da memória, assim como seu arquivamento deixaram de ser exclusivos de alguns grupos sociais. Há a descentralização do poder de emitir informações e opiniões, paralelamente ocorre





o enfraquecimento das grandes narrativas em proveito de memórias múltiplas, fragmentadas. Alteram-se, portanto, os critérios de relevância social do passado. Há que se lembrar que além de seletiva, a memória sofre flutuações.

Na opinião do jornalista Paulo Moreira Leite, Dilma que é vítima e não algoz, revive traumas do seu passado sob a ótica militar dos anos da ditadura, portanto, continua sendo apresentada como guerrilheira, assaltante, diretamente envolvida com o mundo do crime. Lamenta o silêncio e a tradição que se tem no Brasil de contar a história a partir de uma única versão. Já Costa e Silva, é o general que “tentou” ser conciliador, administrador, com possibilidade de diálogo com os diversos setores da sociedade, mas se projeta mesmo como medíocre, com dificuldades de tomar decisões, inseguro, hesitante e lento, o contrário do que planejou.

### **Referências**

BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa, Brasil-1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

\_\_\_\_\_. *História Cultural da Imprensa, Brasil-1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

\_\_\_\_\_. *Percursos do Olhar \_Comunicação Narrativa e Memória*. Niterói: 2007, Editora da Universidade Federal Fluminense.





FARO, José Salvador. *Revista Realidade, 1966-1968: tempo da reportagem impressa brasileira*. São Paulo: Editora AGE, 1999.

GUARESCHI, Pedrinho A. *Comunicação e Poder \_ A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1982.

Brasil Nunca Mais. Org. Arquidiocese de São Paulo: Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1985.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: A língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009.

POLLAK, Michel. *Memória e identidade social*. In: Estudos Históricos, 5(10). Rio de Janeiro, 1992.

\_\_\_\_\_. *Memória, esquecimento, silêncio*. In: Estudos Históricos, 2(3). Rio de Janeiro, 1989.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Os Meios de Comunicação e as Políticas de Memória e Esquecimento*. Orgs. Eduardo Granja Coutinho, João Freire Filho e Raquel Paiva. *Mídia e Poder: ideologia, discurso e subjetividade*. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

SKIDMORE, Thomas. *Brasil: De Castelo A Tancredo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.





HÁ UM NOVO TEMPERO NO PODER. Revista Realidade, edição nº 15, junho de 1967, páginas 26,27, 29, 31, 35, 39.

Entrevista com Dilma Jane Silva Rousseff. Fantástico, Rede Globo, em 07 de novembro de 2010. Disponível em: <http://participefantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1628816-15605,00-MAE+DE+DILMA+DIZ+QUE+FILHA+NU NCA+PENSOU+EM+SER+PRESIDENTE.html>

*Na ditadura, Dilma deu aulas de política a trabalhadores.* Publicado em Folha.com, em 28/11/2010. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/837387-na-ditadura-dilma-deu-aulas-de-politica-a-trabalhadores.shtml>

LEITE, Paulo Moreira. *Quem fez o que na ditadura militar; Dilma na tortura da História.* Artigos publicados em Folha.com, Coluna Vamos Combinar, em 22/11/2010. Disponível em: <http://colunas.epoca.globo.com/paulomoreiraleite/2010/11/22/dilma-na-tortura-da-historia/>







O estabelecimento dos fatos:  
“rastros memoriais” da *Folha de S. Paulo* durante o regime militar no Brasil.

André Bonsanto Dias

A memória possui um papel fundamental em nossa cultura contemporânea. Pensar na relação memória e sociedade é pensar em tensões constantes pela formação da identidade de determinada sociedade. Em sua perspectiva social, os estudos da memória têm como marco o sociólogo francês Maurice Halbwachs (2004). É dele a premissa fundamental de que as memórias são sempre constituídas pela lembrança dos outros, garantindo o grupo como unidade. Contrariamente à ideia de uma memória psicológica e individual, proposta principalmente pelo filósofo Henri Bérson<sup>1</sup>, Halbwachs acredita que cada memória individual é um ponto de vista sobre memórias coletivas que se estabelecem a partir de “quadros” memoráveis.

O ato de “lembrar”, neste sentido, seria uma ação que se configura no presente a partir da perspectiva do grupo. Reconstrução, reinterpretação, e não um simples “resgate” do passado. Não há memórias completamente isoladas e fechadas, pois estas são sempre “apoiadas” pela constituição de um presente dinâmico e em constante reformulação (HALBWACHS, 2004).

1 Para as noções de memória em Bérson, ver BERGSON (1999).





Inserir a memória coletiva a partir desta perspectiva é entendê-la como sempre fragmentada, portanto, seletiva, sendo o cerne da formação de nossa identidade. Para Michel Pollak (1992), memórias seletivas são sempre “enquadradas” a partir de perspectivas particulares dos grupos, que evidenciam conflitos existentes para a legitimação de memórias coletivas hegemônicas em determinada sociedade. Se for possível então pensarmos em “confrontos” entre memórias, “isso mostra que a memória e a identidade são valores disputados em conflitos sociais e intergrupais, e particularmente em conflitos que opõem grupos políticos diversos.” (POLLAK, 1992, p. 5)

Partindo destas premissas em relação ao “ato de lembrar”, a questão central do presente estudo é problematizar como se constituíram algumas memórias produzidas pelo jornal *Folha de S. Paulo* durante o regime militar vigente no Brasil entre os anos de 1964 e 1985 <sup>2</sup>. Evidenciar “rastros memoriais” <sup>3</sup> que são, portanto, formadores da identidade do periódico. Neste sentido, é fundamental refletirmos também sobre as memórias que caracterizam o próprio período no Brasil e qual a relação da imprensa, em um contexto mais geral, com estas memórias em conflito.

---

2 A ideia deste estudo é problematizar, de maneira introdutória, algumas memórias sobre a atuação da *Folha* durante o regime militar. Posteriormente, o jornal será objeto de nosso estudo para entendermos, a partir de sua própria produção, como esta “rememorou” o golpe, percorrendo suas páginas de 1964 a 2009. Com o caso “ditabanda”, a *Folha* protagonizou uma série de discussões referentes à atuação da imprensa durante o período do regime militar que pretendemos elucidar de forma mais aprofundada. Para mais consultar DIAS (2010)

3 A noção de “rastro” é aqui utilizada no sentido de dar uma concepção “fragmentária” à memória coletiva, noção esta que a configura como sendo sempre incompleta, conflituosa, dinâmica.





## Memória coletiva e o regime militar no Brasil.

Constituída por “tensões”, a memória do regime militar é hoje alvo de intensos debates. No entanto, estudos históricos sobre o tema de certa forma tardaram, devido à dificuldade em se trabalhar com uma “história do tempo presente” e pela falta de documentação, ainda muitas na posse dos militares.

Segundo o historiador Carlos Fico (2004), as primeiras revelações factuais mais precisas, viriam apenas com o período de distensão política, em fins dos anos 1970, quando começou a se permitir a revelação de episódios já então considerados “históricos”. É também no final dos anos 1970 que, segundo ele, foram revelados alguns dos mais importantes e impactantes depoimentos da chamada “luta armada”, em especial, os livros de Fernando Gabeira: *O que é isso companheiro?* (1979) e de Alfredo Sirkis: *Os carbonários: memórias da guerrilha perdida* (1980).<sup>4</sup>

Com o passar dos anos, segundo Fico, a “memorialística” em torno do acontecimento foi avolumando-se, com o depoimento de políticos, artistas, jornalistas e outros atores sociais que, por iniciativa pessoal ou estimulados têm deixado seus depoimentos para a história.

Curiosamente, tal memorialística constitui-se ao mesmo tempo em fonte e objeto históricos, pois, se é certo que descreve a época, também pode ser estudada como luta pelo estabelecimento da “versão correta”, estando por ser feita uma análise intertextual

---

<sup>4</sup> Carlos Fico elabora em seu livro um extenso e importante glossário bibliográfico sobre estudos referentes ao golpe e ao regime militar no Brasil que merecem ser consultados.





desses fragmentos como se formassem um texto único ou, pelo menos, um debate animado por “réplicas” e “tréplicas.” (FICO, 2004, p. 25-26)

Fica claro neste trecho como se dá o caráter seletivo, fragmentário e conflituoso destas memórias que evidenciam tensões referentes a um período relativamente recente da história de nosso país. Procurar compreender estas memórias é procurar compreender tensões entre identidades que legitimaram os acontecimentos e que, portanto, procuraram dar sentido a um período da história de nossa nação.

De acordo com Lúcia de Almeida Delgado, o acontecimento de 1964 estimulou a produção de inúmeras interpretações, a partir de três pressupostos: o olhar dos autores que a analisam; os vínculos teóricos destes intérpretes; a época ou período nos quais estes produziram interpretações e narrativas sobre o acontecido. (DELGADO, 2004, p.16). Neste sentido, análises referentes ao golpe ao longo da história, evidenciam desde o caráter preventivo da intervenção militar às análises que enfatizam sua versão conspiratória e da falta de compromisso com a democracia.

Interpretações estas que legitimam mais uma vez as “batalhas” pela memória ao longo do acontecimento. Para Daniel Aarão Reis, as “reconstruções da memória” sobre o acontecimento do regime militar no Brasil devem ser encaradas a partir dos embates que se travaram, da celebração ao estigma e, em especial, “para a forma como interpretaram, na época e depois, os acontecimentos vividos, ou seja, para como elaboraram a *memória* do que se passou.” (REIS, 2004, p.34)<sup>5</sup>

5 Com as direitas no poder, a memória sobre o período teve a princípio, segundo Reis, uma “intervenção salvadora”



Devido a esta “particularidade” do acontecimento e às tensões e conflitos existente, Reis acredita que a sociedade brasileira possui certa dificuldade para “recordar” o período do regime militar. Na concepção do autor, é preciso encarar o acontecimento como um processo de construção histórico-social e não como um mero “acidente de percurso”. Reconhecê-lo, seria uma iniciativa preliminar para compreender seu fundamento histórico e para criar condições de melhor interpretação.

Na gênese da ditadura, tende-se a apagar o grande embate social. O projeto reformista revolucionário evaporou-se, transformado em um *fantasma*. As esquerdas foram vitimizadas. Os amplos movimentos sociais de direita, praticamente apagados. Os militares, estigmatizados *gorilas*, culpados únicos pela ignomínia do arbítrio. A ditadura, quem apoiou? Muito poucos, raríssimos, nela se reconhecem ou com ela desejam ainda se identificar. Ao contrário, como se viu, todos *resistiram*. Mesmo a esquerda revolucionária transmutou-se numa inventada *resistência democrática* de mãos armadas. (REIS, 2004, p. 50)

Para evitar apagar este “embate social”, o estudo das memórias coletivas em nossa coletividade é fundamental no processo de compreensão da identidade das nações. Analisar e compreender os “embates” ao longo da formação das identidades

---

sendo que, no curto prazo, evidenciou uma memória hegemônica sobre o período que se referia ao acontecimento como uma “revolução” e não como um “golpe” militar. Na medida em que o regime foi se tornando impopular, se mostrando insustentável, as versões das “memórias de esquerda” começaram a aparecer com mais vigor. Estas memórias evidenciavam a esquerda como “vítimas” atingidas e perseguidas pelo movimento golpista. Estas versões, segundo o autor, predominaram a partir dos anos 1980, com a redemocratização do país. “Assim, as esquerdas, derrotadas no campo dos enfrentamentos sociais, históricos, puderam ressurgir vitoriosas, nas batalhas de memória.” (REIS, 2004, p. 40)





permite-nos evitar cair em generalizações e abstrações sobre o período que, como bem colocado por Reis, acabam por estigmatizar as interpretações. A interpretação do passado é sempre conflituosa e fragmentada, decorre do ponto de vista e da escolha do pesquisador em seu presente. Percorrer estes “rastros memoriais” são, portanto, fundamentais para balizar o processo de interpretação de um acontecimento marcado pela “contradição”. O passado, como afirma a pesquisadora argentina Beatriz Sarlo (2007), não é convocado por um simples ato de vontade. “O retorno do passado nem sempre é um momento libertador da lembrança, mas um advento, uma captura do presente.” (SARLO, 2007, p.9)

Podemos dizer, neste sentido, que o passado “se faz presente” a partir de nosso olhar interpretativo e que elaboramos “visões do passado” a partir de construções particulares. Neste sentido, procuraremos construir “visões” sobre o período, visões estas que são apenas fragmentos de um passado.

As “visões do passado”, no sentido proposto por Sarlo, evidenciam uma forte “guinada subjetiva” na área de estudo das ciências humanas que conferem ao testemunho um ícone de verdade, como um dos recursos mais importantes para a reconstituição do passado.<sup>6</sup> Para a autora, a memória foi uma espécie de “dever” para os países em redemocratização na América Latina “como modo de reconstrução do passado, ali onde outras fontes foram destruídas pelos responsáveis, os atos de memória foram uma peça central da transição democrática.” (SARLO, 2007, p. 20). O ato de lembrar

<sup>6</sup> Sarlo possui uma visão “cética” com relação ao estatuto de “verdade” legítima que são conferidos a estes testemunhos. A ideia de seu livro “Tempo passado” é aferir uma crítica à “guinada subjetiva”, no entanto, a autora deixa claro que o papel da memória ainda se mostra essencial para a constituição de uma identidade para as nações em redemocratização.





foi, neste sentido, uma atividade essencial para restaurar laços sociais e comunitários que se perderam pela constante violência de Estado e que deram um novo impulso aos estudos referentes ao período.

O discurso testemunhal, como uma materialidade discursiva da memória deve ser encarado então como algo que não se faz a partir de uma “escolha”, mas que são impostos por uma atualidade enunciativa própria. O discurso da memória tem, portanto, ambição de autodefesa, pois possui um efeito reparador de subjetividade que procura moldar um “espírito da época” a partir da “hegemonia” do presente (SARLO, 2007).

Procuraremos entender, portanto, como “reviver” este passado no presente a partir das narrativas de memória, trabalho que, para Tzvetan Todorov (2002), passa por uma série de etapas de lembrança.

A primeira etapa, denominada *estabelecimento dos fatos* é, segundo ele, a base sob as quais devem repousar as construções seguintes. Sem este primeiro passo não é nem possível falar sobre um trabalho que se busca o passado. Estabelecer os fatos é fazer um trabalho de seleção, de hierarquização, pois “[...] de todos os sinais deixados pelo passado, escolheremos só reter e só consignar alguns, julgando-os, por uma razão ou por outra, dignos de ser perpetuados.” (TODOROV, 2002, p.143)

A *construção de sentido* é a etapa em que há a interpretação dos fatos, reconhecendo suas causas e efeitos para buscar uma compreensão do sentido do acontecimento. Se o *estabelecimento dos fatos* é algo definitivo, a *construção de sentido* é sempre suscetível de





mudanças, sendo que a memória procura buscar uma interação entre estas duas etapas da lembrança.

O terceiro estágio da vida do passado no presente é constituído pelo *aproveitamento*. Após reconhecido e interpretado, o passado deve ser “utilizado”. Segundo o autor, as ciências humanas possuem finalidades políticas e, sendo boas ou más, precisam se “aproveitar” deste passado para construir o discurso do presente, atitude que, segundo ele, é comumente repugnada por historiadores profissionais, mas que devem ser encaradas como fundamentais.<sup>7</sup>

Procuraremos então evidenciar supostos “rastros” que constituem a memória da imprensa e, em especial, da *Folha de S. Paulo* sobre o período militar. Como os atores envolvidos neste processo vêm a lembrar o acontecimento, como “rememoram” o período a partir de seu presente? Partiremos a uma busca pelo *estabelecimento dos fatos*.

### **Estabelecendo os fatos: memória, imprensa e o regime militar no Brasil.**

O período marcado pelo regime militar no Brasil, entre os anos de 1964 a 1985 foi, paralelamente, um momento em que a imprensa sofreu grandes transformações tanto a nível profissional quanto mercadológico, recebendo grandes investimentos. Foi um período caracterizado pela forte modernização da imprensa brasileira que

---

<sup>7</sup> O presente estudo irá se limitar apenas à primeira etapa da lembrança proposta por Todorov, o *estabelecimento dos fatos*. Como uma constatação preliminar, o objetivo é apenas percorrer os “rastros memoriais” da *Folha* durante o regime militar e, portanto, não possui a intenção de construir sentido ou de se “utilizar” deste passado no presente. Como bem alerta Todorov, “a recuperação do passado pode interromper-se nesse primeiro estágio. [...] o estabelecimento dos fatos é, em si mesmo, um fim digno de estima.” (TODOROV, 2002, p. 143)





passou de um jornalismo baseado em “paixões políticas” para um jornalismo mais técnico e pragmático, que privilegiava a informação e a notícia em detrimento de iniciativas próprias e pessoais de seus donos e empresários. Esta “modernização” deu-se em grande parte pelo “apoio” e cumplicidade das empresas com o regime, que se beneficiaram com o golpe e o “milagre econômico” dos militares.

De acordo com Alzira Alves de Abreu, estes anos de “modernização da imprensa” foram marcados pela conjuntura político-social do país em um processo de transição. Enquanto empresas, preocupadas com lucros e com seu leitorado, uma ampla maioria da grande imprensa escrita no Brasil deu suporte ao movimento que derrubou o regime constitucional vigente em 1964. Muitas empresas precisavam neste momento de apoio financeiro para modernização técnica e de redação e viam no governo, a princípio, um dos seus principais aliados. Seus maiores anunciantes eram nesta época, em geral, órgãos estatais, o que leva a autora a crer que os militares,

financiaram a modernização da maior parte dos jornais que permanecem no mercado até hoje. A construção de sedes modernas, a compra e a importação de equipamentos foram feitas com financiamento de bancos e instituições estatais, o que evidentemente representava um instrumento adicional ao controle sobre a mídia. (ABREU, 2002, p. 20-21)

A ideia de uma “modernização” da imprensa era de extrema importância enquanto estratégia político-ideológica dos militares para garantir uma conjuntura de





segurança nacional. Para a autora, a implantação de um “sistema” capaz de integrar o país “era essencial dentro de um projeto em que o Estado era entendido como o centro irradiador de todas as atividades fundamentais em termos políticos.” (ABREU, 2002, p. 15).<sup>8</sup> Podemos afirmar então que pensar em uma relação imprensa x militares no período é pensar em uma relação de certa forma ambígua, pois, ao mesmo tempo em que os governos militares financiaram a modernização dos meios de comunicação em nosso país, eles acabaram por controlar e censurar suas matérias, interferindo assim no conteúdo das informações.

Há muitos estudos referentes à censura da imprensa durante o período militar que nos evidenciam diversas faces das relações do regime com os meios de comunicação no período. É evidente que a censura à imprensa no país teve seu “ápice” a partir da promulgação do AI-5 em 1968, que, permitindo “praticamente tudo”, sistematizou e tornou “rotineira” a repressão às grandes empresas de comunicação em nosso país, mas esta já vinha sendo executada, de forma não “declarada”, desde a instituição do regime militar.<sup>9</sup>

Paolo Marconi escreve um importante livro ainda no início dos anos 1980, período final da distinção política, mas ainda durante a vigência dos militares, que

8 Como veremos mais adiante, a *Folha* garante sua autonomia financeira apenas em meados dos anos 1960, com a implantação de uma postura mais empresarial vinda de Octavio Frias de Oliveira. É evidente que para alcançar estabilidade, a empresa procurou apoio às parcelas hegemônicas da população, o que não poderia ser possível com um enfrentamento direto ao regime vigente.

9 Carlos Fico (2004) faz uma análise interessante a respeito da censura na imprensa. Para ele, as lembranças sobre a censura estão comumente representadas pelo seu último momento, durante os “anos de chumbo” do regime militar. Neste sentido, principalmente entre os mais jovens, as memórias da censura remetem apenas a este período mais recente. No entanto, alerta o autor, a censura à imprensa sempre existiu, sendo que formas diferenciadas dela persistem até hoje em nosso país.





nos auxilia na construção das memórias vigentes até então sobre o período. Neste sentido, é um livro de um “testemunho”, de um ator social que vivenciou o processo de abertura política. De acordo com o prefácio de Antônio Callado à obra, livros como estes são essenciais para não nos deixar “esquecer” do acontecimento, fazendo parte de um verdadeiro “banco de memória” do país. A questão da memória e do apelo pela lembrança é central durante a obra, que começa com o alerta do autor:

Mesmo num país desmemoriado como o Brasil, cada palavra sempre teve seu peso e significado específico. Os providenciais e abundantes eufemismos, largamente utilizados para abrandar e escamotear a crua e negra realidade destes últimos anos, são apenas um dos aspectos – dos menores por sinal – de como se enganou, se manipulou e se desprezou toda uma Nação. (MARCONI, 1980, p. 11)

Segundo o autor, foi uma certa “psicose” de segurança que levou o regime a “fechar o cerco” contra a esquerda e os órgãos de imprensa. Quando nada mais justificava sua longa permanência no poder, os militares utilizaram-se da idéia do “perigo comunista” e passaram a denunciar sua infiltração em diversos setores do país, inclusive a imprensa. Neste sentido, os militares se viram levados a combater toda e qualquer espécie de argumentação crítica que não lhes era favorável. A obra de Marconi reúne inúmeros depoimentos de militares que alertam sobre o “perigo comunista” que estava então “dominando” os veículos de comunicação, evidenciando





como estes tentavam legitimar seus discursos frente à opinião pública e contra os detentores dos veículos de informação no país.<sup>10</sup>

Estes “crimes contra a imprensa”, extremamente “vagos e subjetivos”, mantiveram os jornalistas encarcerados por muitos anos. De acordo com a concepção de Marconi, os militares atuaram em duas frentes para conter a produção das notícias durante o regime: “A primeira foi supervalorizar a “informação” (não confundir com comunicação); a segunda foi controlar todo o fluxo de notícias, veiculado pelos meios de comunicação, através de decretos e leis nem sempre legítimas.” (MARCONI, 1980, p.27-28).

Portanto, conclui o autor, houve pouca resistência da grande imprensa à censura militar no período. Graças à constante proibição de centenas de assuntos que perdeu por anos em quase a totalidade da grande imprensa brasileira, os governos

---

10 Devido à riqueza destes depoimentos, iremos reproduzir alguns abaixo, retirados na íntegra do capítulo inicial do livro de Marconi:

*“Os jornais brasileiros não são comunistas, comunistas são os repórteres que colocam a linha comunista nos jornais. E esse problema é insolúvel pois os diretores dos jornais não se importam com o que os jornais estão dizendo.” (Deputado José Bonifácio. In: Jornal do Brasil. 26.02.1977. p.04)*

*“É extremamente triste que certos setores da imprensa, usando a caneta, diuturnamente, atreves de inverdades, de falsas verdades, explodem, ao sabor de seus interesses ocultos – mas bem definidos – a tentativa de subversão da sociedade.” (Coronel Erasmo Dias, ex-secretário da Segurança Pública de São Paulo. In: O Estado de São Paulo. 1.08.1977)*

*“Todos os meios de comunicação estão, efetivamente, comandados por grupos de comando comunista. Basta ler todos os jornais. Nenhum deles – e ninguém que escreva neles – faz qualquer crítica ao comunismo. Ao contrário, vêm em cima de mim com a maior violência porque denunciei os comunistas. Nenhum aconselha nada ou escreve contra o comunismo. Injustamente me atingem porque falei contra. Então a técnica é apavorar todos os demais para não falarem contra.” (Deputado José Bonifácio, Jornal do Brasil, 19.08.1976)*

*“Os serviços de segurança acompanham atentamente a infiltração comunista em órgãos de comunicação, órgãos de classe, na administração pública, particularmente na área do ensino, e também nos partidos políticos.” (Discurso do Presidente Geisel em 1º de agosto de 1975 – menos de três meses depois o jornalista Vladimir Herzog morreria na prisão do DOI-CODI).*



conseguiram “anestesiá” a opinião pública, atribuindo valores consagrados como o do “milagre econômico” e camuflando o caráter repressor do regime que, para Marconi, já no início dos anos 1980 estava começando a ser “desmascarado.”<sup>11</sup>

Outro aspecto que reforça a ideia da censura na imprensa é o que podemos chamar de uma “autocensura”, um “acordo forçado” que fez com que o regime estabelecesse a censura à imprensa, se firmando a partir de uma espécie de rotina nas próprias redações. De acordo com a obra de Anne-Marie Smith (2000), o “acordo forçado” seria algo como uma “modalidade de resistência”, um “consentimento” praticado pela própria imprensa à censura.<sup>12</sup> Há, nesta visão, uma imprensa que atuou constantemente a partir de *modalidades diárias de inércia* que se constituíram sob um “padrão de aceitação cotidiana da repressão, de cumprimentos das normas e de comportamento esperado, sem que haja necessariamente uma atribuição de legitimidade ao sistema de dominação.” (SMITH, 2000, p.10)

Para Smith, o consentimento da imprensa à censura era praticamente total, sendo que durante anos os jornalistas aceitaram as proibições impostas pelo regime. É evidente que houveram exceções e métodos mais agressivos impostos à censura mas,

11 Cabe aqui a reprodução de outro interessante depoimento que procura explicar a suposta *inércia* da grande imprensa à censura imposta pelo regime: “Por que a imprensa brasileira foi tão bem comportada? É porque quando Gutenberg inventou a primeira máquina de imprimir, acabou a liberdade de imprensa. O jornal livre é aquele que a gente vê nos filmes de faroeste, onde tem aquele velinho compondo na caixa o jornal tablóide com quatro páginas, ele mesmo escrevendo o editorial e o filho distribuindo pessoalmente o jornalzinho pela cidade. Esse é que é o jornal livre. O jornal-empresa, que tem os mesmos problemas de uma fábrica de sabonetes, de uma siderúrgica, de uma fábrica de cimento, não pode se dar ao luxo de ter a liberdade que vai afetar o desenvolvimento de sua empresa.” (depoimento de Hélio Fernandes, proprietário da combativa Tribuna da Imprensa, 22.09.1978 in: MARCONI, 1980, p. 167)

12 A “autocensura” seria, para Smith, algo como uma “subcategoria da censura”: “Existe algo a dizer, você sabe disso mas não diz. Não é o silêncio da ignorância ou da falta de discernimento, e sim o da abstenção consciente.” (SMITH, 2000, p. 136)



segundo a autora, para a ampla maioria da grande imprensa escrita, sujeita à rotina, o consentimento cotidiano se deu essencialmente a partir desta “inércia” diária.

Mas a que se deu esta suposta “inércia” da grande imprensa à censura do regime? É evidente, como já explicitado, que muitos jornais apoiaram o regime por suas posições anticomunistas alinhadas aos ideais do golpe, mas deve-se considerar também que estes possuíam interesse pela autonomia profissional e institucional, sendo que muitos donos de jornais, por mais que cumprissem, não apoiavam as restrições impostas às suas empresas. Houve, portanto, uma espécie de “apoio” e de “medo” que dominou o dia-a-dia nas redações, mas estas ações se deram, acima de tudo, mais por uma “rotina” da censura que era imposta quase que diariamente. Neste sentido, os jornais toleravam e obedeciam as proibições, mas não as consideravam legítimas. “Seu consentimento às restrições não emanou de seu apoio ao regime. Em momento algum seu apoio ao regime suscitou o endosso dessas restrições à sua própria liberdade.” (SMITH, 2000, p.11)

Para a autora, a censura na imprensa acabou então por banalizar-se em uma rotina. A imprensa “aceitava”, pois também possuía os seus interesses particulares e esta ação passou a funcionar de certa forma quase que “automaticamente”. Neste sentido, a “autocensura”, em seu aspecto rotineiro, teve o objetivo de buscar uma “legitimidade” ao sistema, mas não alcançou seu objetivo. A imprensa curvou-se às restrições, sentia-se incapaz de atacá-las, mas as considerava ilegais. A burocratização da “autocensura” não conseguiu dar a ela esse cunho da “legitimidade”, mas foram





eficazes para estabelecer as *modalidades diárias de inércia* na imprensa. Foi só após o processo de “abertura” do regime e com a “oficialização” do fim da censura que os grandes veículos da imprensa escrita começam a atacar mais de frente o regime e colocar de forma mais deliberada suas opiniões.<sup>13</sup>

***Folha de S. Paulo: visões do passado a partir de seus “rastros memoriais”.***

Discorrer sobre as memórias da *Folha* durante o período do regime militar no Brasil é discorrer sobre a gestão dos Frias que se inicia a partir dos anos 1960, mais especificamente no ano de 1962. Até então, a *Folha*, que surgiu em 1921 sob o nome de *Folha da Noite*, sofreu diversas reformulações, sendo que se torna complicado falar em uma continuidade marcante em sua trajetória. O jornal foi comprado e vendido inúmeras vezes ao longo de quase cinco décadas, até se “estabilizar” na direção com a família Frias.<sup>14</sup> Para Nicolau Sevcenko, historiador que comentou a edição comemorativa das principais capas da *Folha* em 60 anos, o jornal possui uma característica em constante reformulação, vivendo de rupturas que vão da direção da empresa à linha editorial. A história da *Folha* seria, portanto, “[...] muito mais a trajetória de muitas mudanças, do que o desdobramento linear de uma identidade permanente, estável, resolvida.” (SEVCENKO,1985, p.13)

Marcado por rupturas, podemos afirmar que, quando Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho adquirem a empresa em 1962, o jornal passa a assumir

<sup>13</sup> É notório o caso da *Folha* durante a campanha das “Diretas-Já” que será explicitado em seguida.

<sup>14</sup> O jornal *Folha de S. Paulo* viria a se constituir apenas em 1960 quando se “fundiram” o três jornais do grupo: *Folha da Noite* (fundado em 1921), *Folha da Manhã* (1925) e *Folha da Tarde* (1949). Para a história inicial do grupo *Folha* recomenda-se a consulta de MOTA e CAPELATO (1981).





uma característica própria e mais marcante do que viria a se consolidar futuramente. O fato inicial se dá com a concretização da *Folha de S. Paulo* como o principal jornal do grupo, antes “fragmentado” em três edições diárias. No entanto, a *Folha* encontrava-se em uma situação financeira complicada e seus proprietários necessitaram de grande empenho para sair da “esclerose administrativa” pela qual passava a empresa. Como Frias e Caldeira eram do ramo do empresariado, adotaram uma postura mais “agressiva” frente ao jornal e se preocuparam, em um primeiro momento, em reorganizar e modernizar o jornal enquanto uma empresa capitalista.<sup>15</sup>

Neste sentido, o golpe foi bem recebido nas páginas da *Folha* visto que o jornal dependia ainda, e muito, de capital externo para se estabilizar. Ideologicamente, também não havia muita discordância entre o empresariado e o governo militar que tomou posse em 1964, pois não foi apenas a *Folha*, mas praticamente toda a grande imprensa burguesa no país quem apoiou o regime. Este “apoio” da imprensa se consolidou pelo constante combate à “radicalização” dos ideais comunistas que, obviamente, não interessavam a uma empresa capitalista. É fato que o apoio não duraria por muito tempo, sendo que mais adiante aparecem discordâncias, mas podemos afirmar que houve sim um apoio da grande imprensa durante este momento de transição.<sup>16</sup>

---

15 De acordo com MOTA e CAPELATO (1981), esta primeira fase da gestão Frias/Caldeiras foi dividida em três momentos: a) 1962/1967: reorganização financeiro-administrativa e tecnológica; b) 1968/1974: a “revolução” tecnológica; c) 1974/1981: definição de um projeto político-cultural.

16 A obra de TASCHNER (1992) possui alguns testemunhos interessantes referentes ao apoio da *Folha* ao golpe de 1964: “A *Folha* foi atrelada, até determinado momento, por razões econômico-financeiras, de pagar as suas dívidas. Então ela se atrelou ao governo (...) hoje, se ela fizer, vai ser por opção editorial; não fez, é um jornal independente.” (Boris Casoy, então editor-chefe da





De acordo com os próprios relatos de Frias<sup>17</sup>, os primeiros dez anos de sua gestão foram destinados a pagar dívidas e empréstimos tanto que a *Folha*, neste primeiro momento, não se caracterizava como um jornal “agressivo”. Frias relatou que nunca teve gosto pelo “fazer jornalismo”, principalmente no início de sua carreira. Os primeiros anos, “agônicos”, foram momentos em que o empresário assumiu ter vontade de “pular fora”. Para Frias, portanto, “os primeiros dez anos de *Folha* foram difíceis, muito difíceis. Depois, entramos no *boom* nacional. O país progrediu. Nós progredimos junto com o milagre econômico. E aí começou a sobrar dinheiro” (PASCHOAL, 2007, p.121).

Os momentos iniciais de consolidação da *Folha* sob a nova direção foram, portanto, muito mais econômicos do que políticos. É evidente que, para que a empresa se consolidasse enquanto um grande conglomerado, as relações com a política deveriam ser “amigáveis” no sentido de que não “barrassem” a sua expansão.<sup>18</sup> Neste período, a empresa manteve importantes relações com o Estado, sendo ele um dos seus principais anunciantes. Disto decorre o fato de que a grande expansão tecnológica da empresa, momento em que o jornal obtém lucros expressivos, se deu

---

*Folha de S. Paulo*, entrevista à autora em 3.9.1981)

Boris Casoy foi, inclusive, segundo SMITH (2000), quem declarou com mais sinceridade o apoio da imprensa ao regime: “O que eu quero dizer é que havia pontos de contato [entre as maneiras de ver da imprensa e do regime]. Os jornais são empresas vinculadas ao capitalismo, ao anticomunismo, e nunca estiveram do lado dos guerrilheiros, até aprovavam a repressão contra eles. O resto nós não aprovávamos mas aceitávamos. Do fundo do meu coração, eu os apoiava, apoiava!” (Boris Casoy, entrevista à autora. In: SMITH, 2000, p. 174-175)

<sup>17</sup> Para mais, consultar sua biografia: PASCHOAL (2007)

<sup>18</sup> As impressões sobre a edição de 1º de abril de 1964, logo após a consolidação do golpe, foi caracterizada da seguinte maneira por Frias: “*Que fosse factual. Mas não acompanhei a edição, não. Eu estava olhando para as dívidas e como é que eu ia pagá-las.*” (Octavio Frias de Oliveira, entrevista ao autor. In: PASCHOAL, Engel. p. 123)





exatamente durante o período caracterizado pelos “anos de chumbo” do regime. Mais preocupada com sua “revolução tecnológica”, a empresa agiu de forma “passiva”, não provocou o regime. Aproveitou apenas o momento de distensão política para firmar uma definição mais consolidada de sua política editorial.<sup>19</sup>

A partir de 1975 a *Folha* procura definir mais claramente o seu projeto “político-editorial”. Com suas dívidas sanadas e uma maior independência financeira, a empresa começa a praticar uma política de “avanços e recuos”, assumindo uma postura mais crítica e menos omissa em relação ao regime. Com a política de distensão proposta pelo presidente Geisel, a censura prévia é suspensa das redações e os jornais começam a caminhar com mais desenvoltura. Paralelamente a isto, segundo Taschner (1992), há uma “depreciação do valor da mercadoria”, assim, temendo perder seu espaço no mercado, os jornais passaram a relatar com mais clareza os fatos de subversão ao regime.<sup>20</sup>

É com a entrada definitiva de Cláudio Abramo na direção de redação do jornal que podemos afirmar que a *Folha* começa efetivamente uma mudança estrutural

---

19 Devido a esta postura, a *Folha* praticamente não sofreu censura durante o regime, como afirma Otávio Frias Filho em depoimento a TASCNER (1992): “A *Folha* lutou pouco contra a censura. Ela inclusive não sofreu censura [...] A *Folha* acatou, enquanto outros jornais, o Estado, enfrentaram a censura, tiveram censor na redação.” (Otávio Frias Filho, atual diretor da redação da *Folha* de S. Paulo, em entrevista à autora em 10.10.1986.)

20 “No começo de 74, antes de o Geisel tomar posse, o meu pai teve uma conversa com o general Golbery no Rio de Janeiro. E nessa conversa ele disse ao meu pai quais eram os planos do governo Geisel, o que eles queriam [...]. Enfim, na linguagem dele, queriam recolocar o regime nos trilhos iniciais. Queriam acabar com os abusos e seria muito importante ter um jornal que caminhasse nesse sentido. O meu pai, que já tinha se sensibilizado com isto, pelas discussões que a gente vinha tendo internamente, achou que aquilo era quase um sinal de novos tempos no país. E começou a orientar o trabalho da gente nessa direção.” (Otávio Frias Filho, entrevista à revista Lua Nov, Brasiliense, CEDEG, vol. 1, nº 2, jul-set. 1984., p. 34. In: TASCNER, 2002.)





em sua redação e na política editorial, que Paschoal (2007) afirmar ser o início de uma “política de pluralidade”. Abramo, que já havia colaborado com a *Folha* desde fins dos anos 1960 assume uma postura mais crítica a partir da metade dos anos 1970, implementando diversas mudanças na redação do jornal, que viriam a acarretar mais tarde no “Projeto Folha”, projeto que “revolucionou” o fazer jornalismo no Brasil, em meados dos anos 1980. Um ano após sua entrada, o jornalista idealiza aquele que vem a ser o espaço que melhor evidencia a mudança e posição do jornal. A página 3, “Tendências/Debates” ocupou, segundo Paschoal (2007), um papel decisivo no processo de redemocratização do país, ao abrir espaço para o debate de idéias que “fervilhavam” na sociedade civil, “abrigo inclusive textos de intelectuais e políticos perseguidos pelo regime militar. Pautada pelo princípio da pluralidade, a seção “Tendências/Debates” passou a publicar artigos de todos os matizes ideológicos.” (PASCHOAL, 2007, p. 160)

De acordo com Abramo, em seu livro póstumo<sup>21</sup> “A regra do jogo”, Frias decidiu mudar a posição da *Folha* por questões basicamente de mercado. Ao perceber que seu jornal só prosperaria num regime democrático, começou a adotar então uma linha mais combativa. Abramo acredita também que possivelmente houve neste momento um acordo tácito ente os militares e os donos de jornais, o que vem a corroborar com o testemunho de Frias Filho sobre a relação de seu pai com o governo Geisel. Ao seu ver, deve ter havido um entendimento implícito entre eles para retirar da chefia das redações, aqueles que eram considerados “trouble-makers.”<sup>22</sup>

21 Livro lançado em 1988, um ano após sua morte e que reúne diversos relatos, depoimentos e entrevistas do jornalista ao longo de sua atuação profissional.

22 Abramo é, inclusive, afastado da redação em 1977 devido a problemas com os militares no chamado “caso





O “Projeto Folha” iniciado com a entrada de Otávio Frias Filho na direção da redação em 1984 viria a consolidar definitivamente a nova postura editorial iniciada por Abramo nos anos 1970. Carlos Eduardo Lins da Silva retrata os “Mil dias” que presenciou sobre a implantação do projeto entre os anos de 1984 a 1987, momento em que, segundo ele, a *Folha* foi uma espécie de porta-voz das ansiedades da sociedade civil e “[...] se organizava para restabelecer o Estado de direito e a democracia. Havia entre leitores e jornal uma cumplicidade carregada de emoção e cheia de contradições que tornavam a sua leitura uma aventura intelectual diária.” (SILVA, 2005, p. 14-15)

Delineado já em meados de 1981 com os documentos: “A Folha e alguns passos que é preciso dar”; “A Folha em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo.” (1982) e “A Folha depois das Diretas Já.” (1984), é apenas a partir de maio de 1984, com a entrada de Frias Filho na redação, que a *Folha* procura colocar efetivamente, na prática, um projeto de redação que buscasse alterar o modo de se produzir jornalismo no país, baseado no apartidarismo, na “independência jornalística” e no espírito crítico. É notória, no entanto, a atuação do jornal durante a campanha das “Diretas-já”, marco inicial da nova postura crítica do jornal em sua relação com o processo de transição democrática. A *Folha*, neste período conhecida como o “jornal das diretas” captou, segundo Lins da Silva, o espírito das pessoas que consomem informação política e se engajou no movimento que seria o mais significativo da história recente do país. Neste momento o “jornal das diretas” alcançou a maior popularidade e credibilidade de sua história. (SILVA, 2005.)

---

Diáféria”, momento em que a Folha já assumia uma postura mais combativa em relação ao regime. Sobre o caso, consultar MOTA e CAPELATO (1981).





Com um índice de aprovação invejável, a empresa aproveitou a conjuntura para “revolucionar” seu modo de fazer jornalismo, sendo que os pressupostos básicos do “Projeto Folha” foram incorporados por quase toda a imprensa brasileira, para o bem ou para o mal. De acordo com Lins da Silva:

Ninguém pode contestar que ele foi um precursor de tendência. Praticamente tudo que a *Folha* dos anos 80 fez sob apupos quase generalizados da concorrência acabou, positiva ou negativamente, adotado por ela - textos curtos, uso intensivo de gráficos e tabelas, cadernização do jornal, organização mais racional e metódica que a tradicional da atividade produtiva na redação jornalística e muito mais.” (SILVA, 2005, p. 17.)

O projeto fez com que a *Folha* elevasse a qualidade de seu jornalismo, tornando-se um dos diários mais influentes do país. Na metade da década de 1990, o jornal atingiu uma circulação paga de 1,6 milhões de exemplares, a maior até então da história da imprensa brasileira. A ideia de um jornalismo crítico, apartidário e “independente” parece ter sido adotado por toda a grande imprensa em nosso país. A *Folha* foi a precursora e entrou no processo de redemocratização com grande credibilidade, se tornando o “fenômeno mais importante da jornalismo brasileiro” nos anos 1980, o diário que obteve maior crescimento e circulação e o que mais provocou polêmicas e repercussões entre os leitores. (SILVA, 2005.)





De um jornal que apoiou e precisou do regime militar para sua reestruturação e consolidação, a *Folha* passou a ser identificada como um jornal de resistência, uma espécie de “porta-voz” das necessidades da sociedade civil no período de redemocratização. O jornal mudou de acordo com suas necessidades, para sobreviver enquanto empresa, e de acordo com as necessidades de seu leitorado, que clamava por outro tipo de posicionamento e informação. São evidentes, nestes “rastros” que aqui percorremos, as rupturas de memórias que são sempre conflituosas e seletivas, lembradas e reafirmadas sempre a partir de seu presente. Procuramos aqui estabelecer alguns desses fatos, essenciais para compreendermos a atuação do jornal no período, mas não tivemos o intuito de analisarmos ou nos “aproveitar” deste passado a partir de uma perspectiva atual. Será objeto de nosso futuro estudo uma análise que procure compreender como a *Folha* vem a “rememorar” o golpe e o período militar em suas páginas, desde 1964 até 2009, quando o caso “ditabranda” fez ressurgir os debates sobre a atuação do periódico durante o regime. Procuraremos, a partir desta perspectiva, analisar a memória social do regime militar no Brasil construída e propagada nos discursos do jornal *Folha de S. Paulo*. Quais as memórias da *Folha* sobre o regime? Como ela vem a se “utilizar” deste passado em seu presente? Qual o “sentido” deste acontecimento passado nas páginas do jornal? Utilizando as reflexões de Todorov, iremos do *estabelecimento dos fatos*, à procura do *sentido* e da *utilização* deste passado no presente, a partir das memórias do jornal no e sobre o período.





## Referências

ABRAMO, Cláudio. *A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

BERGSON, Henri. *Matéria e Memória*. Ensaio da relação do corpo com o espírito. São Paulo, Martins Fontes, 1999.

DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. 1964: temporalidade e interpretações. In: REIS, Daniel Aarão; RIDENTI, Marcelo; MOTTA, Rodrigo Patto Sá (orgs.). *O golpe e a ditadura militar: quarenta anos depois (1964-2004)*. Bauru, SP: Edusc, 2004.

DIAS, André Bonsanto. Comunicação Alternativa como Espaço de Novos Lugares da Memória: um estudo do caso Ditabranda. In: *Revista Alterjor*. USP. Ano 01, vol. 02. jul-dez 2010.

FICO, Carlos. *Além do golpe: versões e controvérsias sobre 1964 e a Ditadura Militar*. Rio de Janeiro: Record, 2004.





HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2004.

MARCONI, Paolo. *A censura política na imprensa brasileira (1968-1978)*. 2. ed. São Paulo: Global, 1980.

MOTA, Carlos Guilherme; CAPELATO, Maria Helena. *História da Folha de S. Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impress, 1981.

PASCHOAL, Engel. *A trajetória de Octavio Frias de Oliveira*. 2ª ed. São Paulo: Publifolha, 2007.

POLLAK, Michel. Memória e identidade social. In: *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992.

REIS, Daniel Aarão. Ditadura e sociedade: as reconstruções da memória. In: REIS, Daniel Aarão; RIDENTI, Marcelo; MOTTA, Rodrigo Patto Sá (orgs.). *O golpe e a ditadura militar: quarenta anos depois (1964-2004)*. Bauru, SP: Edusc, 2004.

SARLO, Beatriz. *Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.





SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Mil dias: seis mil dias depois*. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2005.

SMITH, Anne-Marie. *Um acordo forçado: o consentimento da imprensa à censura no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

SEVCENKO, Nicolau. O rosto do mundo. In: Folha de S. Paulo. *Primeira Página* 1925-1985. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1985.

TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

TODOROV, Tzvetan. *Memória do mal, tentação do bem*. indagações sobre o século XX. São Paulo: Arx, 2002.







## A cobertura do caderno *Ilustrada* dos festivais independentes no Brasil

Wyllian Correa

Normalmente, muitas páginas antecedem as discussões sobre o jornalismo cultural. Um pequeno percurso sobre o conceito de cultura, sua origem, sua carga teórica, os estudos contemporâneos, suas concepções estéticas ou antropológicas. Porém, a caminhada costuma chegar a uma disposição mais pragmática e fatalista que é colocada em curso diariamente nos jornais, ao contrário de todas as notas de rodapé que os estudiosos venham a apresentar. “O conceito de cultura utilizado pelo JC sempre foi mais restrito do que o utilizado, por exemplo, na antropologia moderna. Não se justificaria a existência de um caderno de cultura, pois praticamente todo o jornal seria dedicado a questões ‘culturais’” (Cunha; Ferreira; Magalhães, 2002, p.4).

A cultura do jornalismo cultural contemporâneo daria conta de seus produtos, da sua consolidação mercadológica, bem como da lógica de legitimação e distinção ao seu consumo estratificado, atendendo à necessidade de visibilidade e circulação dos produtos culturais. Olhamos para as indústrias culturais para entender a rotina da editoria, observando as similaridades entre o “circuito de produção, difusão e consumo da arte” com a rotina de produção das notícias (Cunha; Ferreira; Magalhães, 2002).





Após todas essas considerações enfáticas, quase apocalípticas, propomos uma tentativa de complicar essa cadeia de estímulo-resposta entre mercado e jornalismo cultural. Para tal pretensão, analisamos como se deu a cobertura dos festivais independentes de música no Brasil no caderno *Ilustrada*, da *Folha de S. Paulo*, a partir de 1994 até 2010. O recorte histórico recente se dá na repercussão do festival pernambucano Abril Pro Rock, considerado um dos pioneiros no formato, potencializado pela atração do movimento mangue beat, tendo nas bandas Chico Science & Nação Zumbi e Mundo Livre S/A os grandes expoentes.

Tal pauta não é aleatoriamente escolhida, muito menos desinteressada<sup>1</sup>. A indústria da música enfrenta uma prolongada crise, enquanto os festivais independentes, propondo atuar em um modelo diferenciado, vêm obtendo êxito e sendo considerados celeiros de renovação, distribuídos em todas as regiões do país, em uma nova cartografia do consumo cultural.

Por sua vez, o jornalismo impresso em geral recebe uma pá de terra a cada nova análise, com a redução de tiragem, diminuição das redações, migração dos investimentos em publicidade para outras mídias, etc.

### **Lugar comum, a internet põe seu dedo em tudo isso.**

Partindo da ideia previamente apresentada das relações íntimas entre jornalismo e indústria cultural, questionamos a capacidade desse laço em um momento em que

---

1 O autor realiza a pesquisa de mestrado intitulada “Festivais de música independente como espaços de consumo cultural e de constituição de identidades e sociabilidades”, orientada pelo professor Dr. Micael Herschmann, do Programa de Pós-Graduação da Eco/UFRJ.





ambos se deparam com dificuldades, e como isso pode ser percebido na cobertura de uma produção cultural que se diz além dessa lógica (afirmação que na sua integralidade é facilmente questionável).

Metodologicamente, aplicamos a técnica da pesquisa documental e bibliográfica. Recorremos a leituras sobre História, Teoria da Comunicação, Economia da Cultura e textos correlatos.

Levamos em conta que as escolhas jornalísticas, além de adequadas aos princípios de noticiabilidade, como notoriedade e visibilidade, estão baseadas em questões mercadológicas, de legitimidade e do cânone próprio ao campo da produção cultural. Filtrando o que é apresentado, o JC “oferece perspectivas e abordagens parciais sobre a arte e a cultura de seu tempo histórico” (Golin; Cardoso, 2009, p.200). Analisando o cruzamento entre práticas e representações (Bourdieu, 2007; Chartier, 1990), temos uma construção simbólica que classifica e hierarquiza, na qual o jornalismo cultural sedimenta uma mentalidade peculiar de mundo.

### **Breve Histórico dos Cadernos Culturais**

Das pretensões de esclarecimento em sua gênese iluminista ao atual estado mercadológico, o jornalismo cultural sempre esteve envolvido com a consolidação do “consumo” cultural, por mais que o conceito aplicado soe anacrônico. Apresenta-se uma contínua demanda de um fortalecimento da produção cultural e a formação de um público consumidor (Gadini, 2004), seja nos objetivos político-pedagógicos de uma aristocracia cultural ou no imperativo do entretenimento.





A revista *The Spectator*, publicada a partir de 1711, geralmente é considerada um marco inicial no gênero. Como tratam os historiadores Briggs e Burke (2004), o periódico londrino tinha um enfoque claro de “trazer a filosofia para fora das instituições acadêmicas, ‘para ser tratada em clubes e assembléias, em mesas de chá e cafés’. O jornal cobria desde questões morais e estéticas até a última moda em luvas”. (Briggs; Burke, 2004, p.77).

No Brasil, costuma creditar-se ao *Jornal do Comércio* do Rio de Janeiro como um dos primeiros a ter presente uma temática cultural (Travancas, 2000). Em 1838, publica a tradução de *Capitão Paulo*, de Alexandre Dumas, consagrando “o espaço gráfico do rodapé como o local do romance, da leveza e do suspense em fragmentos”. Seguindo a influência francesa, o folhetim é recurso para o aumento de vendas dos jornais, associando jornalismo e literatura.

Fazendo um “pequeno” salto para a metade do século XX, sem desconsiderar a importância histórica da trajetória do jornalismo cultural, essencialmente de suplementos literários, nos concentramos na introdução do formato diário de suplemento cultural como *segundo caderno*.

Para tanto, a década de 1950 é fundamental. O professor de jornalismo Sergio Luiz Gadini, pesquisador com uma série de publicações sobre o segmento, reforça a ligação com a crescente industrialização no segundo governo Vargas e acentuada com JK e o desenvolvimento dos cadernos culturais, “diretamente associado ao fortalecimento das bases da indústria cultural, envolvendo assim o aumento da faixa





do público consumidor e o conseqüente aumento do poder aquisitivo em geral” (Gadini, 2003, p.81)

É na então capital federal, que as empresas jornalísticas demonstram primazia. Há uma renovação na linguagem do jornalismo diário, com a introdução do lide, do copidesque e da segmentação da cobertura nos jornais *Última Hora* e *Diário Carioca*, em 1951. O *Jornal do Brasil* se torna referência nacional quando entre 1956 e 1959 realiza uma reforma editorial e gráfica com base no padrão norte-americano de informação e notícia. O modelo até então vigente, fortemente opinativo, de influência francesa, dá lugar a uma separação mais clara entre o factual e o comentário pessoal (Abreu, 1996). Tais transformações são fundamentais, representando uma época de profissionalização dos empreendimentos jornalísticos no país.

Nesse contexto, em 1959 o *Jornal do Brasil* lança seu caderno cultural, o *Caderno B*, e gera uma onda que resulta na criação ou renovação dos suplementos culturais dos principais jornais do país. O jornalista Daniel Piza o credita como “precursor do moderno jornalismo cultural brasileiro” (Piza, 2003, p. 37). Segundo o também jornalista Arthur Dapieve, O *Caderno B* “que apresentava textos criativos e uma diagramação arrojada, surgiu destinado a tratar de cultura e para ser, mais do que isso, um produto cultural” (Dapieve, 2002, p.95).

Com isso, os cadernos culturais alcançaram uma peculiaridade. Nem na América do Norte nem na Europa existem suplementos diários de cultura com reportagens, resenhas críticas, colunas





assinadas e o serviço (tijolinhos-notas com o roteiro de cinemas, teatros, casas de shows, endereços, horários). Fora do Brasil, o jornalismo cultural se resume a um caderno semanal nos grandes diários ou a revistas especializadas, independentes (Barreto, 2006, p.67).

Nas décadas que seguem, acompanhamos a formação de um jornalismo cultural calcado em certa noção coletiva e nacional, colocando a defesa da produção popular como estratégica. “Os cadernos de cultura tinham uma tendência a abraçar a produção artística nacional, ou aquelas que se identificavam com as causas populares, e tratavam com reserva os produtos e a lógica da IC, freqüentemente identificada com objetivos ‘imperialistas’, de ‘dominação’ cultural (Cunha; Ferreira; Magalhães, 2002, p.7).

Devido a tais elementos, é comum observar certo tom nostálgico nos textos que realizam esse percurso histórico, principalmente quando chegamos à fatídica década dos *yuppies*. Nos anos 1980, há uma completa inversão nesse “papel” do jornalismo cultural brasileiro, com a sobreposição de uma “cultura internacional de massas”, consolidada definitivamente na década seguinte.

Em sua dissertação sobre o JC nos principais diários paulistas nas décadas de 1980 e 1990, Marcelo Januário (2005) aponta que, em crise financeira, as empresas jornalísticas consolidam uma forma de pauta, baseada no entretenimento, e de cobertura, com peças prioritariamente informativas.





Equipes menores na redação e a redução do espaço para ensaios, entre outros fatores, contribuíram para a configuração de um segmento ausente de reflexão, centrado na divulgação e no “celebrismo”. A aposta no jornalismo de serviço privilegiou o espaço dedicado aos roteiros de programação, tendo como parâmetro o consumo do leitor de classe média urbana (Golin; Cardoso, 2009, p.192).

#### Daniel Piza também reforça as consequências das mudanças

Inspirados na escola americana, os reformadores dos jornais nos anos 60 começaram a exigir uma abordagem mais objetiva, menos participante, concentrada em contar histórias sem editorializá-las. Até aí, ótimo. Mas nos anos 80 veio uma nova onda de “modernização”, que nos anos 90 consolidaria uma triste realidade: textos relatoriais, burocráticos, com pobreza de palavras e recursos, tanto mais tendenciosos quanto mais se pretendem “neutros”. (Piza, 2002, p. 134)

A saraivada de críticas é contínua. Silva é mais taxatário, apontando um jornalismo cultural de amenidades, simplista. “Toda impureza deve ser sacrificada; toda diferença, eliminada; toda dificuldade, suprimida; toda aspereza, sufocada”. (Silva, 2000, p.137)

Gadini também atenta à ênfase dos cadernos em uma cultura associada cada vez mais ao consumo do lazer e entretenimento, o que convive, ao mesmo tempo,





com a herança da tradição da reflexão, do debate e da crítica cultural dos suplementos literários (Gadini, 2007).

Interessante notar que é a partir das incessantes críticas feitas ao jornalismo cultural da década de 80 para cá, que a *Ilustrada*, da *Folha de S. Paulo*, se torna objeto de atenção.

### **Ilustrada**

Criada em 1958, *A Ilustrada* é um dos primeiros cadernos a circular diariamente, assim como o *Caderno B*, do *Jornal do Brasil*. Publicada na então *Folha da Manhã*, trazia “longas reportagens sobre política exterior e uma ou outra fofoca sobre gente famosa”.

Porém, nas pesquisas mais gerais sobre JC, torna-se referência apenas no contexto mais “neoliberal” do final do século XX. Como destaca Golin e Cardoso, “o jornalismo cultural mimetizou a efervescência daquele período, adotando as lógicas publicitárias do slogan, do in-out, dos produtos e estilos efêmeros, dirigindo-se, sobretudo, ao leitor jovem de classe média nos grandes centros urbanos do Sudeste do país” (Golin; Cardoso, 2009).

Fruto da unificação de três títulos da mesma empresa em 1960 (“Folha da Manhã”, de 1925, “Folha da Tarde”, de 1949, e “Folha da Noite”, de 1921), de certa forma, a *Folha de S. Paulo* só se consolidado no cenário nacional há pouco tempo.

De veículo pouco marcante até o início da década de 1970, a *Folha* tornou-se o jornal de maior circulação no Brasil no meio





da década de 1980, fruto da modernização de seu parque gráfico, de grande investimento em marketing e de mudanças propostas por um novo projeto editorial – elementos que, por si só, já se enquadram nos pressupostos que motivaram a expansão de inúmeras empresas de comunicação no Hemisfério Norte (Marques, 2007, p.3).

Em texto da revista *Bravo!*, Fernando Barros e Silva fala até que os 80 são “os anos mais engajados da *Ilustrada*” (apud Cunha; Ferreira; Magalhães, 2002), em uma “militância internacionalista e pela legitimação da cultura de massas”.

Calcado nos princípios editoriais do “pluralismo, apartidarismo, jornalismo crítico e independência” expressos no Projeto Folha<sup>2</sup>, a *Ilustrada* traduzia a intenção do jornal como um todo (Romancini; Lago, 2007), com “uma estratégia mercadológica que apresentava os bens culturais com base em critérios como grandes audiências, internacionalização, serviço e hibridações entre o erudito e o popular” (Golin; Cardoso, 2009, p.192).

Também no site da *Folha*, na página do especial de 80 anos, há uma indicação do que se pretende diretamente no caderno cultural. “A *Ilustrada* atua na crítica de produtos específicos, atividade desenvolvida com base na idéia de que os objetos culturais, sejam eles livros, discos ou filmes, deveriam ser tratados também como produtos, obedecendo, portanto, às leis do mercado”<sup>3</sup>.

---

2 Disponível em: [http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha\\_editorial.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/linha_editorial.shtml)

3 Disponível em: [http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/renovacao\\_cultural.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/renovacao_cultural.shtml)





Abrangendo os aspectos mais “técnicos e pragmáticos”, a *Ilustrada* não foge à caracterização do funcionamento da maioria dos cadernos no país (Gadini, 2007).

Com uma média de 6 a 12 páginas diárias em formato standard – ou entre 12 e 16 páginas no formato tablóide –, os principais jornais impressos do país apresentam uma estrutura editorial formada basicamente por (1) matérias jornalísticas – notícia, reportagem, entrevistas diretas, além de eventuais breves notas; (2) crítica cultural, que inclui, na maioria dos casos, espaço para um articulista por edição, com texto em forma de artigo, ensaio ou crônica, dependendo do diário; (3) coluna social; (4) serviço e roteiro, com sinopses de filmes em cartaz, endereço de salas, programação de teatro na cidade base, roteiros de museus, centros culturais, bares e demais espaços com atividades artísticas e culturais; (5) programação ou guia de TV, com destaque para filmes do dia, seriados em exibição e informações sobre atores de telenovela, geralmente nos canais da televisão aberta; e (6) variedades. (Gadini, 2007, p.7).

A jornalista da *Ilustrada*, Lúcia Valentim, faz um resumo da rotina da editoria.

A *Ilustrada* tem reunião de pauta com todos os repórteres às sextas à tarde. A partir dessa reunião, a gente define os temas importantes, as capas e o que de notícia quente estaremos cobrindo na próxima semana. Cada um fala de sua área (cinema, música, televisão e por aí vai) e comenta o que está mobilizando





as pessoas, o que está saindo de lançamento, personagens novos etc. e tal. Os editores também falam do que têm percebido como notícia a partir de sua experiência e do que têm ouvido na rua. Esse é o material mais importante para definir o dia-a-dia. Eu centralizo os emails das assessorias de imprensa, que mandam espetáculos, lançamentos e propostas de pauta. (apud Costa Jr, 2007, p.57)

De todo, observamos o funcionamento comum a toda editoria em um grande jornal impresso. Até mesmo a cultura mercadológica, detratada pela maioria dos teóricos, é naturalmente abraçada pelo caderno, sem outras pretensões ou ressalvas. Um tanto quanto sincero, eu diria.

Ocupando lugar significativo no campo da produção cultural, a forma de ação de um caderno cultural com ampla repercussão é sempre motivo de problematização, já que, soando até mesmo drástico, isso tem suas consequências, especialmente quando operamos pela lógica da visibilidade. Ao selecionar o que é relevante dentro de um leque tão restrito e viciado quanto o dos produtos culturais, o JC acaba por consolidar um cenário extremamente raso.

Também, ao estabelecer-se no “conforto” de uma rotina complementar ao das indústrias culturais, se compromete de tal forma que, dependendo das alterações no roteiro, se torna até mesmo irrelevante. Se o jornal impresso já é acusado de publicar, sem aprofundamento, tudo o que as outras mídias já noticiaram, imagine a cobertura do lançamento de um CD que circula há meses na Internet, já resenhado por inúmeros





blogs, para seguir o cronograma oficial de uma gravadora. CD, gravadora... Espero que pelo menos façam o texto em uma bela máquina de escrever.

Cabe situar mais claramente o motivo de tanto mal estar e as perspectivas que vêm surgindo, para enfim, observar o entendimento que é possível na leitura da *Ilustrada*.

### **Mercado da música em crise e crescimento dos festivais independentes**

Há pouco mais de dez anos, a indústria fonográfica mundial vê seu faturamento ladeira a baixo (Herschmann; Kischinhevsky, 2006). Segundo o relatório anual da Associação Brasileira de Produtora de Discos, ABPD, em 2009, o mercado brasileiro de música movimentou R\$ 358.432 milhões com as vendas de CDs, DVDs e receitas decorrentes do mercado digital, 0,7% a mais que em 2008 (R\$ 355.771 milhões). Porém, em 2002, eram R\$ 726 milhões, registrando assim uma queda acumulada de cerca de 51%<sup>4</sup>. A International Federation of the Phonographic Industry, IFPI, fala até em uma diminuição total de 80% no mercado do disco entre 2004 e 2008<sup>5</sup>.

De maneira esquemática, podemos levantar alguns pontos no que tem se alterado na indústria da música nos últimos anos, como aponta Herschmann (2010a).

a) primeiramente, presenciamos a desvalorização vertiginosa dos fonogramas (sua transformação em commodity no mercado),

---

4 Disponível em: <[http://www.abpd.org.br/downloads/Final\\_Publicacao\\_09\\_2010\\_CB.pdf](http://www.abpd.org.br/downloads/Final_Publicacao_09_2010_CB.pdf)>. Acesso: 19 de julho de 2010.

5 Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2010/01/29/com-pe-no-freio-gravadoras-procuram-novos-modelos-para-negocio-da-musica-915734730.asp>>. Acesso: 25 de julho de 2010.





a busca desesperada por novos modelos de negócio para os fonogramas através das lojas digitais e telefonia móvel, bem como o crescente interesse e valorização da música ao vivo e dos concertos realizados especialmente nos centros urbanos (no universo indie, na maioria da vez, não são exatamente cadeias produtivas, na realidade se constituiriam mais em cenas, circuitos, muitas vezes legitimados na celebração de festivais); b) em segundo lugar, o crescente emprego das novas tecnologias e das redes sociais na web como uma forma importante de reorganização do mercado: a utilização das tecnologias em rede como uma relevante estratégia de comunicação e circulação de conteúdos, de gerenciamento de carreiras artísticas, de formação e renovação de público, de construção de alianças com os consumidores, etc (Herschmann, 2010<sup>a</sup>, p.12).

As grandes gravadoras ainda não conseguem acompanhar a onda, e parece que a qualquer momento vão se afogar de vez. No entanto, pode-se dizer que nunca se ouviu tanta música, seja pela via “ilegal”, com os milhares de serviços de compartilhamento gratuito de mp3s e a pirataria nas ruas, ou pela expansão do mercado independente, tão celebrada em cadernos culturais e o qual suposto sucesso é motivo de interesse para uma indústria cultural que não sabe ainda o seu rumo.

É interessante observar como tem se dado a valorização dos espetáculos ao vivo, e sua importância econômica para o setor da música, como na nota apresentada na revista Rolling Stone.





Mesmo com o mundo vivendo um período de crise econômica, o mercado de shows musicais apresentou um crescimento de 10% em 2008, movimentando cerca de US\$ 25 bilhões (entre venda de ingressos, publicidade e direitos de imagem) durante o ano. O estudo é do site The View, e foi publicado nesta quinta, 26. De acordo com o site, especializado no mercado de música e entretenimento, isoladamente, a venda de ingressos para os mais diversos concertos aumentou em 8%, atingindo a marca de US\$ 10,3 bi.<sup>6</sup>

Diante dessa valorização dos shows como um todo, o crescimento de festivais independentes pelo Brasil pode integrar tal lógica. Os eventos *indies* têm obtido números significativos de público e orçamento - trabalhando com projetos de fomento governamentais e parcerias - chamando a atenção dos meios de comunicação em geral, articulando formas diferenciadas de se produzir e consumir música (Herschmann, 2010b).

O rótulo de independente já está imbuído de todo um peso diferencial nas formações sociais, não somente relacionado ao aspecto de financiamento do evento. Pensando no caráter distintivo presente no consumo cultural, assim como na predominância da música como um dos principais elementos identitários para os jovens, podemos notar que frequentar os festivais independentes se relaciona a uma série de escolhas que ultrapassam tanto o âmbito do consumo musical, quanto

---

6 Disponível em: <http://www.rollingstone.com.br/secoes/novas/noticias/4827/>. Acesso em: 20 jul. 2010.





do cultural, englobando práticas cotidianas e políticas (Kruse, 1993; Hesmondhalgh, 1999).

Há uma ligação com a pureza da produção independente. Ao não estar ligado a uma grande gravadora, as *majors*, o músico poderia realizar a sua arte com autonomia, sem o imenso aparato da indústria cultural massiva sobrepondo a sua estética autoral (Frith, 1985, Negus 1997). A partir disso, temos como primordial oposição, que é claro, não é exclusiva do estilo, entre o *mainstream* e o *underground*, tendo neste um caráter de resistência (De Marchi, 2006; Vaz, 1988).

Porém, a produção independente, de maneira geral, situa-se de nova maneira na economia da música. Ao contrário de décadas atrás, com o forte cunho político acionado pela imagem do produtor independente, como artista autônomo fazendo frente às corporações multinacionais (Negus, 1997), tem-se agora uma perspectiva empreendedora, assumindo a função de agentes inovadores em cooperação com outras empresas, inclusive as *majors* (De Marchi, 2006; Frith, 1982). Esse posicionamento está presente na formação e no discurso apresentado pela Associação Brasileira de Festivais Independentes, Abrafin, ao incentivar a consolidação de cadeias produtivas.

A associação foi criada em 2005 com o intuito de reunir, organizar e potencializar o circuito de festivais de música independente, desde então, em franca ascensão no Brasil, promovendo a troca de know-how entre produtores associados, bem como entre grupos, produtoras e coletivos responsáveis pela realização dos festivais.





Os números celebrados pela Associação Brasileira de Festivais Independentes, Abrafin, já fazem um interessante e consolidado recorte dos resultados obtidos através ações cooperativas e engajadas: São 32 eventos do gênero, das mais diversas regiões brasileiras, que atingem um público de pelo menos 300 mil pessoas ao ano, fazendo circular mais de 600 bandas entre nacionais e internacionais, movimentando, assim, uma quantia superior a cinco milhões de reais ao ano. Além de gerar pelo menos três mil empregos fixos e temporários, os festivais são os principais vetores de estímulos da cadeia produtiva da música independente brasileira, impulsionando também a abertura do diálogo com os mercados ligados ao setor em nível internacional.

Algumas estatísticas da associação também chamam a atenção, como enfatiza Herschmann (2010b): a) 90% dos festivais são realizados nas capitais brasileiras; b) 60% dos festivais estão no Nordeste e Centro-Oeste; c) que estes eventos são realizados de forma dispersa nos 4 trimestres do ano; d) e que a maioria dos festivais está na sua 6ª edição. Acrescenta-se que a maioria dos 300 mil espectadores dos festivais realizados em 2006 são jovens (com média de idade entre 16 a 34 anos), das classes A, B e C, com instrução de nível médio a superior.

O autor reforça que haveria até a existência, a certo modo, de um formato efetivo de festivais independentes, financiados com recursos das leis de incentivo a cultura, ocupando locais de médio porte, estruturados em dois palcos que facilitam a troca constante de atrações, sendo estas 75% independentes, e boa parte da própria região do evento, exigindo 25% de artistas e bandas do estado onde o mesmo é realizado.





Em certo sentido, pode-se afirmar que alguns coletivos de músicos brasileiros vêm construindo novos circuitos de produção-distribuição e consumo culturais. Neste novo modelo, fomentado e realizado especialmente por jovens artistas e profissionais da música, a produção toda é feita via internet e/ou tecnologias digitais (isto é, da divulgação, distribuição, convite para shows até a organização dos festivais em si). Alguns coletivos, inclusive, chegaram a elaborar uma espécie de moeda própria que permite o escambo de serviços entre os profissionais envolvidos (Herschmann, p.4, 2010b)

Tal estabelecimento de redes colaborativas entre produtores e consumidores-usuários contribui para a visibilidade dos eventos e artistas, assim como gera maior comprometimento entre todos os elos da cadeia (Albornoz; Herschmann, 2009; Amaral, 2007), exemplificada na fala de Fabrício Nobre, presidente/fundador da Abrafin.

Tenho dito isso em muitas de minhas falas por aí, e não é uma expressão minha, coleí de uma palestra do pessoal do Un-Convention, que se num primeiro momento o ideal para música independente, para punk rock, é o Do it Yourself (Faça Você Mesmo), hoje esta musica só é possível num outro modelo: o Do It Together (Façamos Juntos). Estou cada vez mais convencido disto.<sup>7</sup>

---

7 Disponível em: <http://nagulha.com.br/facamos-juntos/>. Acesso em: 20 jul. 2010.





Os espaços dos festivais e da Internet aparecem em continua conexão, seja no uso das ferramentas disponíveis, em que diferentes níveis de consumo e visibilidade são acionados, ou em como as comunidades afetivas desenvolvidas no virtual acabam por encontrar uma “concretude” nos relacionamentos sociais instituídos através do consumo cultural propiciado (Bennet; Peterson, 2004; Cummings, 2007).

Trabalhar em diálogo com a rede é fundamental para os festivais, que assumem o papel de mediadores diante da incrível expansão da produção de música. Assim aponta Nobre, ao dizer que, “o ‘boom’ do rock na internet ocorre justamente pela falta de espaço no ‘mainstream’. As gravadoras estão quase fechando e não há mais rádios de rock. Hoje, a web e os festivais substituíram gravadoras e rádios”. Yanaia Benthroldo, baterista da banda cuiabana Macaco Bong, uma das grandes revelações dos festivais nos últimos anos, reforça que “as bandas realmente estão se conectando cada vez mais e acho que isso se deve a alguns fatores: a internet e a maior circulação dessas bandas por festivais”.

A maioria dos eventos ainda é essencialmente ligada a uma identidade relacionada ao rock e suas vertentes, mas o crescimento de iniciativas diferenciadas, até mesmo com conteúdos fora da música, vem ganhando destaque.

### **Os festivais independentes nas páginas da *Ilustrada***

Entre 1994 e 2010, a *Ilustrada* apresentou uma cobertura irregular. Ora intensa, cobrindo eventos mesmo em sua primeira edição, todas as noites, com





diversas matérias transversais, ora simplesmente ignorando, em uma trajetória que se inicia na máxima empolgação até a conflituosa relação atual. Assim como já dedicou a capa do caderno diversas vezes aos eventos, por hora resume-se a pequenas notas, normalmente noticiando a presença de algum nome de destaque internacional na programação de algum dos festivais.

O que se percebe é certo paralelo com a situação da própria indústria da música em relação aos eventos, bem como a postura do jornal quanto às políticas culturais em diferentes governos. Por tanto, esboça-se até mesmo uma divisão entre o período de maior empolgação, principalmente no que diz respeito aos eventos no nordeste (Abril Pro Rock, Rec Beat), até por volta de 2003, para em seguida uma fragmentação maior de festivais pelo país, mas com uma cobertura cada vez menor, além da discussão sobre a natureza dos eventos ter se tornado mais acalorada.

Nesse primeiro momento, a grande vedete foi o festival Abril Pro Rock, realizado em Pernambuco, por vezes em Olinda ou Recife. O maior mérito para tanta atração está evidentemente na repercussão do movimento Mangue Beat, e em sua mistura da tradição cultural nordestina com a modernidade dos samplers, representada na metáfora da parabólica na lama. O ano de 1993 marca a primeira edição do Abril Pro Rock, assim como o lançamento de Da Lama ao Caos, de Chico Science & Nação Zumbi e de Samba Esquema Noise, do Mundo Livre S/A. Não só eles, mas outros artistas chamam olhos e ouvidos para a região, sendo até cotada como a Seattle brasileira, numa comparação com a então em extrema evidência terra do *Grunge*.





Já em abril de 1994, na segunda edição do festival, a expectativa é grande, com diversas matérias sobre o evento ou temas envolvendo o mangue beat. O texto de 12 de abril de 1994, “Chico Science fecha Abril Pro Rock” em ritmo de festa, enfatiza.

O balanço final do evento mostra que iniciativas como essa não são só viáveis: festivais de rock viraram um ótimo negócio (...). Todos saíram lucrando com o Abril Pro Rock: onze bandas locais ganharam espaço na mídia, o público - cerca de mil pessoas em cada noite - entrou em sintonia com o que se faz no resto do país e os organizadores consolidaram um evento que nasceu a partir de passos tímidos, dados em 93.

Como se observa, o festival não é tomado necessariamente como independente, mas sim como de rock, ou alternativo em alguns momentos, o que ocorre também na cobertura de outras iniciativas semelhantes por um bom tempo, sendo mais constantemente referenciada nos festivais mais recentes.

Apesar da primeira edição do Abril Pro Rock ter sido em 1993, naturalmente, em abril, em “Festivais agitam cena alternativa”, de 7 de setembro de 1994, aponta que “parece que a onda dos festivais veio para ficar. A mania começou com a primeira edição do *Juntatriba*, que aconteceu em agosto do ano passado”. Depois da confusão cronológica, destaca que pelos festivais já passaram “várias bandas que hoje já assinaram com gravadoras passaram por lá”.





A legitimação dos festivais acaba por se tornar a capacidade em revelar talentos que alcancem notoriedade, sacramentada pela assinatura com uma grande gravadora e pelo espaço na mídia. Claramente, é atribuída uma função dentro da lógica da indústria da música, a qual é prontamente correspondida na cobertura feita pela *Ilustrada*. “O Abril Pro Rock já reuniu, em suas edições anteriores, bandas que logo depois estourariam na mídia, como os Raimundos, o Skank e o Pato Fu”. (Recife recebe o pop agreste do Brasil, 25 de abril de 1996); “Mas o principal mérito do evento está mantido, o de revelar as bandas do bom rock nordestino” (Abril Pro Rock se volta ao pop com Paralamas e Planet Hemp, 18 de fevereiro de 1997); “Provinciano nas primeiras edições, hoje é o principal celeiro de novos talentos do país”. (Festival mantém celeiro, 07 de abril de 2000).

A mesma rotina das gravadoras é a dos jornalistas. “O Abril Pro Rock, que se realiza desde 1993 e costuma ter na platéia olheiros de gravadoras em busca de novos talentos” (Coco vira ‘cult’ entre jovens e revela cantora de 62 anos, 17 de abril de 1997); “A exemplo do que ocorre todos os anos, executivos de selos e gravadoras, jornalistas e produtores musicais de todo o Brasil tentam descobrir novos talentos que surgem no Abril Pro Rock” (Festival aposta em diversidade, 24 de Janeiro de 2000).

Além de se destacarem como grandes vitrines para o mercado da música, os festivais dissipados pelo país são retratados com certa aura de batalha, uma ação heróica como era tradicionalmente atribuída ao segmento (De Marchi, 2006). Sendo assim, cada evento encara uma luta diferente, seja “combater o provincianismo da arte





regional” (Belo Horizonte sedia festival de rock, 21 de setembro de 1998), se livrar de “estigmas musicais, como o axé na Bahia, (Bandas apresentam mistura da cena rock soteropolitana, 22 de setembro de 1997), ou reivindicar incentivo à “música popular contemporânea além do eixo Rio-São Paulo” (Rec Beat consolida bandas fora do eixo, 01 de março de 2001), ao mesmo tempo em que precisam atrair a mídia do mesmo eixo para que “a cena exista de fato” (Festivais sustentam independentes do NE, 11 de maio de 1998).

No editorial “Brasil declara independência sonora”, de 31 de julho de 1997, o sempre entusiasmado jornalista Lúcio Ribeiro, então editor-assistente, fala que, “graças a uma dada produção independente que começa a se articular nas principais cidades do país, o marasmo sonoro tão característico por estes lados do hemisfério está em vias de se dissipar”. Porém, a movimentação não trouxe o retorno financeiro ansiado pelas gravadoras (Kischinhevsky, 2006), o que também se refletiu nas matérias.

Grande nome do mangue beat, Chico Science morreu prematuramente em um acidente de carro, em 1996. Porém, seu fantasma ainda paira insistentemente. É difícil encontrar uma nota em que seu nome não apareça. As bandas pernambucanas são sempre vistas como “órfãs de Chico Science” (Abril Pro Rock se volta ao pop com Paralamas e Planet Hemp, 18 de fevereiro de 1997), cujo nome “ainda é o nome de Recife. É o nome da Recife pop, que nasceu com o movimento mangue beat no início dos anos 90 e tenta manter seu ‘momento Seattle’”. (Sem Science, Recife insiste no Recife, 3 de abril de 1998).





Mesmo trazendo à luz outros artistas de destaques, o que fica é uma expectativa não correspondida. “As duas primeiras noites da sexta edição do festival Abril Pro Rock, consumadas sexta e sábado passados no Centro de Convenções de Pernambuco, confirmaram o já esperado: não houve, até ali, grandes revelações ao pop nacional” (Norte e Sul se defrontam no 6º Abril Pro Rock, 6 de abril de 1998); “O Abril Pro Rock continua sendo o principal festival do gênero no Brasil. Porém vem aos poucos perdendo o que é considerado o seu grande charme: revelar boas e novas bandas (Bandas novas decepcionam na edição 2000, 11 de abril de 2000).

Ao que parece, o único festival analisado neste texto é o Abril Pro Rock. No entanto, isso se deve a expressiva diferença de cobertura com outros eventos. Por exemplo, entre 1996 e 2002, enquanto o evento pernambucano acumula 55 aparições diretas, com notas de programação, entrevistas com artistas, matérias sobre o evento em si, os demais festivais analisados contabilizam 33 (Rec-Beat-PE; BoomBahia-BA; Mada-RN; Porão do Rock-DF; Bananada-GO; Goiânia Noise-GO; Humaíta pra Peixe-RJ).

E ainda, muito deste número se deve a outro festival em Pernambuco, o Rec-Beat, criado em 1997, com 19 matérias diretas. Muito da visibilidade se deve por combinar a mesma expectativa destinada ao seu concorrente local com o fato de ser realizado durante o carnaval.

Durante o início dos anos 2000, apesar do aprofundamento da crise da indústria fonográfica, o cenário independente é motivo de exaltação.





A cena roqueira independente do Brasil, não é de hoje, cresce e aparece cada vez mais, graças entre outras coisas a festivais do tipo do pernambucano Abril Pro Rock, do potiguar Mada e deste Bananada, goiano. Graças ainda à comunicação via internet e à vasta produção de CDs caseira e/ou de gravadoras independentes, circula em alta velocidade pelo país estimulantes resultados em disco, como de duas bandas indies que foram atrações do festival: a gaúcha Irmãos Rocha! e a local Mechanics. Só falta as gravadoras grandes e as rádios darem conta (Quer um nome? Irmãos Rocha!, 25 de maio de 2001).

Além de Recife, Goiânia desponta como um centro importante na cena brasileira. “Goiânia vem há muito tempo se consolidando como uma das principais cidades que embalam o rock independente no país” (Festival consolida Goiânia na cena indie, 25/05/2001); “É a sétima edição do Goiânia Noise Festival, evento que deu origem a uma geração de bandas e agitadores culturais que suam para colocar a cidade no mapa do rock brasileiro” (Goiânia mostra seu rock independente, 12/10/2001).

No entanto, a cidade nunca recebe a mesma atenção do diário paulistano como com a primeira. Na verdade, mais nenhum outro, nem mesmo o Abril Pro Rock, preencheu muitas páginas a partir de 2003.

Na mesma medida em que as gravadoras e rádios não deram contam da movimentação, a cobertura da *Ilustrada* seguiu o mesmo caminho. Apesar de textos elogiosos, as contínuas referências a relevância de determinada artista por suas





apresentações em determinados festivais, a pauta parece ter ficado em segundo plano. Boa parte de festivais tidos como renomados na cena musical, simplesmente são ignorados, ou aparecem em uma ou outra citação. Porém, mesmo assim, são tidos como sinônimo de legitimidade aos artistas noticiados que passaram por seus palcos.

Do outro lado, demais cadernos culturais e revistas especializadas destacam cada vez mais as iniciativas, que se tornaram mais organizadas e também pretensivas, com a criação da Associação dos Festivais Independentes do Brasil, em 2005, e as ações de coletivos como os que integram o circuito Fora do Eixo.

Com o crescimento organizacional e de visibilidade, os festivais e suas entidades entram no foco de debates acalorados, dentro e fora dos mesmos. Entre as polêmicas, a *Ilustrada* ganha destaque em duas circunstâncias, marcadas pela crítica às políticas públicas e ao financiamento dos festivais independentes, como na coluna Conexão Pop, do jornalista Thiago Ney, com o sugestivo título de “Teoria da Dependência”.

O modelo de organização dos grandes shows no Brasil (particularmente o do circuito de festivais) é dependente. Dependente de eventos corporativos e dependente de dinheiro público.

(...) Não dá para chamar de “independente” um circuito de festivais que depende de dinheiro público para existir. Como acontece no cinema nacional, em que os filmes são bancados por leis de incentivo e não há a menor preocupação com bilheteria, os festivais “independentes” beneficiam-se de um edital da Petrobras que goteja até R\$ 250 mil na mão dos produtores de cada evento.





Uma das “contrapartidas” exigidas pela Petrobras é que esses eventos tenham como finalidade “divulgar a música brasileira” e as cenas locais. Não entendo como pode haver divulgação da música brasileira quando esses eventos escalam bandas gringas de terceiro escalão ou grupos europeus de heavy metal cuja relevância artística é quase nula. E aqui ocorre mais uma anomalia. Bandas indie péssimas, que não tocariam nem em matinês de pubs londrinos, arranjam lugares confortáveis nesses eventos devido à “brodagem” entre produtores de festivais, músicos, blogueiros etc. Triste (Conexão pop: Teoria da dependência, 9 de abril de 2008).

Dias depois, a resposta do então presidente da Abrafin, Fabrício Nobre, é publicada.

“O texto “Teoria da Dependência”, publicado na Ilustrada do dia 9 de maio, trata dos festivais independentes de maneira generalista, além de conter dados incorretos. A Abrafin, mesmo não tendo sido nominalmente citada, bem como nenhum de seus associados, achou por bem enviar esta carta para corrigir alguns dados e clarear a visão distorcida do texto.

Fruto de um amplo movimento artístico, novos agentes emergiram na última década e construíram um circuito brasileiro de festivais de música que hoje é em parte organizado na Abrafin. Em menos de três anos, a associação estabeleceu um calendário oficial de festivais que conseguem dar palco a boa parte da produção de música brasileira atual. São 32 festivais de todas as regiões do país, dos mais diversos estilos musicais.





O que torna esses festivais independentes vai muito além do modo como são custeados. Alguns se bancam da própria bilheteria, outros via leis de incentivo, uma terceira opção é por meio de permutas ou até mesmo com um grande patrocínio, como foi citado no texto do colunista. Mas, apenas por isso, dizer que são “dependentes do dinheiro público” é uma informação generalista e incorreta. O que pode estar longe do conhecimento do grande público é que todos os festivais da Abrafin estão envolvidos (alguns por mais de uma década) numa cadeia produtiva que dura todo o ano, gerando emprego e cultura, e que têm nos festivais (patrocinados ou não), a sua vitrine nacional.

Outro dado incorreto diz respeito aos valores “gotejados na mão dos produtores de cada evento” via edital da Petrobras ([www.editalfestivaisdemusica.com.br](http://www.editalfestivaisdemusica.com.br)). Pelo menos dos associados da Abrafin, nenhum teve um aporte no valor citado via edital.

Sobre a relevância das atrações, é inegável que boa parte da nova música brasileira tem se apresentado nesses festivais. Independentemente de estilo, os festivais são a plataforma onde essa música está sendo apresentada ao público, até formando uma nova geração de pessoas interessadas em música -papel que já foi da rádio, da TV e até da imprensa musical brasileira.

A própria cobertura desses festivais, feita esporadicamente pela **Folha**, por vezes elogiosa, comprova que o repórter foi no mínimo preconceituoso ao criticar uma ou outra atração, assumindo que seu gosto pessoal deve ser mais importante que o do público que comparece aos shows, ou da curadoria dos festivais.” (Conexão pop: Teoria da dependência - 23/05/2008)





Dois anos depois, inclusive no mesmo mês, em 17 de maio, dessa vez em coluna no suplemento jovem *Folha Teen*, o jornalista Álvaro Pereira Jr traz o provocativo título “Se o governo cismar, o indie acaba”.

Conhece Claudio Jorge Oliveira? É o nome mais importante do rock brasileiro. Mas não toca guitarra nem canta. É executivo, coordenador de patrocínios à música da Petrobras. Ele tem a chave do cofre de onde sai o dinheiro para os maiores festivais de rock indie no Brasil. Se Oliveira zerar a grana, ou a Petrobras decidir investir em coisa melhor, a cena roqueira “independente” acaba. No dia seguinte. (...) Depois que, no Brasil, a indústria da música foi para o espaço, o Estado virou o mantenedor do rock indie. E, quando o dinheiro público começou a fluir, essa estrutura foi aparelhada por quem já estava organizado. O indie estatal construiu uma burocracia cheia de tentáculos. Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafín), Coletivo Cubo, Circuito Fora do Eixo etc. Várias entidades, poucos dirigentes. (...) Como o cinema da época da Embrafilme, o indie estatal virou as costas para o mercado. Não se importa em vender CDs, downloads ou ingressos. Com sua estética nacional-regionalista, não quer ficar maior do que está. Não precisa de fãs, precisa do governo. (Pereira Jr, 2010)

A discussão é encaminhada para as páginas da *Ilustrada*, que dessa vez monta um texto tendo como fonte alguns envolvidos com a cena independente.





Os festivais independentes de música, que pipocam pelo Brasil, conseguiriam se manter em pé sem o dinheiro de governos e empresas estatais?

A questão voltou à tona em texto do colunista da **Folha** Álvaro Pereira Júnior publicado anteontem no Folhateen.

Atualmente, 44 festivais de música de todas as regiões do Brasil estão filiados à Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin).

Segundo Pablo Capilé, vice-presidente da Abrafin, apenas seis festivais ligados à associação receberam dinheiro via Petrobras neste ano

“Sem apoio estatal, conseguiríamos fazer os festivais, mas não seria possível fazer circular muitas bandas”, diz.

“Hoje é quase impossível conseguir que um empresário privado patrocine diretamente um festival. Se ele pode deduzir o investimento do imposto de renda, por que ele botaria dinheiro sem leis de incentivo?” ((in)dependente?, 19 de abril 2010)

Contudo, o que se faz mais interessante nesse segundo momento da *Ilustrada* com os festivais independentes, está no que agora é decretado como mais um cancro no aparato governamental, antes era visto com naturalidade, em todos os casos, indiferente ao montante envolvido.

Nosso principal patrocinador é o governo de Pernambuco, que arca com cerca de 20% dos custos”, diz. “Não há comprometimento com gravadoras, queremos mostrar o pop





independente do Nordeste e artistas novos (Abril Pro Rock quer fugir do institucional, de abril de 1998).

Embora o orçamento, de R\$ 493 mil, ainda esteja sendo negociado com possíveis patrocinadores, Paulo André afirma que a crise não coloca em risco a realização do Abril Pro Rock 99. “O Estado sempre nos apoiou, e já iniciamos conversações com o novo governo, com sinalização positiva. Mas não há risco algum de não acontecer. Sempre fizemos independente de qualquer crise, de qualquer coisa.” (Abril Pro Rock 99 enfrenta a entressafra do pop nacional, 30 de janeiro de 1999)

O festival ganhou a campanha publicitária, a produção de 2.000 cartazes e de 20 mil fanzines para divulgar o evento, o sistema de luz e som, com o incentivo da prefeitura do DF, e a gravação dos shows, que vão virar um CD. (Porão do Rock reúne 22 bandas e 20 mil pessoas em Brasília, 03 de Agosto de 1999)

O evento tem o apoio da prefeitura e encerra as comemorações do aniversário de 70 anos da cidade (Abrigo subterrâneo, 07/11/2003).

Quando se falava em “institucionalização” dos festivais, tratava-se do risco em ser apropriado pelos interesses das gravadoras multinacionais, tendo, por sua vez, o Governo como apoio à preservação da independência.

Se os festivais podem ser vítimas de um colapso causado por uma guinada no direcionamento governamental, temos que considerar que tal alternativa é fruto





da imaturidade política na continuidade das gestões. Ou seja, não temos garantia nenhuma que isso também não aconteça.

Mesmo que o subsídio estatal cesse, o mais natural é a continuidade do indie nacional, menor, cada vez mais focado em suas práticas subculturais e dependente, ainda mais, da mobilização dos atores envolvidos, situação já vivenciada anteriormente. Para o ex-presidente da Abrafin, Fabrício Nobre, um festival “é independente, porque independente do que acontece, acontece”.

### **Considerações Finais**

Tendências partidárias antagônicas entre o periódico e a Abrafin podem polemizar um pouco mais a situação, além de ser uma justificativa plausível para o afastamento da pauta e alternância na perspectiva do jornal quanto ao tema. Mas, basear-se nisso seria no mínimo imprudente.

Caso fiquemos somente no nível teórico, já encontramos alguns culpados. Porque é fácil estranhar a diminuição da cobertura, contrariando muito a expectativa do início da pesquisa. Justamente no momento em que os festivais encontram-se consolidados, articulados em uma rede nacional, ocupando lugar fundamental na organização da produção musical dentro do contexto imediato, sem esperar pelas agora agonizantes grandes gravadoras, eles se tornam desinteressantes. Toda uma cadeia produtiva é esboçada, com maior ou menor sucesso, e ignorada. Enfim, será que um festival como o Varadouro, realizado, não só no normalmente preterido estado do Acre, mas em plena floresta amazônica, não atrai nem pelo exotismo?





Podemos, então, considerar dois fatores. O primeiro dá conta das relações com a indústria cultural da música, como indicado na introdução do texto. Os festivais iniciaram convivendo com as grandes gravadoras, e continuaram durante a crise destas, que buscavam em seus palcos qualquer nome rentável. À medida que a situação vai se agravando, as *majors* fecham-se em castings cada vez mais reduzidos, investindo nos sucessos garantidos e evitando apostas (Kischinhevsky, 2006), o que acarreta no desinteresse nesse tipo de evento. Não que exista uma sala em que jornalistas e empresários se reúnam para confabular o desprezo a iniciativas alternativas, mas há um atrelamento de influência determinante no agendamento das editorias de cultura.

O que nos leva, conseqüentemente, a uma rotina do jornalismo diário completamente contaminada. Evaldo Mocarzerl, editor do *Caderno 2*, do *Estadão*, alerta para uma geração de repórteres preguiçosos e viciados em releases. “Há uma quantidade muito grande de profissionais no mercado que é totalmente dependente de assessores de imprensa e que, em muitos momentos, vendem gato por lebre. Assim, acabamos publicando o trash sempre tão bem embalado da indústria cultural. (Mocarzerl, 2001)”

Como lembra Arthur Dapieve, o espaço do jornal passa a ser ocupado pela “assessoria mais poderosa, aquela que tem as contas mais influentes, as gravadoras que lançam muita coisa, a distribuidora de cinema que lança muitas coisas em muitas salas, e você fica a reboque disso” (Dapieve, 2001, p.173)

Ao optar unicamente pelos produtos culturais, os cadernos culturais deixam de lado os processos, que constituem “o próprio movimento do sistema artístico-





cultural expresso nas políticas públicas de cultura, na economia do setor, no marketing cultural, enfim, nas questões do processo artístico que antecedem ou estão para além do evento, do lançamento ou do produto acabado” (Golin; Cardoso, 2009, p.197). Situação similar é encarada de outra forma nas demais editorias.

Pode-se estabelecer uma analogia com o caderno de esportes. Se este caderno se limitasse a noticiar as tabelas e resultados de jogos, e notícias relatando os momentos principais das partidas, certamente sua atuação seria considerada falha, pois estaria deixando de investigar e publicar questões relativas às políticas esportivas, às leis, aos jogos de interesse que envolvem clubes, federações e emissoras de TV, às CPIs, ao milionário mercado de atletas. No entanto é uma postura análoga a que prevalece nos cadernos diários de cultura: um jornalismo “de resultados”. (Cunha; Ferreira; Magalhães, 2002, p.9)

Obviamente, o jornalismo cultural ocupa papel fundamental no regime de produção, circulação e visibilidade dos produtos culturais. De todo modo, este não se sedimenta como um poder absoluto da ordem simbólica, responsável por toda a “alienação” humana ou difusão do conhecimento. Assim como sua parceira indústria da música, a insistência na execução de uma forma única de entender cultura traz consequências. Inúmeras iniciativas espalham-se em sites ou blogs, mais organizados ou ainda amadores, contornando o agendamento tradicional.





Resta saber como o jornalismo cultural, veiculado nos diários impressos, vai conseguir permanecer. Buscando qualquer retrato cultural mais profundo, ou como um belo conjunto de páginas diagramadas, com imensas publicidades e inúmeros anúncios fazendo a vez de roteiro cultural, para que todos tenham um bom fim de semana.

### Referências

ABREU, Alzira Alves. Os suplementos literários: os intelectuais e a imprensa nos anos 50. In: ABREU, Alzira Alves et al (Org.). *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1996.

ALBORNOZ, Luis; HERSCHMANN, Micael. Transformações recentes da indústria da música, in: *Anais do V Enecult*. Salvador: UFBA, 2009.

AMARAL, Adriana. Categorização dos gêneros musicais na internet, in: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (orgs.). *Novos Rumos da Cultura da Mídia*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, p. 161-188, 2007.

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa Brasil 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.





BARRETO, Ivana. As Realidades do Jornalismo Cultural no Brasil. *Revista Contemporânea*. n. 7. Rio de Janeiro, 2006.

BENNETT, Andy; PETERSON, Richard. *Music scenes: local, translocal and virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo-Porto Alegre: Edusp-Zouk, 2007.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BURKE, Peter. *O que é história cultural?*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

COSTA JR, Alcides et al. Do impresso à hipermídia: as transformações do jornalismo cultural frente às novas tecnologias. 2007. 90 f. Monografia (Comunicação Social – Jornalismo) Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Faculdade de Comunicação Social, Belo Horizonte, 2007.





CUMMINGS, Joanne. Sold Out! Ethnographic Study of Indie music Festivals in Australia. 2007. 301 f. Tese (Doutorado em Filosofia) University of Western Sydney, School of Social Sciences, Sydney , 2007

CUNHA, Leonardo; FERREIRA, Nísio; MAGALHÃES, Luiz. Dilemas do jornalismo cultural brasileiro. In: *Temas: Ensaios de Comunicação*. Centro Universitário de Belo Horizonte, n. 1, v. 1, ago.-dez. 2002.

DAPIEVE, Arthur. Jornalismo cultural. In: CALDAS, Álvaro (Org.). *Deu no jornal: jornalismo impresso na era da internet*. Rio de Janeiro: Loyola: PUC-Rio, 2002.

\_\_\_\_\_. Mídia e cultura brasileira. In: ALMEIDA, Cândido Mendes (org.). *Cultura brasileira ao vivo: cultura e dicotomia*. Rio de Janeiro: Imago, 2001, p. 167-178.

DE MARCHI, Leonardo. *A Nova Produção Independente: Indústria Fonográfica Brasileira e Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação*. Niterói: Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, 2006.

FRITH, Simon. *Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of the Rock n' Roll*. New York: Pantheon Books, 1982.





GADINI, Sérgio Luiz. *A cultura como notícia no jornalismo brasileiro*. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2003.

\_\_\_\_\_. Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais: principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros. In: *Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos*, v. 8, n. 3, set.-dez. 2006, p.233-240.

\_\_\_\_\_. A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro. In: *Eptic Online*, v. 9, n. 1, jan.-abr. 2007.

GIBSON, Lisanne. Cultural Development meets Rock and Roll (Or What Government can Learn from Pop Music Festivals). *Cultural Policy*, n. 7, p.479-492, 2001

GOLIN, Cida; CARDOSO, Everton. Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In: BOLAÑO,C.; GOLIN, C;BRITTOS, V. *Economia da arte e da cultura*. São Paulo: Itaú Cultural, 2009

HERSCHMANN, Micael. A indústria da música como laboratório. *Revista Observatório Itaú Cultural*, v. 1, p. 21-30, 2010.





\_\_\_\_\_. Crescimento dos festivais de música independente no Brasil, in: Sá, Simone Pereira de (org.). *Rumos da cultura da música: Negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Rio de Janeiro: Sulina, 2010b

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A indústria da música brasileira hoje – riscos e oportunidades, in: FREIRE FILHO, João; Janotti Junior, Jeder. (orgs.). *Comunicação & música popular massiva*. Salvador: EDUFBA, 2006.

HESMONDHALGH, David. Indie: the Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre. in: Grossberg, Lawrence; Pollock, Della (ed.). *Cultural Studies*. Londres: Routledge, n. 13, vol.1, 1999. pp.34-61.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Manguebit e novas estratégias de difusão diante da reestruturação da indústria fonográfica. *Ciberlegenda*, v. 1, p. 4, 2006.

KRUSE, Holly. Subcultural Identity in Alternative Music Culture. *Popular Music*, n.12, p.33-41. 1993

JANUARIO, Marcelo. O olhar superficial: as transformações no jornalismo cultural em São Paulo na passagem para o século XXI. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, 2005.





MARQUES, José Carlos. A mídia moderna entre a importância da informação e a dependência do anunciante (a lógica mercantil-jornalística na Folha de S. Paulo). *Rumores - Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias*, vol. 1, n. 1, 2007

MOCARZEL, Evaldo “Arte Banalizada? A razão cínica e o futuro dos cadernos de cultura”. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/atualiza/artigos/jd080120011.htm>. Acesso em: 20 dez. de 2010.

NEGUS, Keith. *Popular Music in Theory: an Introduction*. Connecticut: Wesleyan University Press, 1997.

PIZA, Daniel. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

PRYSTHON, Ângela. La invención de un Brasil posmoderno: el periodismo cultural em los años 80. In: ENDICOM, Montevideo, Uruguai, 2001. *Anais...* Montevideu: Pontificia Universidad Católica del Uruguay/Endicom, 2001.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

SILVA, Juremir Machado. *A miséria do jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 2000.





TRAVANCAS, Isabel. Suplementos e leitores. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/travancas-isabel-suplementos-leitores.html>. Acesso em: 10 dez. 2010

VAZ, Gil Nuno. *História da Música Independente*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1988.





## Un ejemplo de periodismo literario: la revista *Tarja*

Reynaldo Castro<sup>1</sup>

Segunda mitad de la década del cincuenta del siglo pasado. La guerra de Corea pone al mundo al borde de la conflagración total. Son tiempos de la Guerra Fría y el juguete mortal de Oppenheimer pende sobre la humanidad. Estalla el rock de Bill Haley y sus Cometas. Suecia organiza su mundial y con el campeón Brasil aparece un diamante negro: Pelé; la debacle argentina tiene una cifra y un nombre: 0-6 contra Checoslovaquia. Orson Welles estrena *El Ciudadano* y, en Argentina, la mal llamada “Revolución Libertadora” entierra sus muertos. El General Perón se exilia en Madrid. Y, en 1955, aparece *Tarja*.

Esta revista fue el producto gráfico más original que conoció la historia del periodismo literario de Jujuy. Fue, además, una extraordinaria muestra de calidad artística y fervor intelectual en la que para seleccionar las colaboraciones, “la Dirección prescinde totalmente de la opinión de sus autores. Atiende tan sólo a la calidad artística o intelectual de sus trabajos”, como expresaba un breve texto de la contratapa del tercer número.

---

<sup>1</sup> Licenciado en Comunicación Social. Docente e investigador de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu). Coordinador de Prensa y Difusión de la UNJu.





El nombre alude “a la marca que indica el día de trabajo cumplido, faena concluida y asentada en la libreta de jornales”, como se puede leer en la presentación del primer número. Además, marca un destino ya que se trata de una palabra ligada a los sectores postergados y su relación laboral. En aquel momento, ligar la libreta de jornales con las denominadas “bellas artes” era toda una transgresión. Precisamente, contra esa concepción –que separaba a la literatura y las artes plásticas de los gustos populares– es que los directores de *Tarja* manifestaron su disconformismo y, al mismo tiempo, elaboraron otra alternativa superadora.

Toda una generación de escritores e intelectuales colaboró con esta publicación en la segunda mitad de la pasada década del cincuenta, los años de mayor esplendor del periodismo literario jujeño. El último número, el 16, apareció en julio de 1960. La distancia de poco más de un siglo nos permite afirmar que *Tarja* es el documento cultural mejor logrado que, gracias al talento de sus colaboradores, trascendió los límites de su ciudad natal.

Estamos convencidos de la incalculable temática humana de nuestro Norte y de las posibilidades de sus gentes para el trabajo intelectual. Por ello es que iniciamos esta labor, manifestando la necesidad de que esas posibilidades abandonen el silencio y adquieran las formas concretas del testimonio.

El párrafo recién citado formó parte del editorial del primer número. Ese manifiesto fue cumplido con creces por los escritores Mario Busignani, Jorge Calvetti,





Andrés Fidalgo y Néstor Groppa; la dirección se completaba con el artista Medardo Pantoja. La posición de ellos es bien clara: la revista se constituye como soporte para el trabajo intelectual. Trabajo que, hasta entonces en Jujuy, estaba condenado al silencio. Dos hechos marcan como la praxis misma de de la literatura resulta problemática en esta región. El primero, la dirección de la revista denunció, en enero de 1957, que Pantoja había sido detenido durante dos días por policías de Salta sin que se hicieran conocer las causas de tal medida, tampoco le permitieron comunicarse con personalidades de esa provincia que hubieren podido explicar lo que el artista significaba dentro del panorama cultural. El día 18, el siguiente telegrama fue dirigido al ministro de Gobierno de Salta:

Como integrantes revista jujeña *Tarja*, denunciarnos y protestamos por injustificada y abusiva detención e incomunicación en esa comisaría tercera, día 8, de nuestro co-director y asesor Comisión Provincial de Cultura, pintor Medardo Pantoja (diario *Pregón*, San Salvador de Jujuy, 13 de mayo de 1957, pág. 7).

El final de la revista es otro hecho que demuestra que la situación conflictiva del escritor es un elemento constante en nuestra sociedad: el último número de la revista coincidió con una de las cíclicas censura que soplaban en el país. La censura, afirma Groppa,





es un fenómeno que hemos heredado desde la Revolución de Mayo, para no remitirnos como continente, a los terribles tiempos de la colonización y conquista. En Mayo, tildaban de revolucionarios y extranjerizantes, llenos de terribles ideas foráneas a los patriotas que abrevando en la Revolución Francesa se oponían al rey de España. Desde aquel entonces, como pueblo, a pesar de la independencia política que nos legaran esos patriotas, nos mecen los vaivenes de la censura, lo hacen para “preservar la moral y las buenas costumbres”, de las que cada vez se tiene una idea más vaga e imprecisa (Castro, 1994).

Os vaivenes de la censura siempre estuvieron a la orden del día. *Tarja* había nacido con el golpe de Estado de setiembre de 1955. Entonces el gobierno jujeño fue otorgado por los golpistas al teniente coronel Jorge Roque Alvarado y, el 6 de octubre de ese año, desembarcó –como interventor federal– el contralmirante Gastón Carlos Clement. Éste, por medio de un decretazo, proscribió al Partido Peronista, incautó sus bienes y mandó a la cárcel a su plana mayor.

Jorge Luis Borges (quien, según cuenta la leyenda, había sido promovido a inspector de aves y conejos en los mercados municipales por el peronismo) es nombrado, por la “Revolución Libertadora”, director de la Biblioteca Nacional. La designación funciona como un acto emblemático: en el campo cultural, algunas medidas del nuevo gobierno, apuntan a la modernización de las artes y el pensamiento.<sup>2</sup>

2 Otros nombramientos sirven para entender el inicio de esta modernización: José Luis Romero es interventor de la





El (re)posicionamiento de escritores e investigadores que habían estado postergados es, antes que el resultado de una acción promovida por el gobierno de facto, el crecimiento sostenido del campo intelectual que abonará el terreno para que, en la década siguiente, irrumpen obras y figuras que marquen un cambio de valores en la vida cultural, política y social.

¿Qué pasaba entonces en Jujuy? La población de toda la provincia ya superaba los 200 mil habitantes; un busto de Eva Perón, que estaba en el parque San Martín, es arrastrado por una camioneta hasta su destrucción; y existen “aproximadamente quince escritores” (Groppa, 1987: 14). La literatura jujeña recién, a partir de 1955, adquiere trascendencia. Lo explica claramente uno de sus protagonistas:

Tenemos entendido –y demostrado– que antes del ’50 la literatura y las artes en general vivían el tono siestero de todas las provincias (porque éste no es un fenómeno exclusivo de Jujuy) y que con el medio siglo comenzó (esquivemos la palabrita de moda) el despertar, el desperezarse (*Ibidem*, p. 20).

---

Universidad de Buenos Aires (UBA); Vicente Fatone, interventor en la Universidad del Sur; Manuel Mujica Láinez, director de relaciones culturales de la Cancillería; Eduardo Mallea, embajador en la UNESCO; Ernesto Sabato, director de la revista *Mundo Argentino* (publicación de propiedad estatal). Además, en 1958 fue creado el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), cuyo primer directorio incluía, entre otros, a Bernardo Houssay, Luis Federico Leloir y Rolando García; también se crearon el Fondo Nacional de las Artes (FNA) y la Editorial de la Universidad de Buenos Aires (EUDEBA), la extraordinaria industria editorial del mundo hispano que fue impulsada por Boris Spivacow.





Un abogado que publicará sus primeros libros en los años sesenta, evoca lo que para él significó el inicio de la modernización cultural, tras la caída del peronismo en esta provincia:

Mi primera imagen del hombre llamado Calvetti está relacionada con un viaje en un asendereado ómnibus que se esforzaba desde la Quebrada hacia la ciudad, él gauchamente de pie colgado del pasamanos y yo de urbano y hablamos del golpe militar del 55 que se estaba produciendo. Éramos los dos antiperonistas, según creo. De Busignani y de Fidalgo tenía sólo una visión curialesca del patio de los Tribunales viejos; a Groppa lo vi después, maestro de escuela y poeta secreto en Tilcara y relacionado o asociado con el sur. Y a Pantoja, hombre de toda la vida y, para mí, de edad propecta aunque ahora menor que yo.

¿Qué es lo que dijimos? ¿Dónde nos juntamos por primera vez? Nunca lo pude saber por mí mismo. Sólo recuerdo ahora la vieja casa de la calle Senador Pérez, las reuniones un tanto formales de los directores [de *Tarja*] en los entreactos de las comidas y beberajes y otros esparcimientos ad usum pero en mangas de camisa y alpargatas (Tizón, 1989).

Andrés Fidalgo y Nélide, su esposa, entonces alquilaban una casa en el centro de la ciudad. Ese espacio —al igual que la vivienda que poco tiempo después adquirirían— es fundamental para el desarrollo de la cultura jujeña; un importante editor manifestó que allí habría que poner una placa que diga: “Durante muchos años todo el mundo





que pasó por aquí tuvo sopa y colchón gratis” (Mangieri, 1999). En ese lugar se agrupa el primer colectivo cultural de trascendencia; ahí nace la figura del intelectual jujeño y se expresa en una publicación que constituye un cruce entre tradiciones, identidades y regionalización; características éstas que marcan una clara diferencia con respecto a revistas contemporáneas ligadas a la vanguardia que se desarrollan en Buenos Aires. Allí, en Senador Pérez 235, nace la mítica revista *Tarja*.

#### Acta de constitución

En la ciudad de San Salvador de Jujuy, a los trece días del mes de junio de mil novecientos cincuenta y cinco, los abajo firmantes se reúnen siendo horas dieciocho y treinta en el domicilio de la calle Senador Pérez doscientos treinta y cinco, con el fin de establecer las bases para constituir una asociación civil, agrupación o entidad que tenga por objeto promover actividades culturales de todo orden. Previa recepción de sugerencias, cambio de ideas y análisis de las mismas, se resuelve:

1º) Dar por constituida a partir de la fecha, una asociación que tendrá por finalidad promover, fomentar, desarrollar y difundir actividades culturales.

2º) Como nombre de la institución se adopta el de *Tarja*, que será expresado en todas sus actividades.

3º) La dirección será ejercida por Mario Busignani, Jorge Calvetti, Andrés Fidalgo, Néstor Groppa y Medardo Pantoja. En forma conjunta o por simple mayoría, los nombrados tienen facultades para gobernar, representar o administrar; como así también para





tomar resoluciones ejecutivas que tiendan a cumplir los fines de la institución.

4º) *Tarja* puede contraer obligaciones, adquirir derechos, bienes muebles o raíces, recibir legados, subvenciones o donaciones y disponer de ellos. Podrá, además, operar con instituciones bancarias o de crédito.

5º) Se admitirá la más amplia libertad de expresión en el terreno artístico y no se harán exclusiones que respondan a motivos filosóficos, religiosos, políticos, o de tendencias o escuelas.

6º) Se gestionará la colaboración de todas las personas dedicadas a tareas similares a las enunciadas en el apartado 1º. En principio, del medio jujueño, pero sin otras exigencias que la calidad o valores propios de la materia de que se trate.

7º) Se promoverá a la vez, el acercamiento y la solidaridad entre sí y con respecto a *Tarja*, de todas las personas que deseen colaborar en cualquier aspecto o medida, con los propósitos arriba enunciados.

8º) Los recursos para financiar actividades se obtendrán mediante la venta de obras o su comercialización, suscripción, donaciones, subvenciones o legados.

9º) Como primera tarea, se resuelve publicar una revista que incluirá materiales de carácter cultural, literario, artístico, pedagógico, o similares.

10º) Simultáneamente, se resuelve organizar exposiciones de plástica, iniciando la serie con una muestra conjunta de grabadores y pintores, en Senador Pérez 235.

11º) Los miembros de la Dirección podrán ser reemplazados o continuarse con los que quieran proseguir las actividades





enunciadas. También por simple mayoría podrá aumentarse el número de integrantes de la Dirección.

12°) La duración de la entidad es por tiempo indeterminado.

13°) Se prevé asimismo la organización y puesta en marcha de una librería, con criterio no estrictamente comercial; pero que pueda ayudar a la financiación de actividades culturales. Asimismo, y con igual finalidad, retablo de títeres, conciertos, audiciones radiales, etc.

14°) A los fines de llevar y registrar la contabilidad y estado económico de *Tarja*, percibir, hacer pagos y realizar operaciones similares, se designa al Director Andrés Fidalgo, quien contrae ante la entidad, las responsabilidades del caso.

15°) Se podrán designar Comisiones Auxiliares para el estudio, reglamentación, atención y ejecución de actividades especiales; siempre presididas por algunos de los Directores de la entidad.

16°) Las condiciones establecidas en la presente Acta podrán ser modificadas por resolución tomada a simple mayoría de la Dirección.

En el lugar y fecha arriba indicados, firman: Mario Busignani (Senador Pérez 137, San Salvador de Jujuy), Jorge Calvetti (Maimará, provincia de Jujuy), Andrés Fidalgo (Senador Pérez 235, San Salvador de Jujuy), Néstor Groppa (Senador Pérez 125, San Salvador de Jujuy) y Medardo Pantoja (Tilcara, provincia de Jujuy).





Un balance de la tarea realizada por este colectivo incluye, además de la revista, las siguientes acciones: la edición de cuatro libros y un suplemento de poesía inédita, más de cincuenta funciones de títeres (dirigidas por Nélida Pizarro de Fidalgo), exposiciones de artes plásticas, organización de conciertos, conferencias y el establecimiento de una librería de arte.

Por la sede *Tarja*, entre otros, pasan: Flora Guzmán, Héctor Tizón, Nelly Ase, Manuel J. Castilla, César Bayón, Raúl Aráoz Anzoátegui, Jaime Dávalos, Raúl Galán, Luis Pellegrini, José Francisco Ortiz, Baldomero Sánchez Casado, Vicente Cosentini, Gustavo “Cuchi” Leguizamón, Francisco Ramón Díaz, José Luis Mangieri, Norberto Onofrio, Eolo Pons, Jorge Gnecco, Alejandro Barletta, Luis Pretti, Eduardo y Héctor Di Mauro, Osvaldo Juane, Ofelia Bertolotto, Delia Gómez Rubio, Carolina Álvarez Prado y Gustavo Lara Torrez.

No sólo las personas interesadas en el arte y la literatura visitan la librería de la calle Senador Pérez, también asisten personas de civil que buscan completar información para tarjar a aquellos que se dedican a actividades subversivas: escribir libros, organizar exposiciones, representar obras de títeres. Una tarde, Fidalgo encara a dos aplicados husmeadores: “¿En qué los puedo ayudar? ¿Buscan algo en especial?”.





—No, nada. Esteee... A propósito, ¿qué tal se vende? —dice uno de ellos.

El escritor contesta con un latigazo:

—Y... para lo que compran ustedes.

Los investigadores de la Policía Federal acusaron recibo del sarcasmo y se marcharon en silencio. A diferencia de ciudades más pobladas, San Salvador de Jujuy permite que sus vecinos se crucen con relativa frecuencia y, por lo tanto, varios de ellos se conocen entre sí. Este caso no es la excepción.

*Tarja* surgió para oponerse a la chatura general que vivía la cultura jujeña y duró cinco fructíferos años. Su accionar fue mal visto por funcionarios de gobiernos dictatoriales. Así fue, por ejemplo, la mirada que registró el general Villegas<sup>3</sup> (1962), quien marcó (tarjó) al colectivo jujeño como perteneciente al campo cultural de las izquierdas; entonces, el azote vino desde el poder militar.

3 El militar fue el “propulsor de la posteriormente denominada Doctrina de Seguridad Nacional, funcionario político del golpe de estado de 1962 —ministro del Interior— y redactor de las tesis que el general Juan Carlos Onganía leyó el 6 de agosto de 1964 en la V Conferencia de Ejércitos Americanos reunidos en la Escuela de West Point”. Más detalles en Kohan (1999: 26).





Esta revista es el mejor ejemplo de periodismo cultural jujeño porque – además de los argumentos expuestos– cumplió con las siguientes características que la distinguieron de otras publicaciones locales:

- Un estilo propio. A lo largo de sus dieciséis apariciones, mantuvo y creó un estilo original. Ya en el primer número se evidencia una dialéctica entre los espacios repletos de textos y los intersticios entre versos de los poemas, lo que otorga fuerza y ritmo al conjunto. La sobriedad de las páginas destinadas a relatos y comentarios contrasta con el juego de espacios, ilustraciones y titulado (que se hace patente a partir del segundo número, en la sección titulada “La Red”), recursos de un arte que hoy acaso nos resulte familiar, pero que adquiere valor si se tiene en cuenta que hablamos de una publicación que apareció hace poco más de medio siglo.
- Material original. El arte de tapa y su reverso muestran distintos grabados tomados de su taco original. Una constante de *Tarja* fue presentar material artístico de primera mano, lo que habla de un respeto por el trabajo del artista y también de un compromiso frente al lector. Casi una nota editorial.
- Sabor local. Las ilustraciones tienen una fuerte relación con el paisaje sentimental y geográfico de la región. Medardo Pantoja, Norberto Onofrio, Luis Pellegrini y





una larga lista, emplean las técnicas del grabado, la xilografía, la aguada y la tinta china. Los motivos son siempre referencias al solar jujeño: los zafreros, las espinas y las flores, el socavón, los fragores del surco tabacalero, la memoria de la piedra incaica, los ajados rostros de los promesantes.

- Compromiso social. Lejos de agotarse en lo puramente estético, los integrantes de *Tarja* jamás hicieron sus obras a espaldas de la realidad de su tiempo (periodo de proscripciones y silencios forzados, de padecimientos y desencuentros). Las notas editoriales de la revista marcan claramente la correspondencia entre lo estrictamente humano que se encuentra en lo que se denomina “una actitud social” hacia el enaltecimiento de la dignidad humana.
- Los temas tratados. Nada mejor que el pronunciamiento editorial para definir los propósitos de esta publicación: “Amplia libertad en el planteo, en la polémica y en la creación. Ya se verá quienes escuchan un clamor por eco, o quienes oyen solamente gritos de histérico entusiasmo de su familia” (editorial del número doble 9-10).





## La dignidad de la tarea cumplida

Andrés Fidalgo ha sostenido que su participación –al igual que la de los otros directores– en *Tarja* le ha permitido señalar en su libreta de jornales y vida “la marca que indica esa modesta pero digna tarea cumplida”. Esta expresión sintetiza el significado de una rica experiencia en la historia de las revistas literarias.

Al releer esta publicación, con la ventaja que nos dan los años transcurridos, podemos señalar que:

1. Ha permitido a escritores y a jóvenes intelectuales disponer de una plataforma cultural que no existía hasta ese momento. La revista generó un espacio tanto para escritores, artistas, lectores y espectadores; la casa de los Fidalgo, además, también sirvió de espacio vital imprescindible para una las primeras librerías especializadas, sala de arte y hospedaje.
2. Creo un público lector. Distintos grupos sostuvieron la continuidad del proyecto editorial. Prueba de esto es el reconocimiento inmediato que tuvo la revista en





diarios y revista de extendido alcance. Sus dieciséis números están en la Biblioteca del Congreso de Washington.

3. Esta revista, al igual que las mejores, privilegió los intereses colectivos y no las veleidades de un sector particular.
4. *Tarja* no sólo promocionó a nuevos valores literarios, sino que acompañó de manera constante su evolución.
5. La aparición de esta publicación ha significado el descubrimiento del buen diseño gráfico en Jujuy.

En resumen, *Tarja* vale como un lúcido ejemplo de lo que debe ser una publicación literaria: ha promovido a nuevos valores (o, por lo menos, distintos de los ya establecidos); rescató tradiciones olvidadas y en ese accionar demostró lo que ellas tienen de apasionante, de trascendencia y de interrogación necesaria; sirvió de campo de experimentación cultural, permitió espacios abiertos a la innovación y, cuando fue necesario, fue también un válido campo de batalla.





## Bibliografía

AA.VV. (1989), *Tarja*, volúmenes I y II. San Salvador de Jujuy, Universidad Nacional de Jujuy, reedición facsimilar.

CASTRO, Reynaldo, “Néstor Groppa, el cronista sensible”, en revista *Nexos*, n°1, San Salvador de Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy.

GROPPA, Néstor. *Abierto por balance (de la literatura en Jujuy y otras existencias)*. San Salvador de Jujuy: Buenamontaña, 1994.

KOHAN, Néstor. *La Rosa Blindada, una pasión de los '60*. Buenos Aires: La Rosa Blindada, 1999.

MANGIERI, José Luis., “Usía contra la neblina”, en AA.VV., *Octogenario, ¡las pelotas!*. San Salvador de Jujuy: edición limitada para amigos, 1999.

TIZÓN, Héctor. “*Tarja* a lo lejos”, en reedición facsimilar de *Tarja*, volumen I, Universidad Nacional de Jujuy, 1989.





VILLEGAS, Osiris G. *Guerra revolucionaria comunista*. Buenos Aires: Biblioteca del Oficial del Círculo Militar Argentino, 1969.







## Aquecimento global e efeito estufa nas páginas de *Veja*: tom de alarme e urgência nos discursos que navegam pelo binômio esperança-descrença

Ariane Pereira

Reviravolta climática. Aquecimento global. Temperaturas em elevação. Desmatamento. Geleiras derretendo. O alarme de que nas questões ambientais estamos – nós, seres humanos – conduzindo o planeta de maneira torta soou. E, depois da “Verdade Inconveniente”, de Al Gore<sup>1</sup>, o clima, o meio-ambiente e a ecologia viraram – a partir da segunda metade de 2006 e continuam até os dias de hoje – assuntos cativos na imprensa mundial e brasileira. Jornais, revistas, TVs, emissoras de rádio, sites de conteúdo não passaram sem registrar o medo de que seja tarde demais para o planeta; os vilões do aquecimento global e as saídas possíveis para esse lugar chamado Terra. Inevitável pauta. Inevitável?

Sim. Esta é/será, provavelmente, a resposta dos leitores de *Veja*, publicação semanal da Editora Abril, revista de maior circulação no país. Porém, esta afirmação, que também é minha enquanto leitora, inicialmente, é baseada apenas na percepção visual, nos registros da memória. Percepção e memória que, também, permitiriam

---

1 “Gore se transformou num pregador incansável em favor da salvação do planeta por meio de investimentos em novas tecnologias e modelos de negócios. Nos últimos anos, ele já fez mais de 1 000 palestras em empresas e universidades, discursando sobre as consequências das mudanças climáticas e o que pode ser feito para combatê-las. Há três semanas, estreou nos cinemas americanos o documentário *Aquecimento Global, uma Verdade Inconveniente*” - *Veja*, 21/06/2006





afirmar que as matérias/reportagens publicadas por *Veja* sobre o tema apresentam uma visão pessimista em relação ao aquecimento global e à possibilidade de reverter o “caos” ambiental que vivemos contemporaneamente.

Percepções de leitora da revista que levaram a inquietações na analista do discurso. Como *Veja* abordava a temática antes de 2006? A “visão” da revista acerca dos problemas ambientais permaneceu a mesma após a “Verdade Inconveniente” ou passou por transformações? Ao longo dos últimos anos, entre 2006 e 2008, a revista mantém o mesmo discurso, o do “caos ambiental”?

Tais questionamentos orientaram este trabalho de pesquisa. Assim, num primeiro momento, foram “dissecados” os exemplares de *Veja* publicados entre janeiro de 2003 e dezembro de 2005 e no período compreendido entre janeiro de 2006 e dezembro de 2008 tendo como objetivo levantar as reportagens sobre o tema com chamada de capa – não levando em consideração se principal, ou secundária. Observação que apontou que nos últimos três anos (2006, 2007 e 2008), o aquecimento global e/ou o efeito estufa estiveram presentes na capa de *Veja* cinco vezes, nas edições de:

- 21 de junho de 2006: **Aquecimento Global: Os sinais do apocalipse** – O degelo dos pólos nunca foi tão violento – Ciclones agora açoitam o Brasil – Os desertos avançam mais rapidamente – O nível dos oceanos ameaça cidades (chamada principal);
- 30 de dezembro de 2006: **Alerta Global – 7 megassoluções para o megaproblema ambiental** (chamada principal);



- 
- 11 de abril de 2007: **O alerta dos pólos** – *Veja* foi ao Artico e à Antártica e encontrou cientistas alarmados com o ritmo do derretimento do gelo polar (chamada principal);
  - 24 de outubro de 2007: **Salvar a Terra: como essa idéia triunfou** - Militância ecológica: dos “verdes” aos radicais do “planeta sem gente” - O que pensam os poucos (e honestos) cientistas céticos (chamada principal);
  - 07 de maio de 2008: **Em 50 perguntas e respostas, tudo sobre o aquecimento global** (chamada secundária).

Nos três anos imediatamente anteriores (2005, 2004 e 2003), o assunto meio ambiente foi destaque em apenas uma capa da revista:

- 12 de outubro de 2005: **A terra no limite** – Já estamos arrancando do planeta mais do que ele pode dar – O contra-ataque da natureza: novos vírus e epidemias – O ciclo vital da floresta amazônica começa a se romper (chamada principal).

Esse levantamento quantitativo inicial permite que seja satisfeitas uma das inquietações primeiras. A temática ambiental passou a figurar nas capas de *Veja* – ou seja, ganhou destaque entre as tantas outras editoriais enfocadas pela revista - a partir de meados desta década.

Assim, terminado este “situar” *do corpus*, convido você, leitor, a percorrer a trilha teórica e, concomitantemente – já que a Análise do Discurso é feita de batimentos teoria-análise – a se aventurar pela vereda da análise.

Um dos conceitos chave da Análise do Discurso de linha francesa é o referente às Formações Imaginárias que, segundo Pêcheux, não são os sujeitos físicos, mas as





imagens que o locutor/enunciador e o interlocutor formam de si, do outro e, também, do que estão falando:

O que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si a ao outro, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro. Se assim ocorre, existem nos mecanismos de qualquer formação social regras de projeção, que estabelecem as relações entre as situações (objetivamente definíveis) e as posições (representações dessas situações). (PECHEUX, 2001, p.82).

As formações imaginárias podem ser evidenciadas, de acordo com a proposta de Pêcheux, a partir de quatro questões – duas referentes às imagens de A (o sujeito produtor do discurso) e duas referentes às imagens de B (o sujeito receptor desse mesmo discurso):

IA(A) (imagem do lugar de A para o sujeito colocado em A):

“Quem sou eu para eu lhe falar assim?”

IA(B) (imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A):

“Quem é ele para que eu lhe fale assim?”

IB(B) (imagem do lugar de B para o sujeito colocado em B):

“Quem sou eu para que ele me fale assim?”

IB(A) (imagem do lugar de A para o sujeito colocado em B):

“Quem é ele para que me fale assim?” (PECHEUX, 2001, p.83)





Assim, as posições sociais ocupadas pelo sujeito produtor do discurso e pelo sujeito receptor desse mesmo discurso são constitutivas do dizer. Afinal, são “essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições do sujeito no discurso. Essa é a distinção entre lugar e posição” (ORLANDI, 2003, p.40).

Esse conceito de formações imaginárias foi desenvolvido por Michel Pêcheux a partir do conceito lacaniano de imaginário. Dessa maneira, as formações imaginárias sempre são resultados, também, de processos discursivos anteriores e, assim, se manifestam, discursivamente, através das relações de força, de sentido e da antecipação.

Esse último mecanismo trata da capacidade do locutor se colocar no lugar do outro para, assim, poder dizer “de um modo, ou de outro, segundo o efeito que pensa produzir em seu ouvinte” (ORLANDI, 2003, p.39). Ou seja, o sujeito recorre à antecipação para estabelecer suas estratégias discursivas. Dessa maneira, se antecipar significa, segundo Pêcheux, dirigir o processo argumentativo:

A antecipação de B por A depende da “distância que A supõe entre A e B: encontram-se assim formalmente diferenciados os discursos em que se trata para o orador de *transformar o ouvinte* (tentativa de persuasão, por exemplo) e aqueles em que o *orador e seu ouvinte se identificam* fenômeno de cumplicidade cultural, “pisar de olhos” manifestando acordo etc.) (PECHEUX, 2001, p.85, grifos do autor)





Para a AD, o lugar de onde fala o sujeito é constitutivo de seu dizer. Assim, essas posições determinam as relações de força de um discurso. “Como nossa sociedade é constituída de relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na ‘comunicação’” (ORLANDI, 2003, p.40).

Já a relação de sentidos pressupõe que um discurso sempre aponta para outros – já-ditos ou ainda por dizer. Nas palavras de Orlandi, “um dizer tem relação com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis” (ORLANDI, 2003, p.39).

Assim, segundo a AD, todo o discurso é um jogo de imagens: dos dizeres com os ditos que os sustentam; dos sujeitos com os lugares por eles ocupados na sociedade; e dos sujeitos (dos discursos) com eles mesmos. Jogo esse presente, como não poderia deixar de ser, no discurso “pró-verde” de *Veja* que vai do alarmismo do “caos ambiental”, do “apocalipse já”, à esperança de que a salvação do planeta triunfará. Assim, os gestos de leitura do *corpus* apontam para as seguintes imagens:

IB(B) (“quem sou eu para que ele me fale assim?”) = Imagem do lugar do leitor da revista *Veja* (para os próprios leitores da publicação) = Brasileiro(s) preocupado(s) em estar bem informado(s) e não apenas isso, leitor(es) que busca(m) informação acompanhada de análise e, também, opinião sobre assuntos relevantes, que repercutam na própria vida, na família, nos negócios, no Brasil e no mundo. E se a questão ambiental preocupa, contemporaneamente, ao mundo, também o interessa.





IB(A) (“quem é ele para que me fale assim?”) = Imagem do lugar da revista *Veja* (para quem se coloca como leitor da publicação) = *Veja* é uma revista publicada pela Editora Abril há 40 anos e que, semana a semana, mostra responsabilidade em suas matérias e que, através do jornalismo investigativo e isento que brada exercer, conquistou a credibilidade dos leitores se consolidando como a revista semanal de informação mais lida no país. Dessa maneira, eu, leitor, a autorizo a me informar nas questões políticas, econômicas e, também, a me alertar sobre o “caos climático”.

IB(B) e IB(A) possibilitam que a revista ocupe o lugar/posição que a publicação imagina ter e que constituem seu dizer. Discurso esse mais forte (relação de forças) por ser digno de credibilidade, por ter conquistado a preferência dos leitores, por estes recorrerem a ela quando querem informação objetiva e análise isenta. E, por saber disso, que é tomada como “voz da verdade” pelos leitores, *Veja* busca, incessantemente, se “antecipar” e publicar assuntos de interesse primeiro dos brasileiros, ou melhor, daqueles que assinam a publicação ou compram as edições nas bancas.

Assim, a partir de 2006, inevitavelmente, o aquecimento global está em pauta pelo tema estar no centro de todas as discussões midiáticas e/ou cotidianas. Por isso, os sentidos dos discursos de *Veja* (relação de sentidos), nos últimos três anos, apontam para a onda verde de dizeres já proferidos ou ainda por dizer depois do alerta de





*Uma verdade inconveniente*, documentário do ex-vice-presidente norte-americano Al Gore. Porém, mantendo a proposta da revista de antecipar os assuntos, as pautas, as discussões nacionais e mundiais, o efeito estufa e o aquecimento global já estavam nas páginas da publicação e com chamada de capa (já que são essas as reportagens que este estudo se propõe analisar) desde o ano anterior, 2005. Antecipação essa que a própria revista faz questão de ressaltar em suas páginas. Dessa forma, na edição de 12 de outubro de 2005, que traz como chamada de capa “A Terra no limite”, o texto da reportagem reafirma esse “espírito de vanguarda informativa” de *Veja*, aos seus próprios olhos:

A reportagem “A cegueira das civilizações” (7 de setembro) discutiu o risco de a humanidade estar repetindo o erro de sociedades do passado que entraram em colapso porque não evitaram a destruição ambiental causada por elas próprias. Em “Seis provas do aquecimento global” (21 de setembro), VEJA demonstrou que a mudança climática da Terra, acelerada pelo homem, é um fenômeno real e que seus efeitos não podem mais ser ignorados. ? hora de rever a forma como os recursos naturais são explorados. (Veja, 12/10/2005)

Dessa forma, voltando às imagens presentes nos discursos de acordo com Pêcheux, a análise dos textos publicados com chamada – principal ou secundária –





de capa (listagem completa acima) sobre o tema meio ambiente pela revista *Veja* nas edições de 2006, 2007 e 2008 apontam para as seguintes formações imaginárias:

IA(A) (“quem sou eu para falar assim?”) = Imagem do lugar da revista *Veja* (para os repórteres, editores, colunistas da revista *Veja*) = A luz vermelha do aquecimento global e suas conseqüências acendeu na redação de *Veja* e, nós, que fazemos a revista, temos a obrigação de fazer a nossa parte que é alertar você que, como nós (e por nós), é bem informado, assume as próprias responsabilidades, tem visão de curto, médio e longo prazo. (Aqui, cabe ressaltar que *Veja* é um veículo jornalístico que segue os preceitos da imparcialidade, neutralidade e objetividade. Assim, seus textos são em terceira pessoa, mostram os “dois lados” como maneira de se mostrar isento. Isso significa que esse recado, o de que tem a obrigação de informar, não é dado de maneira direta: “atenção amigo leitor” ou “estamos preocupados, portanto, há motivo para que você se preocupe também, e sim a partir da escolha dos temas abordados, da recorrência destes e da maneira, o tom com que as informações são passadas pelas reportagens que é de alarme, de urgência.)

IA(B) (Quem sou eu para lhe falar assim?”) = Imagem do lugar dos leitores da revista (para os repórteres, editores, colaboradores, ou seja, para a revista *Veja*) = *Veja* é a revista de maior circulação no país, sucesso de vendas alcançado graças ao trabalho ético, isento, investigativo. Fatores que são os responsáveis pela conquista da credibilidade que a publicação goza. E se o discurso de *Veja* é o discurso da verdade





mais uma vez nossa palavra deve ser tomada como realista. Isto significa que se você leitor adquiriu a revista é porque confia na publicação, portanto, acredite: o planeta passa por um momento de caos ambiental provocado pelo próprio homem, reverter o quadro é impossível, mas temos o dever de agir para que a situação não se agrave ainda mais.

As imagens que a revista forma dela mesma e de seus leitores, em relação ao “caos ambiental”, ou melhor, do que a publicação imagina que seus leitores esperam dela, se mesclam, mesmo se confundem. Assim, os exemplos abaixo são ilustrativos de IA(B) mas, ao mesmo tempo, possibilitam formar IA(A):

- 1) “Aquecimento Global – Os sinais do apocalipse” - *Veja*, 21/06/2006
- 2) “Já começou a catástrofe causada pelo aquecimento global, que se esperava para daqui a trinta ou quarenta anos. A ciência não sabe como reverter seus efeitos. A saída para a geração que quase destruiu a espaçonave Terra é adaptar-se a furacões, secas, inundações e incêndios florestais” - *Veja*, 21/06/2006
- 3) “O entendimento sobre o fato de que ‘somos parte do equilíbrio natural’ pode nos ser útil diante de uma catástrofe global iminente provocada pelo aquecimento global” - *Veja*, 21/06/2006
- 4) “Como uma praga apocalíptica, as mudanças climáticas já semeiam furacões, incêndios florestais, enchentes e secas com tal intensidade que ninguém mais pode





se considerar a salvo de ser diretamente atingido por suas conseqüências” - *Veja*, 21/06/2006

5) “Até os mais céticos comungam agora da idéia apavorante de que a crise ambiental é real e seus efeitos, imediatos. O que divide os especialistas não é mais se o aquecimento global se abaterá sobre a natureza daqui a vinte ou trinta anos, mas como se pode escapar da armadilha que criamos para nós mesmos nesta esfera azul, pálida e frágil, que ocupa a terceira órbita em torno do Sol – a única, em todo o sistema, que fornece luz e calor nas proporções corretas para a manutenção da vida baseada no carbono, ou seja, nós, os bichos e as plantas” - *Veja*, 21/06/2006

6) “Irreversível? Muitos cientistas começam a acreditar que as mudanças climáticas chegaram a um ponto de não-retorno” - *Veja*, 21/06/2006

7) “O impacto do aquecimento global pode ser percebido em toda parte, mas não há nada mais explícito que a redução das geleiras e do Artico. Praticamente todos os glaciares da Terra estão encolhendo” - *Veja*, 21/06/2006

8) “Até os ecocéticos aceitam agora a idéia assustadora de que o tempo disponível para evitar a catástrofe global está perigosamente curto. Não há mesmo como ignorar o problema. Como uma praga apocalíptica, as mudanças climáticas já afetam o cotidiano de bilhões de pessoas de forma impossível de ser ignorada” - *Veja*, 30/12/2006

9) “O que se ouve nos pólos agora é, infelizmente, um grito agônico” - *Veja*, 11/04/2007

10) “O desastre já começou” - *Veja*, 11/04/2007



- 
- 11) “Dela (a hidróloga alemã Julia Boike, do Instituto Alfred Wegener para Pesquisa Polar e Marinha, na Alemanha) se ouve uma confissão alarmante: ‘Há tantas transformações ocorrendo ao mesmo tempo no Artico que nós, cientistas, mal temos tempo de registrar e estudar’” – *Veja*, 11/04/2007
  - 12) “O planeta tem pressa. Até mesmo os mais incrédulos já concordam: a temperatura da Terra está subindo e a maior parte do problema é provocada por ações do homem” - *Veja*, 07/05/2008
  - 13) “Alguns limites já foram até ultrapassados. Não se pode esperar mais cinco ou dez anos para começar a agir vigorosamente” - *Veja*, 07/05/2008
  - 14) “E preciso agir agora” - *Veja*, 07/05/2008

O caráter de urgência é recorrente, bem como o tom alarmista de que este é um momento de caos ambiental que deverá se prolongar por toda a existência humana já que reverter o efeito estufa e quadro atual de aquecimento global, “mesmo para os cientistas mais céticos”, é improvável. Discurso este que teve início ainda em 2005, na edição de 12 de outubro, como já dito acima, quando a revista teve como manchete principal: “A Terra no limite!”. Esta “antecipação” da agenda *setting*, ou seja das discussões colocadas em pauta pela imprensa e que continuam e ganham corpo nos debates cotidianos, evidencia a imagem que *Veja* faz de si – a de revista preocupada com os problemas contemporâneos, de publicação com “espírito de vanguarda informativa”. Assim, as imagens presentes nas reportagens publicadas entre janeiro





de 2006 e dezembro de 2009 são reforçadas pelos exemplos abaixo desta edição de 2005 que teve o meio ambiente como capa:

A) “Wilson está entre os cientistas de vulto que clamam insistentemente pela atenção da humanidade para o perigo real e cada vez mais imediato para a sobrevivência de nós mesmos, que podemos ser arrastados num paroxismo de autodestruição” - *Veja*, 12/10/2005

B) “os efeitos incontornáveis do aquecimento global podem ser amenizados, na melhor das hipóteses, ou agravados em proporções dantescas, na pior” - *Veja*, 12/10/2005

C) “A vida começou na Terra há cerca de 3,5 bilhões de anos e ainda há 6 bilhões pela frente antes que o sol incinere a Terra. Cerca de 60 bilhões de seres humanos já viveram antes de nós. Seria demais deixar um desaparecimento catastrófico acontecer justo no nosso turno” - *Veja*, 12/10/2005

D) “Perigo real e imeditato – Para onde vamos com nossas agressõesao planeta? O pessimismo da resposta varia, mas há um consenso: a hora de agir é já” - *Veja*, 12/10/2005

Os dois últimos exemplos acima, A e B, bem como os de número 13 e 14 pedem/conclamam atitudes verdes, em prol do planeta. Porém, mesmo nesses casos e até nos que tem, aparentemente, tom de esperança – como a chamada de capa “Salvar a Terra: como essa idéia triunfou – Militância ecológica: dos “verdes” aos





radicais do “planeta sem gente”, de 24 de outubro de 2007 – o que prevalece, na verdade, mais uma vez, é a desesperança, o caos climático e seus efeitos irremediáveis. E como se *Veja* dissesse a seus leitores: “Façam! E preciso fazer! E dever de todo cidadão, principalmente dos vanguardistas e conscientes leitores de *Veja*. Porém, nosso esforço será em vão. Já é tarde demais para a Terra, já não há mais tempo para os seres humanos”.

Assim, a mesma reportagem que apresenta a preocupação dos cidadãos em reverter o efeito estufa e o aquecimento global – “a realidade do aquecimento global criou uma preocupação com o ambiente como nunca se viu: todo mundo quer fazer sua parte para salvar o planeta – *Veja*, 24/10/2007 – , questiona as conseqüências destes...

Em que planeta vivemos? Se for no planeta Al Gore, estamos em apuros. Um brasileiro que nasça hoje chegará à idade adulta em um mundo hostil e diferente, no qual restarão raros ursos-polares fora do zoológico e se poderá navegar pelas ruas do Recife, submersas pela elevação do nível do mar. Seus netos viverão num ambiente pestilento, com surtos de malária, dengue e febre amarela decorrentes do clima mais quente. Na Amazônia, com temperaturas 8 graus mais altas que as atuais, a floresta se transformaria em cerrado e estaria sujeita a incêndios de dimensões bíblicas. O que se chama aqui de planeta Al Gore é aquele que o político americano descreveu em seu documentário *Uma Verdade Inconveniente*, cuja dramaticidade lhe rendeu dois dos





prêmios mais cobiçados que existem. O primeiro foi o Oscar, entregue em fevereiro. O segundo é o Nobel da Paz de 2007, que ele receberá no dia 10 de dezembro em Oslo, ao lado do indiano Rajendra Pachauri, presidente do Painel Intergovernamental Sobre Mudanças Climáticas das Nações Unidas (IPCC). Mas será que a Terra só tem como futuro se transformar no planeta Al Gore? Talvez não. - *Veja* 24/10/2007

...também discursiviza a “falta de coração” dos cientistas ditos “céticos” que mostram-se contrários às hipóteses do IPCC e de Al Gore:

os ursos-polares estão realmente ameaçados. Um estudo prevê que, devido à retração da camada gelada do Artico, a população desses animais magníficos estará reduzida a um terço da atual em 2050. O dar de ombros de alguns céticos, sob o argumento de que a extinção de espécies faz parte do ciclo natural da natureza, só nos enche de horror (*Veja*, 24/10/2007).

O binômio esperança-descrença e o convite a agir, ao mesmo tempo em que é feito, é desmotivado. Assim, a publicação que engrandece quem busca fazer e não esperar...

a) “A realidade do aquecimento global criou uma preocupação com o ambiente como nunca se viu: todo mundo quer fazer sua parte para salvar o planeta” - *Veja*, 24/10/2007





b) “Hoje é cada vez maior o número de pessoas dispostas a empreender ações individuais de combate ao aquecimento global” – *Veja*, 11/04/2007

...ao mesmo tempo, desacredita as ações individuais:

c) “Campanhas de ONGs e ambientalistas propõem que cada pessoa faça sua parte, como deixar o carro na garagem alguns dias por semana. São atitudes louváveis, mas de pouco efeito prático” – *Veja*, 21/06/2006

d) “Ações individuais em favor da preservação ambiental têm impacto praticamente nulo nos problemas que pretendem combater, sobretudo no caso do aumento do efeito estufa. Em geral, sua principal utilidade é tranquilizar a consciência de quem as pratica. De qualquer maneira, a disseminação do engajamento verde serve para pressionar os governos a tomar as medidas realmente eficazes para salvar a Terra” - *Veja*, 11/04/2007

e) “Diante desse quadro sombrio, ganha impulso entre cientistas e políticos a idéia de que ações pontuais, por mais bem-intencionadas, podem não ser suficientes para estancar o aquecimento gradual da Terra. Por sua magnitude, problemas globais exigem soluções também globais. Ou seja, intervir nos processos que causam o aquecimento do planeta é uma tarefa demasiadamente complexa para ser resolvida com o esforço individual” – *Veja*, 30/12/2006





O discurso pró-causa ambiental de *Veja* embora, num primeiro olhar, transpareça se transformar ao longo das edições – do caos total, da falta de perspectivas para a esperança de que ainda é possível reverter os possíveis efeitos do aquecimento global – na verdade, ao longo dos últimos anos manteve-se o mesmo. Isto é, como evidenciam os gestos de leitura: “Sinais do apocalipse!” (21/06/2006): “A terra no limite! Já estamos arrancando do planeta mais do que ele pode dar” (edição 12/10/2005). Por isso, apresentamos “7 megassoluções para o megaproblema ambiental” (30/12/2006). Soluções que não passam por “ações pontuais, por mais bem-intencionadas” (30/12/2006), mas, de qualquer maneira, “a disseminação do engajamento verde serve para pressionar os governos a tomar as medidas realmente eficazes para salvar a Terra” (11/04/2007). E é esse o papel de *Veja* que tem como auto-imagem a de uma publicação com “espírito de vanguarda informativo”, também nas questões ambientais.

### Referências

GREGOLIN, Maria do Rosário. O papel da imagem e da memória na escrita jornalística da história do tempo presente. In: \_\_\_\_\_. *Discurso e Mídia* – a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003. 95-110p.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de Discurso* – Princípios e Procedimentos. 5.ed. Campinas: Pontes, 2003





PECHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs.). *Por uma Análise Automática do Discurso* – Uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 3.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2001. p.61-162





**Imprensa Feminina e representações sociais:  
a mulher na revista *Grande Hotel***

Níncia Cecília Borges Teixeira

*A linguagem diz as coisas e a imprensa feminina diz a mulher.*

Dulcília Buitoni

Os meios de comunicação agem como ferramentas de representação social, ou seja, através da análise de determinado jornal ou revista de qualquer época podemos ter uma idéia geral de como se comporta uma sociedade naquele período. Neles estão presentes seus costumes, sua ideologia, seus hábitos, forma de vida e costumes.

Dentro dessa perspectiva, as revistas femininas são importantes fontes de pesquisa para quem quer estudar a evolução da mulher dentro da sociedade. Essas revistas agem como espelhos do comportamento feminino e também como incentivadoras de mudanças de comportamento. Deve-se considerar que os meios de comunicação trabalham com uma representação, com uma visão do mundo que pode ou não corresponder à realidade.





As revistas femininas sempre ocuparam um importante papel na vida de suas leitoras. Fazem as vezes de amigas conselheiras e confidentes. Nas páginas destas revistas, é possível perceber representações de feminino e masculino que retratam uma época, os modos de comportamento considerados válidos e legítimos para a parcela alfabetizada e de classe média da sociedade brasileira daquele momento, impressos nas páginas de uma revista.

Por meio da associação entre imaginário e social, as sociedades traçam identidades e estrutura representações através de símbolos, imagens, ideologias, mitos e rituais. Na construção desse imaginário, são oferecidas e modeladas as condutas esperadas, bem como os estereótipos, já que nessas relações existem articulações de poder, sendo o domínio do imaginário um importante lugar estratégico. As revistas femininas, em geral, muito contribuíram para instituírem ideais de beleza e conduta, oferecendo modelos de comportamentos, tanto masculinos quanto femininos. Para Roger Chartier (1990, p.20), o conceito de representação deve ser entendido como um “[...] instrumento de um conhecimento mediador que faz ver um objeto ausente através da substituição por uma imagem capaz de o reconstituir em memória e de o figurar como ele é”.

*Grande Hotel* esta inserida nas revistas classificadas como imprensa sentimental que segundo Edgard Morin (2003), permanece em parte no nível melodramático projetivo do cinema antigo romance popular, enquanto a imprensa feminina bovarysta (Revista Claudia, Nova) está orientada não só para o imaginário realista, mas para a





práxis feminina (conselhos de beleza, de higiene, de moda, etc). Os conselhos práticos principalmente o correio sentimental são pequenos burgueses: o interesse do lar, das crianças ou dos pais sobrepõe o amor e os conselhos domésticos.

A revista também dava dicas para as mulheres preservarem o seu casamento e de como ter uma união feliz. Também anunciava novas tecnologias que permitiam que as donas de casa tivessem mais tempo de cuidar da aparência para agradar os ‘maridos’.

Em meio a tantas mudanças, cabe questionar qual era a postura feminina esperada pela sociedade? De que forma e até que ponto as revistas femininas, por meio de seus conteúdos, contribuíam para o consenso social de um modelo feminino de classe média urbana? Que imaginários a revista *Grande Hotel* construiu?

### **Jornalismo ou entretenimento?**

Muito se discute sobre os parâmetros utilizados para que um gênero seja ou não considerado jornalismo. Por isso, antes de falar da revista feminina e suas implicações dentro da sociedade, é necessário que se realize uma discussão a respeito dela enquanto gênero jornalístico. Afinal de contas, a imprensa feminina deve ou não ser considerada jornalismo?

De acordo com Dulcília Schroeder Buitoni (1990), jornalista e pesquisadora da ECA-USP, a imprensa feminina é considerada, por aqueles que nela trabalham, como jornalismo de amenidades, esclarecimento, serviço, entretenimento. Nela, ao contrário





dos jornais diários, trabalha-se com a “novidade”. São os mesmos assuntos, beleza, moda, relacionamento, casa, comportamento tratados de uma forma diferenciada, que podem ter uma relação com os fatos noticiados nos jornais, mas não são pautados por eles.

Para Elcias Lustosa (1996), jornalista e professor de jornalismo, a notícia jornalística é definida por quatro elementos essenciais: clareza, objetividade, concisão e precisão. Segundo ele a notícia é um fato que pode ser do interesse de uma maioria.

Notícia é o relato de um fenômeno social, presumivelmente de interesse coletivo ou de um grupo expressivo de pessoas. Devemos enfatizar que a notícia não é a exata tradução da realidade, pois como já alertava Frase Bond, “notícia não é um acontecimento, ainda que assombroso, mas a narração desse acontecimento (LUSTOSA, 1996, p. 19).

Se partirmos dessa idéia, inseriremos o conceito de jornalismo especializado e, dentro dele, o jornalismo de revista. Enquanto o jornal diário escreve para uma platéia heterogênea e precisa satisfazer essa maioria, as revistas privilegiam um público específico e, por isso, por falar diretamente a um determinado grupo, produz uma sensação de proximidade com o leitor. Segundo Marília Scalzo (2004), jornalista e professora do curso de jornalismo da Editora Abril:

Não é à toa que leitores gostam de andar abraçados às suas revistas- ou de andar com elas à mostra- para que todos vejam





que eles pertencem a este ou àquele grupo. Por isso não se pode nunca esquecer: quem define o que é uma revista, antes de tudo, é o seu leitor (Scalzo, 2004, p. 12).

Além da especialização, outro fato que diferencia a revista do jornal é a validade de suas informações. O jornal trata da notícia em si, narra os fatos de forma objetiva, não se atém aos detalhes. Nele é necessária uma constante recuperação da notícia, pois mesmo que se tenha falado no assunto anteriormente, sempre existe aquele leitor que ainda não leu sobre o assunto.

Já na revista, segundo Lustosa (1996), o principal é a interpretação dos fatos. Não há a preocupação com a construção de um lide ou de se falar de forma tão objetiva.

A matéria da revista é geralmente uma reportagem descompromissada com o factual e com os acontecimentos rotineiros, objetivando muito mais uma interpretação dos fatos e a análise de suas conseqüências, pois raramente pode ou procura oferecer novidades no sentido do que é assegurado pelas emissoras de televisão, de rádio e pelos jornais (LUSTOSA, 1996, p. 104).

No âmbito das revistas femininas, essas diferenças são ainda maiores. Nelas, o factual, a notícia em si, é deixada de lado, ou serve apenas como um pretexto para se falar de determinados assuntos. Segundo Buitoni (1990), isso acontece devido ao caráter das editoriais presentes nesse tipo de veículo de comunicação, como, por





exemplo, moda, beleza, culinária, decoração. Elas podem até aceitar ligação com o factual, mas não são por ele determinadas.

Além disso, a própria linguagem utilizada nas revistas femininas é um fator de diferenciação destas em relação aos jornais impressos. Enquanto nesses os princípios adotados são os da clareza, objetividade e impessoalidade, nas revistas femininas prevalece o tom de conversa com as leitoras.

De acordo com a pesquisadora Mônica dos Santos de Souza Melo (2006), na revista feminina, o enunciador não se esconde, não se apaga atrás da notícia, como apregoam os manuais de jornalismo, pelo contrário, ele faz questão de se mostrar como um amigo íntimo da leitora, que quer e pode ajudá-la a resolver seus problemas. Para criar essa sensação de proximidade, as revistas utilizam a linguagem coloquial, empregando gírias e estrangeirismos, bordões, metáforas e outros recursos da linguagem. O uso do pronome pessoal “você” e os verbos, na forma imperativa, fazem com que a leitora sinta-se recebendo conselhos ou conversando com uma velha amiga.

Para a pesquisadora Viviane Herbele (2006), as revistas femininas dispõem de algumas técnicas para simular essa proximidade com a leitora, tratando-a como uma irmã mais velha ou como amiga experiente. Para isso elas utilizam-se, além de um léxico informal, narrativas confessionais, em primeira pessoa.

As revistas, tanto as femininas quanto outras especializadas, servem também como forma de entretenimento. Segundo Scalzo (2004), estudando a histórias das revistas pode-se perceber que sua primeira vocação não era a notícia, mas sim o





entretenimento e a educação. Por isso, a autora considera a tensão entre jornalismo e entretenimento, dentro do meio revista, sem sentido. “Há espaço para as duas coisas, desde que se perceba, é claro, os limites e possibilidades de cada área, sem querer misturar uma com a outra” (SCALZO, 2004, p. 52).

Buitoni (1990) assevera que as revistas femininas podem ser classificadas como jornalismo de serviço, pois trazem informações que têm uma ligação direta com a vida da leitora, falam sobre assuntos que afetam a vida dela no cotidiano. O jornalismo de serviço é marcado nas revistas femininas por suas tradicionais editoriais, moda, beleza, comportamento, culinária, decoração, etiqueta, que trazem informações relacionadas à vida das leitoras, formas de facilitar seu dia-a-dia.

Por isso, podemos afirmar que, apesar de não trazerem notícias propriamente ditas, as revistas femininas podem ser consideradas jornalismo. Apesar de não conterem informações na forma clássica, elas trazem informações que influenciam o comportamento de seu público diretamente. Misturadas ao entretenimento e falando com um público direcionado e específico, essas informações são repassadas de forma leve e direta, através de uma linguagem peculiar.

### **Escrever para mulheres: na linha do tempo**

A primeira revista feminina de que se tem notícia surgiu na Inglaterra, em 1693. Lady's Mercury (Mercúrio das Senhoras) trazia pauta variada e, mais tarde, foi copiada por todo o mundo. Nessa época, as revistas desse estilo traziam uma fórmula





editorial voltada aos afazeres domésticos, às novidades da moda, algumas traziam até moldes de roupas e bordados, grande novidade que se popularizou e teve grande importância na homogeneização das vestimentas e diminuição das diferenças entre a classe operária e burguesa entre os séculos XIX e XX.

No Brasil, a pioneira foi a carioca *O Espelho Diamantino*, periódico de política, literatura, belas artes, teatro e modas dedicado às senhoras brasileiras, que trazia textos didáticos e leves sobre política nacional e internacional, trechos de romances estrangeiros, críticas de literatura, música e artes, notícias sobre moda, além de crônicas e anedotas. Segundo Scalzo (2004), as revistas femininas foram aparecendo no Brasil aos poucos, a maioria delas escritas por homens. Também existiram as escritas por feministas preocupadas com sua condição social, mas foram poucas e tiveram vida curta. Atualmente, o mercado editorial feminino ocupa o segundo lugar na venda de revistas, perdendo apenas para as revistas de informações.

Um fator importante que merece destaque é a diferença entre imprensa feminina e feminista. Segundo Buitoni (1990), a imprensa feminina é aquela escrita para o público feminino, já a feminista, embora seja voltada para o mesmo público, difere-se por se basear na defesa dos direitos das mulheres.

Na década de 50, surge uma novidade que fez grande sucesso por muito tempo: as fotonovelas, histórias recheadas de romantismo que encantavam as leitoras. Nessa época, as revistas reproduziam os modelos sociais, não tentavam mudar a condição da mulher. Foi apenas a partir de 1963 que o jornalismo feminino começou





a mudar no Brasil e essa mudança se deve à jornalista e psicóloga Carmen da Silva, colunista da revista *Cláudia*. Sua coluna “A arte de ser mulher” quebrou tabus tratando de assuntos que eram silenciados, como machismo, solidão, trabalho, alienação, sexo.

### **A representação da mulher nos meios de comunicação**

Os meios de comunicação atuam como veículos de representação social. Segundo João Carlos Cattelan, uma representação social é um conhecimento social, constituído por uma forma de ler o mundo. É a forma com que um objeto é visto por sujeitos sócio-históricos, é a concepção de sujeitos que se posicionam frente a outros, que representam e são representados de maneira diferente.

Para Chartier (1990, p. 25), “[...] práticas e representações pressupõem usos e funções diferenciais dos mesmos objetos, leituras plurais de indivíduos, grupos e da sociedade sobre os mesmos fenômenos e os variados argumentos possíveis”. Para ele, o conceito de representação permite designar realidades essenciais: em primeiro lugar, as representações coletivas que incorporam nos indivíduos as divisões de mundo (as classificações) e que organizam os esquemas de percepção e avaliação, a partir dos quais se orientam o julgamento e a ação. A seguir, também, designam-se as formas de exibição do ser social ou do poder político, tais como se dão a ver pela imagem, pelo rito, pela estilização da vida, por sinais, pela arte.

Assim, as imagens apresentam ou reapresentam (na modalidade do tempo), ou substituem (na modalidade do espaço), as situações de interação entre os indivíduos





e as relações que as articulam às determinações longínquas, às vezes invisíveis, que tornam possível sua realização. Recuperar as imagens produzidas pela mídia, buscar traços e gestos esquecidos, marcas perdidas, significa reconstituir as representações dessa sociedade.

Por meio da representação, fundam-se os paradigmas do espaço, do tempo, da compreensão da matéria, do signo, da representação, das linguagens, do discurso e do conhecimento. A representação é uma forma de se fazer apresentar o objeto da materialidade crua do mundo, para inseri-lo na trama do signo, da palavra e, assim, outra vez apresentá-lo. A representação é da ordem do signífico ou simbólico, do real possível e do imaginário.

A representação envolve uma relação ambígua entre ausência e presença. Ela é a presentificação de um ausente, que dá a ver uma imagem mental ou visual e, por sua vez, suporta uma imagem discursiva. Ela, pois, enuncia um outro distante no espaço e no tempo, estabelecendo uma relação de correspondência entre ser ausente e ser presente que se distancia do mimetismo puro e simples. Ou seja, as representações do mundo social não são o reflexo do real, nem a ele se opõem de forma antitética, numa contraposição comum entre imaginário e realidade concreta.

Ocorre, no ato de tornar presente, a construção de um sentido ou de uma cadeia de significações que permite a identificação. Representar, portanto, tem o caráter de anunciar, “pôr-se no lugar de”, estabelecendo uma semelhança que permita a identificação e reconhecimento do representante com o representado. Por outro





lado, as representações do mundo social não se medem por critérios de veracidade ou autenticidade, e sim pela capacidade de mobilização que proporcionam ou pela credibilidade que oferecem.

Pode-se dizer que o discurso que emana da mídia comporta, também, a preocupação com a verossimilhança. Esse discurso não seria, pois, o avesso do real, mas outra forma de captá-lo, em que os limites de criação e fantasia são mais amplos que aqueles permitidos ao historiador, por exemplo. Uma representação social é, então, uma visão do mundo. Levando em consideração que os meios de comunicação trabalham com representações, a realidade presente neles é apenas uma versão do real, feita a partir de um ponto de vista dentro da sociedade. Por isso, não podemos considerar, por exemplo, que a mulher representada na revista *Nova* corresponda exatamente ao perfil de suas leitoras.

Para Swain,

A televisão, as novelas, os romances, as revistas em quadrinhos, as revistas em geral, os jornais, a internet, etc., em seu espaço de recepção e interação, veiculam representações sobre as mulheres, os homens, a sociedade. Imagens e textos compõem um mosaico que integra a maneira de se perceber o mundo e o desenho de sua positividade (SWAIN, 2001.)

Ao representar a figura feminina, constrói-se, projeta-se e estabiliza-se a identidade social, em processos definidos histórica e culturalmente. As práticas sociais de representação vigentes de uma certa época se cristalizam em formas textuais. É





possível associar as representações às ordens de discurso a que estão genealogicamente relacionadas e, também, a outros discursos que circulam na sociedade. As práticas discursivas, além de sua dimensão constitutiva na construção social da realidade, constituem também ação social.

O ato de representar reconstrói e reinterpreta o mundo e, por meio do trabalho de substituição do real pela imagem posta, ser representado é sempre mediatizado pelo discurso que o constrói, muitas vezes a realidade da coisa confunde-se com a deformação figurada desta realidade, no sentido de desfazer o baralhamento entre causas e efeitos.

### **Mulheres na linha do tempo: uma história**

Ao analisar a história da humanidade, podemos perceber que as mulheres sempre ficaram em segundo plano. Quando se trata do relato da história, elas dificilmente aparecem. Foi somente a partir da década de setenta, junto com a eclosão dos movimentos feministas por todo o mundo, que alguns estudiosos começaram a perceber que as mulheres não apareciam nos estudos históricos. Iniciaram-se, então, correntes que procuraram recuperar a história da mulher dentro da sociedade. Mais tarde, esses estudos começaram a percorrer outras áreas das ciências humanas, como a literatura, por exemplo.

A história das mulheres mudou. Em seus objetos, em seus pontos de vista. Partiu de uma história do corpo e dos papéis





desempenhados na vida privada para chegar a uma história das mulheres no espaço público da cidade, do trabalho, da política, da guerra, da criação. Partiu de uma história das mulheres vítimas para chegar a uma história das mulheres ativas, nas múltiplas interações que provocam a mudança (PERROT, 2007, p. 15).

A partir disso, foi possível perceber que papel da mulher, durante muito tempo, foi voltado apenas ao ambiente privado. Eram mães, esposas, filhas, que tinham sua importância relegada ao último plano. Cria-se, então, a imagem da mulher em dois opostos extremos, ao mesmo tempo em que são submissas, podem ser perigosas, pois qualquer ato mais ousado é uma forma de desafiar a ordem estabelecida dentro da sociedade patriarcal. Isso fica claro principalmente nas representações que a literatura faz das mulheres através dos séculos.

A história da literatura traz imagens contraditórias como as da Nossa Senhora, da mulher idealizada, da bruxa, da jovem inocente, da sedutora, da mãe dedicada ou da femme fatale. A diversidade das imagens estereotípicas, porém, se junta numa estrutura dualista: elas dividem o feminino numa forma idealizada e demoníaca. Até há pouco tempo atrás, a maioria das mulheres recebia uma educação voltada apenas para os afazeres domésticos, não tendo acesso à cultura e às informações. Não tinham direito ao voto e não podiam trabalhar fora de casa. Além disso, era preciso que se mantivesse casta, para isso sendo vigiada durante a vida toda, primeiramente pelo pai, e, mais tarde, pelo marido, na falta deste, pelos filhos. (REISNER, 1999)





A grande mudança veio com as I e II Guerra Mundial, com os maridos nas frentes de batalha, as mulheres precisaram tomar frente aos negócios e do sustento da casa. Com a consolidação do capitalismo, os direitos trabalhistas das mulheres foram revistos e estas passaram a disputar os postos de trabalho, antes exclusivos dos homens. Começou então a luta pelos direitos da mulher, de igualdade trabalhista, que mais tarde acabou abrangendo também outros campos.

Surge então um movimento denominado feminismo. O feminismo, segundo Branca Moreira Alves & Jaqueline Pitanguy (1985), traduz-se por um processo que teve suas raízes fincadas no passado e se construiu no cotidiano, sem ter um ponto determinado de chegada.

O feminismo busca repensar e recriar a identidade de um sexo sob uma ótica em que o indivíduo, seja ele homem ou mulher, não tenha que adaptar-se a modelos hierarquizados, e onde as qualidades ‘femininas’ ou ‘masculinas’ sejam atributos do ser humano em sua globalidade (ALVES E PITANGUY, 1985, p. 9).

As principais bandeiras levantadas pelas primeiras feministas eram a do trabalho e a do direito ao voto, por isso, elas foram chamadas de sufragistas. Embora pregassem a liberdade feminina, essa liberdade ficava apenas no setor público. Questões como a sexualidade ficaram de fora das discussões.

No Brasil da década de setenta, os brasileiros viviam o contexto da ditadura militar. Censura, repressão às manifestações populares e a qualquer possível crítica ao





governo, faziam parte do dia-a-dia da sociedade setentista. Ao mesmo tempo, ocorria a consolidação do capitalismo, com o apoio dos militares ao investimento de capitais estrangeiros no país.

O movimento feminista da época mudava de foco. Alguns dos direitos femininos tão reivindicados já tinham sido atendidos, pelo menos na teoria. A mulher já podia votar, já tinha mais autonomia dentro das relações de trabalho e direito à educação. Isso se deu devido à abertura de novas vagas no mercado de trabalho, aumento das necessidades de consumo e das conquistas e reivindicações dos movimentos feministas internacionais. Mas a grande mudança que ainda não havia acontecido era na mente dessas mulheres. A grande luta nesse momento era contra a mentalidade tradicional, que ainda não estava acostumada com as “modernidades” femininas da época e ainda acreditava que as mulheres deviam ficar relegadas ao ambiente doméstico.

A década de 70 é considerada pelas feministas como de grandes vitórias e da chegada ao poder. As revistas femininas agiam nessa época como incentivadoras desse comportamento dito moderno. De acordo com Herbale (2004), estudos sobre revistas femininas mostram as contradições presentes em seu discurso, ora incentivam e apóiam atitudes progressistas e transgressoras das mulheres, ora sugerem restrições e punições para quem infringir as regras da sociedade.

No Brasil da década de setenta, em meio à mentalidade tradicional o país se modernizava. Novos costumes e idéias de liberdade eram apresentadas e recebidas





com curiosidade e desconfiança. A revista *Nova*, então, agia como uma incentivadora das mulheres na conquista de sua liberdade, principalmente sexual e emocional. Para Lima (2003), “[...] no torvelinho dessas mudanças, emerge, no Brasil, uma novidade no discurso dos periódicos destinados a mulheres de classe média: a otimização do trabalho fora das cercanias domésticas e o sexo prazeroso como assunto a ser tratado por elas.”

Da década de setenta até os dias atuais, muitas mudanças podem ser percebidas em relação às mulheres. Em apenas trinta anos, concretizaram-se conquistas que não foram obtidas durante séculos. A luta pela igualdade no trabalho já está estabelecida, pelo menos na teoria, há algum tempo. O número de mulheres nas universidades é cada vez maior. A luta pela liberdade sexual também não é mais uma preocupação das feministas. Ao contrário, o que preocupa as defensoras dos direitos femininos atualmente é a banalização da sexualidade feminina. Não se discute mais o direito da mulher em relação ao seu corpo, o que preocupa é a mulher ter se tornado um objeto em prol da publicidade.

Apesar da proliferação dos textos e imagens no murmúrio contínuo e inesgotável do cotidiano ocidental, a apropriação social do discurso se dá em diferentes instâncias discursivas, lugares de fala, posições de autoridade que legitimam ou excluem, delimitam ou expandem as hierarquias e os valores definidores de sentido e de lugares sociais, na Ordem do Discurso, na economia de um imaginário em que se pode detectar a hegemonia das





representações tradicionais e naturalizadas de gênero (Swain, 2001. Disponível em: [www.lettras.ufrj.br](http://www.lettras.ufrj.br)).

Atualmente, não são mais os homens ou os valores sociais que oprimem as mulheres. A opressão se dá de outras formas, como as duplas jornadas de trabalho. Mulheres e homens continuam a assumir os lugares destinados a cada um dos sexos, no qual as mulheres voltam-se para a maternidade e para casa e os homens para o público e a vida social. De acordo com Maria Inês Ghilardi- Lucena (2002), a imagem da mulher tem se modificado com o passar do tempo, mas o ideal de domesticidade ainda permanece. Essa mulher tem agora a possibilidade de pedir ajuda ao homem nas tarefas diárias, mas sua responsabilidade só aumentou, pois tem que dar conta de seu papel tradicional e também do novo.

Além disso, a beleza, ideal desejada pelas mulheres em todas as épocas, impõe modelos de perfeição cada vez mais difíceis de serem alcançados. Os meios de comunicação e a publicidade são responsáveis por divulgar e impor esses modelos. A beleza não é mais natural, mas sim, algo que pode ser comprado.

Se a mulher tem que ser bela, deve ser principalmente para ter sempre ao seu lado um companheiro (namorado, marido, amante). Tradicionalmente, ela apenas tornava-se atraente para ser conquistada. Agora, ela é quem conquista, num jogo de sedução em que é possível ousar, mas nem sempre se convém. A imagem de moça comportada está dando lugar à de mulher liberada. De conquistada a conquistadora (Ghilardi- Lucena, 2002.).





As contradições percebidas na condição da mulher na atualidade podem ser percebidas quando analisamos a representação de sua imagem nos meios de comunicação. Ao mesmo tempo em que querem colocar a mulher como ser independente, livre das antigas amarras, acabam recaindo num discurso que prova que as mudanças talvez não tenham sido incorporadas como se pensa.

Para Mc Robbie (2003), isso demonstra sinais da presença do pós-feminismo, que implica a co-existência de valores neo-conservadores em relação a gênero, sexualidade e vida familiar, com processos de liberação em relação à escolha e à diversidade nas relações domésticas, sexuais e de parentesco. Também abarca a existência do feminismo como algo que foi em algum momento transformado em uma forma de senso comum gramsciano, enquanto também foi ferozmente repudiado, quase odiado (MCROBBIE, 2003) O 'levar em conta' permite uma ampla desconstrução das políticas feministas e o descrédito das manifestações ocasionais para sua renovação.

### **Grande Hotel e a pedagogia do gênero**

A revista *Grande Hotel* surge em 1947, apesar de somente em 1951 passar a ter fotos, ela inaugurou um gênero até então inédito no país, ultrapassando em vendas um milhão de exemplares semanais. Editada pela Vecchi editora, tinha seu público bem definido; mulheres alfabetizadas, urbanas e de classe média que além de





dispensarem um tempo para casa e beleza, frequentavam ou apenas interessavam-se pelo que se passava, no Brasil e no mundo, em termos de teatro, cinema, dança.

Integravam a revista seções como: culinária, moda, beleza, horóscopo, cartas, cinema, livros, teatro nacional e internacional. O que mais uma vez traz indícios de seu público leitor. A revista torna-se precursora das publicações de fofocas sobre astros e estrelas de Hollywood, tão comuns desde então. Não obstante, o ponto forte da Grande Hotel estava na seção de Fotonovelas .que, apesar de considerados ousados para a época pelo fato de abordarem temas como divórcio, traições femininas, paixões proibidas; traziam sempre uma lição de moral a favor dos “bons costumes” e frisando que a prioridade feminina deveria ser o casamento e a maternidade.

Para Jean Marie Goulemot (2001, p.107) “[...] seja popular, ou erudita, ou letrada, a leitura é sempre produção de sentido”, há que frisar que, em um período em que a televisão ainda era embrionária, as revistas femininas, por suas altas vendagens, parecem ter sido influentes e muito apropriadas por seu público leitor. À toda forma de educação que tem ficado a cargo de práticas culturais ou instituições que não a escola, no domínio dos estudos culturais dá-se o nome de pedagogias culturais.

A idéia de pedagogia cultural permite considerar como educativos a mídia impressa, programas de televisão, filmes, desenhos animados, museus, publicidade. Educativos porque ensinam determinadas formas de ser, de se ver, de pensar e agir; porque tais artefatos culturais, ao colocarem em circulação determinadas representações constituem-se como materiais a partir dos quais as pessoas vão construindo suas





identidades de classe, de gênero, de sexualidade, de etnia. São nada menos que pedagogias capazes de operar pela sedução e de educar modos de comportamento.

A imprensa feminina compõe-se, pois, por uma rede discursiva de saber-poder-verdade sobre a vivência feminina, constituindo também como elemento pedagógico-cultural. Larrosa (2000) analisa estes elementos pedagógicos como lugares nos quais se constituem ou se transformam as experiências de si. A imprensa, mediante enunciados e discursos veiculados e produzidos, instiga e indica condutas ideais, ensina a partir de preceitos morais de uma determinada época histórica ou pretende modificar as relações que o sujeito estabelece consigo mesmo em suas “experiências de si”. Nesse sentido, a imprensa feminina em questão constitui seus discursos de modo a orientar à “constituição ou à transformação da maneira pela qual as pessoas se descrevem, se narram, se julgam ou se controlam a si mesmas” (LARROSA, 2000, p. 57). A imprensa em questão, portanto, organiza seus discursos de modo a constituir-se como dispositivo pedagógico, a fim de indicar condutas e instigar a leitora a constituir sua subjetividade como mulher-mãe-dona de casa-profissional.

A fotonovela configura-se como uma narrativa mais ou menos longa que conjuga texto verbal e fotografia. A história é narrada numa sequência de quadradinhos (como a banda desenhada) e a cada quadradinho corresponde uma fotografia acompanhada por uma mensagem textual. Teve início na década de 40 em Itália e a sua origem foi motivada pela crescente popularização do cinema e a fama dos atores. O neorealismo em voga na Itália determinou as descrições cotidianas e a temática urbana e realista presente nas fotonovelas.





Mais tarde a fotonovela, torna-se independente do cinema e caracteriza-se pelas suas intrigas sentimentais (a heroína é quase sempre uma rapariga de origem modesta que sonha com um amor cheio de obstáculos e dificuldades mas no final consegue o seu objetivo), as personagens não demonstram um grande desenvolvimento psicológico e são sempre estereotipadas (os bons são sempre bons e os maus arrependem-se no final ou sofrem as consequências), predomina o imaginário exótico, e, mais tarde o “suspense” e o sexo, os temas variam entre problemas afetivos, sociais, a procura de sucesso numa carreira, a justiça na sociedade, a ascensão social, a marginalidade, etc.

As fotonovelas, geralmente, centram-se em histórias baseadas no amor romântico, representando, portanto, o fim do casamento arranjado (pelos pais) e o início de uma nova etapa, momento em que homens e mulheres tinham autonomia para escolher seus parceiros. Nos chamados Anos Dourados, de acordo com Carla Bassanezi (2002), esse comportamento passou a ser comum, pois, acreditava-se que um elemento essencial para a concretização do casamento, era o amor.

Carla Bassanezi (2002, p. 618) discorre sobre o período dos Anos Dourados comentando que embora o amor fosse um fator decisivo para a união de um casal, a mulher tinha preferência por rapazes que lhes dessem segurança financeira, ou seja, pelo menos tivessem um trabalho fixo que lhes dessem condições de sustentar uma casa. As mulheres casadas das fotonovelas, geralmente são sustentadas por seus maridos e caso ocorra o contrário, o leitor consegue compreender que o homem passa a ser julgado como preguiçoso, vagabundo, ou simplesmente seu papel no enredo é de um mau-caráter.





O narrador desempenha um papel importante na fotonovela uma vez que, para além de elucidar o leitor sobre a ação, emite juízos de valor, ilações de teor moral, justificações sobre o comportamento das personagens e controla a ação, retardando-a e alongando-a. A linguagem utilizada nas fotonovelas é, normalmente redundante e expositiva para evitar a possibilidade de dúvidas ou conflito. Relativamente à fotografia nem sempre as fotonovelas possuem grande qualidade uma vez que a preocupação do consumo rápido e imediato das revistas e a preocupação do lucro fácil sobrepõem-se a uma maior noção artística. Os planos e os enquadramentos utilizados nas fotografias são quase sempre retirados do cinema.

As mulheres representadas nas fotonovelas, geralmente, apresentam comportamentos que coincidem com os padrões sociais vigentes. Neste período, homens e mulheres tinham papéis bem definidos dentro da sociedade. Assim, a mulher quando solteira deveria ser dócil, bonita e inteligente para fazer uma boa conquista, ou seja, deveria ser dotada dessas qualidades para conquistar um rapaz que fosse responsável, trabalhador e capaz de sustentar um lar e uma família. A moça poderia demonstrar-se interessada, mas nunca deveria tomar a iniciativa, assim como não era recomendável que ela permitisse que o namoro chegasse a uma intimidade “exagerada”, já que, uma “boa” moça preservava sua virgindade até o casamento. Como se pode observar na fotonovela “Amor e Vingança”.





Figura 1: Revista *Grande Hotel*, nº632, p. 1, 7-9-1959.

Uma vez casada, a mulher tinha que se manter dócil, amável e acima de tudo submissa. O casamento não era mais imposto pelos pais, pois, o amor tornou-se um elemento essencial para o sucesso de um casamento. As fotonovelas veiculadas pela revista davam dicas para as mulheres preservarem o seu casamento e de como ter uma união feliz. Dessa forma, nota-se que a imprensa feminina,



[...] devido a efemeridade dos temas e a pouca ligação com a atualidade nas publicações têm uma carga ideológica que atribui às mulheres uma posição acomodada na sociedade e, à revelia da exaltação dos ideais modernos nesses veículos, reforçam-se estereótipos e papéis femininos básicos, de dona de casa, esposa, mãe, (BUIIONI, 2009, 191).

Na revista *Grande Hotel*, não só em na seção fotonovelas há o reforço de certos comportamentos, isso ocorre também nas colunas dedicadas a carta de leitores, cuja característica principal é a discussão e a veiculação de temas cujo objetivo é responder a perguntas sugeridas ou feitas pelas leitoras ou leitores. Segundo Buitoni,

As revistas exploravam a potencialidade do consultório sentimental, seja de um modo mais sensacionalista (*Confidences*, *Nous Deux*, na França, *Grande Hotel*, aqui) ou desenvolvendo psicologismos, como *Marie-Claire* e *Elle*. O consultório sentimental nasceu com a imprensa feminina e até hoje resiste, mesmo em publicações mais pretensiosas. Assuntos e linguagem são escolhidos de acordo com o público, mas a chave é sempre a relação amorosa. [...] A vulgarização da psicologia resultou em matérias sobre comportamento na maioria das revistas, cujos níveis de profundidade variam conforme o público (BUIIONI, 1986, p. 65).



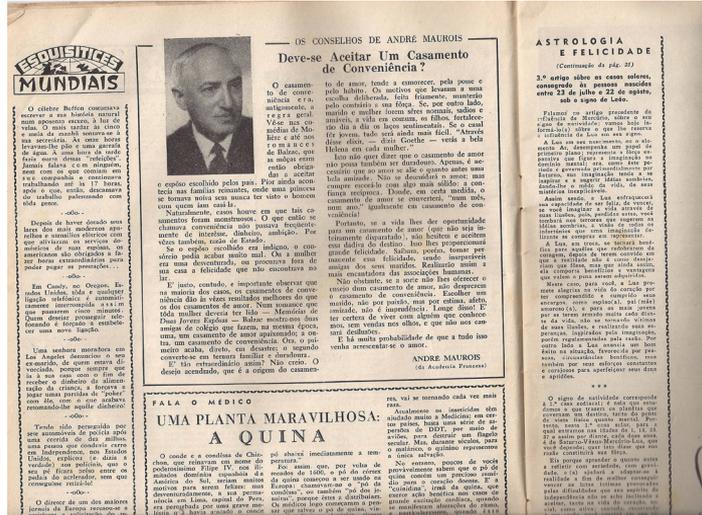


Figura 2: Revista Grande Hotel, p.13

Os discursos veiculados em *Grande Hotel* apresentam enunciados com o tom de verdade sobre o que está sendo analisado, essas constatações dificultam um olhar crítico diante de alguns conteúdos veiculados porque imobiliza, de certa forma, as pessoas envolvidas, tornando alguns conteúdos naturalizados e universalizados. Esta é mais uma estratégia do jogo do poder, que apresenta valores, ideias e saberes-verdades como absolutos, embora, por seus desvãos, permita autonomia às leitoras para que possam construir outros discursos e outras subjetividades.





Observa-se, no texto veiculado (Figura 2), elementos que se constituem em dispositivos históricos e pedagógicos especialmente no que tange à temática casamento. Esses enunciados propõem o que era considerado ideal para a manutenção da instituição casamento no final da década de 40. Os discursos, portanto, são produtos das relações de poder de uma dada realidade social. O conceito de dispositivo utilizado neste artigo é o de Michel Foucault (1993) que diz respeito a:

Um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas [...] o dito e o não-dito são elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que pode estabelecer-se entre esses elementos. (FOUCAULT, 1993, p. 244).

A revista é uma mídia na qual as leitoras a enxergam como uma amiga íntima e particular, a quem demonstra segurança, confiança e simpatia. É uma companheira em todas as horas ou em qualquer lugar. Com ela, pode se estabelecer uma relação de companheirismo, que muitas vezes vira objeto de coleção e motivo de orgulho ao exibi-la. A revista tem um formato idealizado para que ela possa estar junto à leitora atuando no ideário e imaginário, sendo capaz de manipular através de seus comentários a formação dos modos de ver e de ser de quem a lê.

As matérias e artigos que iriam ser publicados em *Grande Hotel* reafirmam os papéis tradicionais destinados às mulheres, enfatizando a responsabilidade destas com





seus lares, filhos e marido, apesar de um número crescente de mulheres trabalharem fora.

As leitoras da revista *Grande Hotel* enviavam cartas com questões pessoais para a seção e “Espelho de Vênus”, os textos lembravam uma conversa, tanto pela forma como se escrevia como pelas expressões utilizadas, caracterizando oralidade: “[...] e que exercícios devemos fazer para que nossa cintura fique mais fina? [...] Quanto à você, minha encantadora Sheila, muito agradeço pelo seu entusiasmo, para com os trabalhos para mim escritos”. O que se pode observar também em : “ Minhas amigas os exercício de natação e de remo são excelentes”

Definida como um gênero textual, as cartas do leitor, cujos espaços são destinados às leitoras para que possam expressar seus pareceres pessoais, favoráveis ou não, sobre matérias publicadas, são endereçadas aos editores, que após efetuarem uma seleção prévia e editoração, publicam-nas.







## Considerações finais

A investigação da história da imprensa feminina, a partir das contribuições da análise da revista *Grande Hotel*, é uma forma de analisar o modo como as mulheres são construídas pela mídia e também o modo como se constroem por meio dela. As revistas femininas carregam e configuram visões do que é ser mulher: como se comportar, como se vestir, como agir em relação aos homens – na maioria das vezes seu companheiro –, cuidar de seus filhos, preocupando-se sempre com uma educação adequada e ainda cuidar de si mesma.

Os estudos acerca da imprensa feminina têm como objetivo central provocar algumas reflexões sobre a representação da mulher, buscando o levantamento de conceitos e estereótipos que buscam enraizar padrões estéticos e comportamentais idealizados no público feminino. Estes estudos atuam como um marco significativo da história contemporânea, que documentam tanto a evolução da imprensa na modernidade, quanto da história social da mulher.

## Referências

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.); Carla Bassanezi (coord. de textos). *História das Mulheres no Brasil*. 6 ed. São Paulo: Contexto, 2002.





BUTTONI, Dulcília Shroeder. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. 2ª. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

\_\_\_\_\_. *Imprensa feminina*. São Paulo: Ática, 1986.

CATTELAN, J.C. Matrix!?. In: R. BARONAS e M.R.GREGOLIN (Orgs.). *Análise do Discurso: as materialidades d sentido*, 2ª ed. São Paulo, Editora Claraluz, p. 83-94.

CHARTIER, Roger. *A História Cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1990.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 11 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1993.

GHILARDI, M.I. e BARZOTTO, W.H. *Nas telas da Mídia*. Campinas, Editora Alínea, 2002.

GOULEMOT, Jean Marie. Da leitura como produção de sentidos. In CHARTIER, Roger (Org). *Práticas da leitura*. Iniciativa de Alain Paire, trad. Cristiane Nascimento, introd. Alcir Pécora. 2ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2001, p. 107-116.





HEBERLE, V.M. 2004. “Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias?” *Revista Linguagem em (Dis)curso*, n.4, 2006.

LARROSA, Jorge. Tecnologias do eu e educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org). *O sujeito da educação: estudos foucaultianos*. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

LIMA, L.G. *Você, Mulher* em revista estudo sobre uma modernização do discurso de gênero, na década de 70. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003. Disponível: < <http://www.reposcom.portcom.intercom.org.br>> Acessado: 23/11/2010

LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1996 .  
MCRROBBIE, A. “Pós-feminismo e cultura popular: Bridget Jones e o novo regime de gênero”. Disponível: <<http://www.pucrs.br>>.Acessado:10/12/2010.

MELO, M.S. de S. “A representação da mulher em revistas femininas”. Disponível: < <http://www.paginas.terra.com.br>>. Acessado: 12/10/2010

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Tradução de Agenor Soares Santos. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003





PERROT, M. *Minha História das mulheres*. São Paulo, Contexto, 2007.

REVISTA GRANDE HOTEL. Rio de Janeiro: Editora Vecchi,, nº632, 7-9-1959;

SCALZO, M. *Jornalismo de revista*, 2.ed. São Paulo, Editora Contexto, 1994.

SWAIN, T.N. 2001. Feminismo e representações sociais: a invenção das mulheres nas revistas femininas. *História Questões e Debates*, 34. Disponível: < <http://www.calvados.c3sl.ufpr.br>>. Acessado: 13/11/2010.





## A resistência das mulheres através da imprensa: feminismo e ativismo midiático nos anos 1970-80 no Brasil

Karina Janz Woitowicz

### Marcos da história do feminismo no Brasil

A trajetória do movimento feminista brasileiro mostra que se trata de uma história permeada por disputas, conflitos e tendências ideológicas que impedem a observação do movimento como algo homogêneo e unificado. Afinal, as motivações e os objetivos dos grupos feministas que surgiram no País diferem nas suas percepções do feminismo e na articulação com questões específicas das mulheres, ainda que estejam mais próximos de um feminismo igualitarista. Nas palavras de Céli Pinto,

O feminismo tem provocado militâncias apaixonadas e raivas incontidas. Desde suas primeiras manifestações, ainda no século XIX, o movimento foi muito particular, pois desafiou ao mesmo tempo a ordem conservadora que excluía a mulher do mundo público – portanto, dos direitos como cidadã – e também as propostas revolucionárias, que viam na luta das mulheres um desvio da pugna do proletariado por sua libertação. (2003, p. 09)

Devido a este aspecto, o movimento é caracterizado pela multiplicidade de manifestações e de pretensões, que transitam entre lutas gerais e específicas promovidas





pelas mulheres. Porém, é importante considerar, conforme destaca Céli Pinto, que o feminismo no Brasil “não foi uma importação que pairou acima das contradições e lutas que constituem as terras brasileiras, foi um movimento que desde suas primeiras manifestações encontrou um campo de luta particular” (2003, p. 10).

Em seu livro sobre a história do feminismo no Brasil, a autora divide a trajetória do movimento em fases que denomina de “feminismo bem-comportado” e “feminismo mal-comportado”.<sup>1</sup> A primeira corresponde ao início do movimento, entre o final de século XIX até o ano de 1932, quando as mulheres conquistam o direito de votar, tendo em Bertha Lutz sua principal expoente.

Na segunda metade do século XIX e nas primeiras décadas do século XX as lutas e manifestações esparsas cederam lugar a uma campanha mais orgânica pelos direitos políticos de votarem e de serem votadas. O movimento sufragista se espalhou pela Europa e pelos Estados Unidos, construindo a primeira vaga de feminismo organizado no mundo.

No Brasil, da mesma forma, a primeira fase do feminismo teve como foco a luta das mulheres pelos direitos políticos, mediante a participação eleitoral, como candidatas e eleitoras. Esta luta esteve definitivamente associada ao nome de Bertha Lutz, que exerceu uma inegável liderança durante a década de 1920 e se

---

1 Céli Pinto assim demarca as diferenças entre um feminismo bem-comportado e um mal-comportado: “O primeiro não afrontava os poderes, mas buscava apoio neles. Não pode ser percebido a partir de uma clivagem de classe social, mas certamente a partir da forma como essas mulheres viviam suas posições de elite econômica e intelectual. O segundo era de enfrentamento: o feminismo “malcriado” expressava-se nas passeatas, nos enfrentamentos na Justiça e nas atividades de mulheres livre-pensadoras que criavam jornais e escreviam livros e peças de teatro. Somavam-se a elas as anarquistas radicais que traziam para a discussão o mundo do trabalho, muito distante das preocupações das feministas de elite.” (2003, p. 38)





manteve ligada às causas da mulher até sua morte em avançada idade, na década de 1970. (2003, p. 13)

Já a outra fase diz respeito a um posicionamento mais ‘radical’ em relação à dominação masculina, em que figuram desde mulheres intelectualizadas que escreviam em jornais até líderes operárias. Para Céli Pinto, de 1932 até as primeiras manifestações nos anos 1970 é considerado um período de refluxo do movimento feminista, em que havia pouco espaço para as chamadas lutas “particularistas” (2003, p. 10). Assim, da primeira vertente, marcada pelos direitos políticos, o feminismo no Brasil – caracterizado como de segunda onda<sup>2</sup> – ressurge na década de 1970, em meio ao período mais radical contra a ditadura militar, contando com a participação de mulheres que passaram pela experiência do exílio. De acordo com Elizabeth Cardoso,

Com os “anos de chumbo” da ditadura militar, várias mulheres brasileiras seguiram para o exílio e uma vez fora do Brasil elas fundaram grupos feministas no exterior. Quatro deles ganharam destaque: o Comitê de Mulheres Brasileiras no Exterior, criado por Zuleika Alembert, no Chile, durante os dois primeiros anos da década de 1970; grupo de autoconsciência, fundado por Branca Moreira Alves, em Berkeley, Estados Unidos, no início dos anos 70; o Círculo de Mulheres Brasileiras em Paris, fundado em abril de 1976, por um grupo de mulheres brasileiras, e o Grupo Latino-Americano de Mulheres em Paris, fundado por Danda Prado, na França, em 1972. (2004, p. 41)

---

<sup>2</sup> Entre as fases do feminismo, considera-se a primeira onda (marcada pela conquista de direitos políticos) e a segunda onda (em que as lutas se voltam à conquista de direitos civis e culturais). Esta última ganha força nos anos 1970, com diversas organizações de mulheres e lutas que envolvem o direito ao corpo. Esta é a classificação usada por Joana Maria Pedro (2006) e outras pesquisadoras.





Joana Pedro (2006) destaca que a prática dos grupos de reflexão, criados pelas mulheres que tiveram contato com o feminismo nos Estados Unidos, era vista com hostilidade por determinados setores de esquerda, que apostavam em outras frentes de luta e consideravam inúteis tais discussões, devido ao seu viés “pequeno-burguês”: “os grupos de reflexão, as lutas pelo controle e autonomia do corpo, sexualidade, as manifestações pela liberação da mulher, eram consideradas “idéias específicas”, e portanto divisionistas da luta geral que consideravam ter prioridade: pela democratização, pela anistia, pelo socialismo” (2006, p. 16).

Para além destes impasses e dificuldades que acompanharam o processo de fortalecimento do feminismo, é preciso reconhecer a atuação de diversos grupos na luta pela superação das desigualdades entre homens e mulheres, que garantiram a legitimidade do movimento. Neste sentido, os anos 1970 registram uma série de conquistas relacionadas à participação das mulheres no meio social e ao comprometimento com as reivindicações e causas feministas.

Surgem vários grupos de consciência e em 1975, estimuladas pela instituição do Dia Internacional da Mulher pela ONU – Organização das Nações Unidas, ocorrem reuniões no Rio de Janeiro e em São Paulo, que resultaram na criação do Centro da Mulher Brasileira (Rio) e do Centro de Desenvolvimento da Mulher Brasileira (São Paulo). Em 1979 acontece o Primeiro Encontro Nacional de Mulheres e, na década de 1980, já existem dezenas de grupos feministas por todo país.

De acordo com Maria Amélia de Almeida Telles (1999), este é o momento em que as mulheres deixam de apenas marcar presença nos movimentos sociais ao lado





dos homens (só para se ter uma idéia, o Comitê Brasileiro de Anistia calcula que cerca de 12% das integrantes de movimentos sociais eram mulheres), e começam a surgir lutas mais dirigidas.

Em decorrência das lutas promovidas pelas mulheres, surgem vários clubes de mães, que começam a levantar discussões sobre custo de vida, baixos salários, creches para mães trabalhadoras, sexualidade, violência sexual e doméstica. São realizados congressos de mulheres, marchas, cartas às autoridades exigindo mudanças, entre outras ações, e começam a ganhar espaço lutas feministas como o direito ao corpo e sexualidade. E é neste contexto de mobilização que a imprensa feminista surge como espaço de resistência e luta das mulheres.

### **Mídia alternativa e ativismo feminista**

Embora a história do movimento de mulheres registre a existência de diversas iniciativas de imprensa feminina e feminista, entre os séculos XIX e XX, pode-se dizer que o momento mais significativo desta trajetória, que contou com a participação da mídia alternativa, situa-se nas experiências de comunicação que acompanharam a segunda onda do feminismo no Brasil. Diante da criação de grupos feministas no país, surgem publicações entre o final dos anos 1970 e o início dos 80 que, com orientações editoriais distintas, inserem o debate sobre diversas questões feministas nos meios da política, da intelectualidade e em setores de base.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Para situar o contexto em que tais discursos se inscrevem, é importante lembrar que a ditadura militar (1964-1984) representou um período de autoritarismo político que permaneceu por duas décadas, entrando para a história do País como os chamados “anos de chumbo”: censura, repressão armada, perseguições, manobras políticas, entre outras práticas características deste regime, marcaram o período. Em meio a este sistema de castração de direitos e controle à





É a partir da necessidade de instaurar o diálogo e provocar mudanças que o movimento feminista busca seu fortalecimento e representatividade, organizando-se de forma mais sistemática, levantando bandeiras específicas e se somando à resistência à ditadura militar. Neste período, em que a imprensa alternativa atuou como uma importante aliada para a conscientização de diferentes setores da sociedade, surgem as publicações do movimento feminista, que discutiam aspectos e tendências do movimento a partir de temáticas como trabalho feminino, participação política, liberdade sexual, igualdade de direitos, aborto, políticas públicas para as mulheres, condições de trabalho, violência, entre outras.

As experiências dos grupos feministas e de mulheres apontavam cada vez mais para a necessidade de criar um discurso próprio, capaz de fazer questionamentos e promover mudanças. Em um Encontro do Movimento das Mulheres no Brasil, realizado no Rio de Janeiro em agosto de 1981, entre as temáticas discutidas ganhava destaque a comunicação. O evento, transcrito no livro *Mulheres em Movimento*, discutiu o papel educativo dos meios de comunicação, considerando que cumprem “não apenas o seu sentido conservador de reprodução da ideologia dominante, mas também, o seu sentido de mudança enquanto focos de resistência e propagadores das novas idéias e valores” (BARSTED, 1983, p. 13).

Ao abordar a importância da criação ou reapropriação da mídia, Leila Barsted observa que na década de 1970 novos espaços foram surgindo para dar voz

---

liberdade de expressão, surgem centenas de publicações, conhecidas como imprensa alternativa, que ousavam denunciar situações de opressão. Defendendo interesses de diversos movimentos sociais, a imprensa alternativa proporcionou o debate de idéias, fazendo circular informações que, de outro modo, seriam silenciadas, criando espaços de disputa de hegemonia.





às mulheres, a partir de meios variados: revistas, boletins, jornais alternativos, luta por espaço dentro da grande imprensa, do rádio, da televisão e do cinema. Para ela, “os veículos de comunicação se apresentam inseridos numa estratégia de educação do movimento feminista, de recriação da identidade social da mulher e de resgate de nossa história.” (1983, p. 16)

A necessidade de uma imprensa feminista própria colocou-se, assim, a partir da consciência de que os meios tradicionais de comunicação, esfera de atuação dos donos do poder, e até mesmo alguns setores da imprensa alternativa, ou ignoram a mulher, ou reforçam os estereótipos discriminatórios a seu respeito, ou a manipulam enquanto objeto de consumo-consumidora. Ou seja, negam a existência de um falar feminino e, portanto, de uma mulher sujeito de sua fala e de seu desejo. (1983, p. 14)

Entre as experiências de imprensa alternativa feminista<sup>4</sup>, destacam-se os jornais *Brasil Mulher* (1975-1979), *Nós Mulheres* (1976-1978) e *Mulberio* (1981-1987), que tiveram uma inegável contribuição para o debate em torno da necessidade de enfrentar novos desafios em uma sociedade marcada pela diferença e pela desigualdade entre os sexos, fortalecendo diversas reivindicações do movimento feminista.

---

4 Antes mesmo das primeiras iniciativas de comunicação alternativa no Brasil, registra-se a participação de brasileiras exiladas em experiências de imprensa feminista durante a ditadura militar. Neste sentido, destaca-se a edição do periódico *Nosotras* (1974-1976), do Grupo Latino-Americano de Mulheres em Paris, fundado por Danda Prado, na França, em 1972.





Além destes veículos, existiram muitas outras experiências do movimento de mulheres e feministas, como os jornais *Maria Quitéria* (1977)<sup>5</sup>, *Correio da Mulher* (1979), *Libertia* (Porto Alegre, 1980), *Chanacomchana* (do grupo de ação lésbico-feminista, 1982), *Mulher ABC*, o goiano *Mariação*, as revistas *Fotochoq* e *Maria Sem Vergonha*, o programa de rádio *Mulher em 360°* (Rádio Capital/SP), o programa *Elas e mais elas* (Rádio Solimões) e diversos outros criados por grupos feministas em diferentes regiões do País.

Percebe-se que o movimento feminista, na medida em que se constitui como um espaço de resistência e luta em defesa das mulheres, passa a incorporar em suas ações diversas práticas relacionadas aos processos midiáticos. Os jornais, a partir de orientações distintas (que circulam entre o enfoque político, a luta de classes e questões ligadas à desigualdade entre homens e mulheres), promovem o debate sobre as causas do feminismo a partir da publicização de determinados assuntos na esfera pública. Lamentavelmente, a maioria dos jornais feministas não oferece informações no expediente sobre a tiragem, a circulação e até mesmo a periodicidade das publicações, dados esses que poderiam apresentar mais elementos para caracterizar a sua abrangência no período considerado. Contudo, é possível encontrar algumas pistas nos textos dos jornais, que indicam as conquistas e as dificuldades encontradas para manter as publicações, bem como as orientações editoriais que as identificam.

5 *Maria Quitéria* surgiu para divulgar as atividades do Movimento Feminino pela Anistia, não podendo ser caracterizado como um jornal. A este respeito, ver: RAMOS, Andressa Maria Vilar. *A liberdade permitida. Contradições, limites e conquistas do movimento pela anistia: 1975-1980*. Dissertação (Mestrado em História), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2002, p. 57.





Em sua análise das origens da imprensa feminista brasileira, com os jornais *Brasil Mulher* e *Nós Mulheres*, Rosalina de Santa Cruz Leite (2003) assim descreve o contexto em que os jornais se desenvolveram:

Mulheres que se auto-organizam nas periferias, em busca da garantia de direitos sociais, e as feministas preocupadas com a emancipação feminina, a discriminação, a sexualidade, o poder, reinventando uma nova forma de fazer política junto com a luta reivindicativa das classes populares. Só assim pode-se entender o papel desempenhado pelos jornais *Brasil Mulher* e *Nós Mulheres* nessa conjuntura. (2003, p. 238)

A mesma autora observa que as feministas que participaram dos referidos jornais eram majoritariamente militantes oriundas da esquerda. Este aspecto da dupla militância é assim descrito na formação dos jornais *Brasil Mulher* e *Nós Mulheres*:

[...] O *Brasil Mulher* já era conhecido pelas feministas exiladas militantes do Círculo de Mulheres de Paris. A correspondência e o diálogo eram freqüentes entre a direção do jornal e o coletivo de mulheres exiladas, de onde se origina grande parte das militantes do *Nós Mulheres*. E, mais, o *Brasil Mulher* já era sabidamente, nessa época, constituído por mulheres militantes do Partido Comunista do Brasil (PC do B), da Ação Popular Marxista Leninista (APML) e do Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR-8). Quanto ao Círculo de Mulheres de Paris, cabe dizer que era formado por feministas de esquerda integrantes, em sua maioria, do Debate, dissidência política que surge no exílio agrupando ex-militantes





da Vanguarda Popular Revolucionária (VPR), da Vanguarda Armada Revolucionária Palmares (VAR-Palmares) e do Partido Comunista Brasileiro (PCB) e mulheres autônomas. Ao voltar ao Brasil, esse segmento lança o *Nós Mulheres*. (LEITE, 2003, p. 235-236)

Rosalina de Santa Cruz Leite (2003, p. 237) observa que os dois jornais refletem um “período histórico muito intenso e marcado por transformações rápidas e profundas” e destaca como características das publicações as marcas da autonomia e da contestação à ordem social da época, colocando-se de maneira independente do Estado e dos partidos políticos:

O fato de estarem vinculados a uma associação já mostra que esses jornais eram instrumentos de divulgação de coletivos de mulheres organizadas e, como tal, davam cobertura a assuntos não veiculados pela imprensa oficial, na época sob forte censura política, refletindo o pensamento político da militância feminista. (2003, p. 235)

Para compreender o modo como os grupos feministas se expressam por meio dos jornais, torna-se interessante recuperar os editoriais publicados nas primeiras edições, em que o comprometimento com as causas do movimento se revela. No *Brasil Mulber*, primeiro jornal dirigido às mulheres e feito por mulheres, publicado pela Sociedade Brasil Mulher<sup>6</sup>, o destaque é para o discurso da igualdade e das lutas pelas

---

<sup>6</sup> O jornal foi fundado por Joana Lopes em Londrina/PR. Pago com o salário da jornalista, o *BM* foi impresso





usas democráticas, que envolvem homens e mulheres.<sup>7</sup> Segundo Elizabeth Cardoso, o *Brasil Mulher*:

É o primeiro jornal feminista brasileiro feito no Brasil e traz a gênese do debate entre mulheres feministas e mulheres militantes de esquerda: a situação clássica de dupla militância do movimento feminista no período de 1974 a 1980. Editado bimestralmente, em formato tablóide, contendo 16 páginas em preto-e-branco e ilustrado com fotos, item muito valorizado pela publicação, o *Brasil Mulher* tinha tiragem de 10 mil exemplares, com circulação nacional e venda em bancas, livrarias e por assinatura. Sua publicação cessa em março de 1980. (2004, p. 43)

O enfoque nas questões de classe é a tônica do jornal, que se revela na maior parte das suas edições. As contradições ou impasses da dupla militância manifestam-se logo na primeira edição, diante de um editorial que causou polêmica ao anunciar que o *Brasil Mulher* “não é um jornal da mulher”. O editorial do jornal esclarece sobre esta postura:

Não é o jornal da mulher. Seu objetivo é ser mais uma voz na busca e na tomada da igualdade perdida. Trabalho que se destina a homens e mulheres. Não desejamos nos amparar nas diferenças biológicas para desfrutar de pequenos favores masculinos, ao

---

nas oficinas da *Folha da Manhã* e levado para São Paulo dentro de uma mala de viagem (KUCINSKI, 2003, p. 125). Lançado com o apoio do Movimento Feminino pela Anistia (MFA), criado no mesmo ano (1975) por Therezinha Zerbini, o jornal foi transferido, a partir da sua segunda edição, para São Paulo.

7 Ao longo de sua existência, foram publicadas 16 edições regulares e mais quatro ‘extras’.





mesmo tempo que o Estado, constituído de forma masculina, deixa-nos por lugar só comparado ao que é destinado por incapacidade de participação do débil mental. Queremos falar dos problemas que são comuns a todas as mulheres do mundo. Queremos falar também das soluções encontradas aqui e em lugares distantes: no entanto, queremos discuti-las em função de nossa realidade brasileira e latino-americana.

(...) Finalmente, Brasil Mulher deseja incorporar-se à imprensa democrática que, em meio à batalhas, o Brasil vê surgir. Teremos um número mensal e a sustentação desta proposta de comunicação depende unicamente da participação daqueles que com ela se identificarem. (*BM*, ano 1, n. 0, 9 de out.1975, p. 2)

O reconhecimento como um jornal feminista ocorreu mais tarde, quando reivindicações específicas passaram a ser enfatizadas no periódico. Ângela Borba (1983) assim menciona os impasses presentes no período de reformulação do movimento, quando temas como sexualidade assumiam sua importância:

O jornal Brasil Mulher era uma espécie de elo que nos articulava. O último jornal saiu em março de 1980. Passávamos por um outro processo de questionamentos de nossas concepções sobre o feminismo. A discussão era principalmente sobre a ligação do específico, a questão específica da mulher, com as questões gerais da sociedade. Passávamos nesse momento, também, por uma reformulação que a meu ver tinha relação com o próprio crescimento do movimento de mulheres no Brasil, que nos permitia avançar e assumir com mais destaque questões tais como a sexualidade da mulher. (1983, p. 199)





O *Brasil Mulher* informa uma tiragem inicial de 5.000 exemplares e, em março de 1979, anuncia a publicação de 10.000 exemplares. Além disso, em sua quinta edição, conta aos leitores e leitoras que está sendo feito com o dinheiro da sua venda, comemorando assim o sucesso do jornal na conquista de assinaturas em diversos estados brasileiros, de colaboradores/as nas suas edições e de uma sede em São Paulo. É o que mostra o seguinte editorial:

A 9 de outubro de 1975 surgia, em Londrina – Paraná, o número 0 do jornal *Brasil Mulher* com a proposta de ser uma voz na busca e na tomada da igualdade perdida, trabalho destinado a homens e mulheres.

Em um ano de existência, com muito trabalho e sacrifício, o BM já está se firmando como jornal. Da equipe inicial de cinco mulheres contamos, hoje, com a participação de cerca de 50 pessoas, entre homens e mulheres, em vários estados e também no exterior. (*Brasil Mulher*, ano 1, n. 5, 1976, p. 2)

Já o *Nós Mulheres*<sup>8</sup>, lançado um ano depois, tendo como jornalista responsável Anamárcia Veinsecher, se assume como feminista e enfatiza o comprometimento com questões específicas das mulheres, a partir das quais desenvolve, ao longo da sua existência, um importante trabalho com mulheres de classes populares. De acordo com Bernardo Kucinski (2003, p. 128), o jornal possuía “uma base de ativismo mais ampla do que a do *Brasil Mulher*, incluindo membros de clubes de mães engajadas

---

8 Foram publicadas 8 edições do jornal, no período de 1976 a 78, mantendo a periodicidade bimestral.





em lutas por creches na zona sul de São Paulo”. Sua matriz ideológica, segundo ao autor, era “o paradigma clássico das esquerdas, mas com autonomia clara para a luta feminista” (KUCINSKI, 2003, p. 128).

Nas suas páginas, revela-se o comprometimento contra a opressão de sexo e de classe, e a defesa do feminismo da igualdade. A proposta do jornal é assim apresentada no primeiro editorial:

Desde que nascemos, NÓS MULHERES ouvimos em casa, na escola, no trabalho, na rua, em todos os lugares, que nossa função na vida é casar e ter filhos. Que NÓS MULHERES não precisamos estudar nem trabalhar, pois isto é coisa pra homem. (...) NÓS MULHERES decidimos fazer este jornal feminista para que possamos ter um espaço nosso, para discutir nossa situação e nossos problemas. E, também, para pensarmos juntas nas soluções. (*Nós Mulheres*, ano 1, n. 1, junho de 1976, p. 2)

A respeito da linguagem do *Nós Mulheres*, Rosalina Leite (2003, p. 239) destaca que se trata de um formato pessoal e afetivo, que revela intimidade: “rompe com o tratamento dado às mulheres pela imprensa feminina tradicional, em que um editor impessoal e assexuado dita regras e ‘aconselha’ uma leitora chamada de ‘você, mulher’”. Este é o tom presente no editorial citado, que projeta a identificação com um sujeito coletivo – as mulheres.

O jornal, que circulou de 1976 a 78, não informa sua tiragem. Porém, sabe-se que sua circulação era voltada para os grupos de mulheres de São Paulo. No editorial abaixo, o *Nós Mulheres* revela seu comprometimento contra a opressão de sexo e classe:





Que as coisas fiquem claras: mantemos a firme convicção de que existe um espaço para a imprensa feminista, que denuncia a opressão da mulher brasileira e luta por uma sociedade livre e democrática. Acreditamos que a liderança da luta feminista cabe às mulheres das classes trabalhadoras que não só são oprimidas enquanto sexo, mas também exploradas enquanto classe. No Brasil, dada a incipiência da organização de todos que lutam por uma sociedade democrática e, em particular, da organização das mulheres, essa liderança ainda não foi assumida. E esse é o grande desafio que enfrentamos. (*Nós Mulheres*, n. 7, março de 1978, p. 2)

*Nós Mulheres* sofria para se manter diante das dificuldades econômicas e em alguns momentos chegou a anunciar campanhas para conseguir doações e assinaturas, contando com a colaboração de outros veículos da imprensa alternativa. Estas dificuldades, e as alternativas encontradas para manter o jornal em circulação, são relatadas no texto abaixo, sob o título “Nós Mulheres agradece”:

A gente estava mesmo sem dinheiro. Devendo e sem saber como fazer este número. Nisso, veio a idéia de dar uma festa, não só para comemorar um ano de jornal, o que já é um heroísmo, como também para nos tirar do “buraco”.

Nos preparamos durante um mês e no dia 23 de julho, uma festa estava montada na Fundação Getúlio Vargas. Exposição de gravuras, quadros, desenhos, fotos. Venda de livros, discos. Música ao vivo, com conjuntos de chorinho e samba rasgado. Um filme para os mais intelectuais e, para animar, salgadinhos





e vinho. Era uma quinta-feira e o dia coincidia com o jogo do Brasil – ficamos com medo de não aparecer ninguém, afinal, futebol é futebol. Mas no fim, vieram umas 500 pessoas e apesar do trabalho foi uma noite animada e de muita solidariedade com o Nós Mulheres.

(...) O resultado foi que conseguimos liquidar nossas dívidas e ainda nos sobrou dinheiro para lançar este e o próximo número. Verdade que não resolvemos de vez nosso problema financeiro, mas a solidariedade nos fez avançar mais um pouquinho. (*Nós Mulheres*, ano 2, n. 6, agosto/setembro de 1977)

Este aspecto da dificuldade financeira enfrentada pela imprensa feminista é mencionado por Rosalina Leite (2003, p. 237), que analisa que a periodicidade do *Brasil Mulher* e do *Nós Mulheres* foi prejudicada pelas dificuldade de conciliar a publicidade com os objetivos de militância. Além das campanhas de apoio aos jornais, ambos propagandeavam os demais órgãos da imprensa alternativa, o que denotava o esforço para fortalecer estes espaços, comum entre os veículos que circularam durante a ditadura militar: “leia a imprensa democrática”, anunciavam os jornais.

De modo geral, a situação financeira dos jornais, durante toda sua existência, foi muito precária. É ilustrativo que o *Brasil Mulher* e o *Nós Mulheres* passem a publicar pequenas notas incentivando a colaboração mensal, com o objetivo de sensibilizar as leitoras para a necessidade de não só comprar e divulgar os jornais mas também de apoiá-los financeiramente a partir do aumento do número de assinantes e daqueles colaboradores que o *Brasil*





*Mulher* denominava de sócios honorários, que mensalmente colaboravam com uma quantia fixa. (2003, p. 237)

Leite destaca que os dois jornais se assemelham em sua orientação política, tentando conciliar as lutas gerais e específicas que marcaram a trajetória do feminismo como um movimento social que se consolida em um período de crise política.

Durante o tempo de sua existência, os dois jornais reafirmam constantemente sua identidade feminista, porém o fazem geralmente na defensiva, argumentando que o feminismo não separa a luta pela emancipação das mulheres da luta pela emancipação humana, que a luta das mulheres não é contra os homens, mas a favor de novas relações igualitárias, etc. (2003, p. 239)

Em uma conjuntura política um pouco mais aberta ao diálogo sobre questões específicas das mulheres, e menos marcada pela militância de esquerda, surge em São Paulo, no início de 1981, o jornal *Mulherio*, como a concretização de um antigo projeto de algumas pesquisadoras da Fundação Carlos Chagas, que se dedicavam ao estudo da condição feminina no Brasil.<sup>9</sup> Fundado por Adélia Borges<sup>10</sup> e conhecido como

---

<sup>9</sup> Em 1988, o jornal *Nexo - Feminismo, Informação e Cultura* é criado em substituição ao *Mulherio*. No editorial da primeira edição, assinado por Inês Castilho, o *Nexo* mostra a que veio: “Refletindo as transformações vividas pelo feminismo em todo o mundo e largamente discutidas, “Mulherio” dá lugar a “Nexo”, mantendo sua identidade e religando-se ao universo mais amplo para responder à necessidade de um espaço plural de reflexão e criação no deserto brasileiro”. (*Nexo*, n. 1, junho de 1988)

<sup>10</sup> Bernardo Kucinski lembra que Adélia Borges havia trabalhado em *Movimento* “e posta na lista negra das grandes empresas jornalísticas, depois de participar da greve dos jornalistas de 1979, como dirigente sindical” (2003, p. 129).





“o mais duradouro e o mais feminista dos jornais feministas” (KUCINSKI, 2003, p. 129), *Mulherio* fugia do modelo organizativo da imprensa alternativa dos anos 1970, contando com o suporte de uma entidade.

O jornal não era ligado a nenhum grupo feminista em particular; ele era formado por mulheres de vários grupos e dava destaque para questões relacionadas a comportamento e sexualidade, sendo publicadas 39 edições. Em um texto assinado por Adélia Borges, o jornal anuncia diversas apoiadoras em todo país:

Era apenas um folheto, desprezioso, anunciando o lançamento de um jornal. Mas a repercussão que o número zero de *Mulherio* alcançou surpreendeu-nos, como a demonstrar que a mulher brasileira precisa realmente de um veículo de comunicação que divulgue suas coisas de uma forma nova, nossa. (*Mulherio*, ano 1, n. 1, maio/junho de 1981)

Em um texto sobre o *Mulherio*, Adélia Borges relata o crescimento do jornal e a sua repercussão entre as mulheres, feministas ou não. Ela conta que o jornal era distribuído gratuitamente para instituições, emissoras de televisão e rádio do país e também para entidades acadêmicas, grupos feministas, etc. Além disso, “alguns jornais de bairro e do interior de São Paulo reproduzem em parte ou inteiramente o jornal *Mulherio*. Algumas rádios do interior chegam mesmo a ler o jornal todo” (1983, p. 24), o que demonstra que estas publicações circulavam de outros modos, além das assinaturas, chegando a um público mais amplo.





Nosso jornal tem periodicidade bimensal e o terceiro número saiu com tiragem de 8.000 exemplares. Isto está tendo uma penetração muito grande. O que me surpreendeu é que o jornal está servindo para levar a causa feminista; para levar a preocupação com a condição da mulher para pessoas que, pelo menos me parece, pelas cartas que escrevem, não tinham essa preocupação anteriormente. A correspondência que chega lá é muito grande. Uma média de 5 a 10 cartas por dia, de pessoas dos mais variados cantos do país, cidades que eu até nunca sabia os nomes. Estamos muito entusiasmadas com a penetração do jornal. Temos visto o que ele está conseguindo fazer até agora. Tem circulação nacional e vai também para grupos de mulheres no exterior. Funciona mais com sistema de assinaturas, que está custando agora (1981), 300 cruzeiros anuais. Em julho de 1981, nós estávamos com mais de 400 assinaturas, só esse mês. Então estamos crescendo bastante. (1983, p. 22)

O *Mulherio*, que também mantinha uma periodicidade bimestral, foi o jornal feminista de maior duração, sendo publicado por seis anos. Embora a tiragem do jornal não conste na maioria das edições, em uma das publicações, de 1984, encontra-se a referência a uma tiragem de 12 mil exemplares. Ao longo de sua existência, o jornal ficou por sete meses fora de circulação, quando a Fundação Carlos Chagas (SP) retirou o apoio financeiro. O *Mulherio* retornou em função da necessidade de servir como um espaço de debate sobre o feminismo. Neste momento, o jornal explica a alternativa encontrada para se manter em circulação.





(...) Ele volta agora porque, ao anunciarmos nos dois últimos números o fim próximo, recebemos uma calorosa manifestação de solidariedade de centenas de leitores de todo o País, de cidades grandes e de cidades pequenas, de gente “importante” e de gente anônima, de mulheres e de homens também.

Foi isso que nos motivou a continuar tentando. Sem recursos próprios, buscando apoio em agências internacionais que financiam projetos ligados à promoção da mulher. E recebemos esse apoio – pequeno em dinheiro, mas suficiente para dar a arrancada inicial nesta nova fase do Mulherio. (*Mulherio*, ano 4, n. 16, maio/junho de 1984)

Além de experiências que dizem respeito a grupos que se formaram a partir da criação de um veículo, o que se destacam no período são as iniciativas de produção de jornais como uma prática comum de diversos grupos feministas. Muitas vezes de forma artesanal e com poucos recursos, estes veículos eram publicados com o firme propósito de divulgar a causa feminista, dentro e fora do movimento. Exemplos destas experiências são os jornais *Agora é que são elas*, do Círculo de Mulheres Brasileiras, publicado por exiladas brasileiras em Paris em 1975, e *Brasília Mulher*, do Grupo Brasília Mulher, de 1982. Os editoriais abaixo reforçam a importância da criação dos veículos para o reconhecimento do trabalho realizado no movimento.

O nosso jornal deverá avançar com o nosso trabalho, expressando os passos concretos dados pela prática do círculo e do nosso movimento. (...) O importante, porém, será através dele discutirmos em todo o Círculo, como cada grupo poderá





contribuir diretamente, como ele poderá ser um meio de socializar nossas experiências. E como nosso jornal servirá de tribuna para nossos debates. (...) O jornal é um instrumento importante de comunicação que vai mais longe do que nós, e atingirá companheiras que não conhecemos. (*Agora é que são elas*, n. 1, maio de 1975)

O jornal do Brasília Mulher pretende ser mais um veículo, a ser utilizado por todas nós, na procura da nossa valorização na sociedade – mais um pequeno apoio à luta feminista. Sua periodicidade será mensal, trazendo sempre um artigo de fundo sobre o feminismo, pequenas reportagens sobre mulheres, uma seção informativa sobre as atividades do grupo e seus diferentes núcleos e, na medida do possível, informes referentes a qualquer lançamento cultural sobre a valorização da mulher. (*Brasília Mulher*, n. 1, maio de 1982)

Outra publicação que marca o período de consolidação das lutas específicas das mulheres é o *ChanacomChana*, publicado em 1981 pelo Movimento Lésbico-Feminista (MLF). O movimento era formado por mulheres dissidentes do Grupo Somos, fundado em 1978, conhecido como primeiro grupo homossexual politicamente organizado no Brasil. Segundo Elizabeth Cardoso,

Com tiragem de, em média, 200 exemplares por edição e periodicidade instável, entre trimestral e quadrimestral, o *ChanacomChana* circulou durante toda a década de 80, com sua





última edição publicada no ano de 1989. (...) O jornal se pagava por meio de assinaturas, pequenos anúncios e doações. (2004, p. 46)

A publicação, produzida de forma artesanal, se assemelhava a um fanzine e simbolizava a aproximação entre lésbicas e feministas.

*ChanacomChana* apresenta a especificidade conquistada pelos veículos de comunicação voltados para o feminismo e revela a necessidade das mulheres proclamarem a diferença e a independência do gênero masculino. O *ChanacomChana* poderia ser classificado como um ícone da reivindicação das especificidades do movimento feminista, fazendo contraposição ao discurso da busca da igualdade entre homens e mulheres. Sem mencionar o salto advindo da existência de um jornal especializado num tema (o lesbianismo) tratado de forma tímida pela primeira geração da imprensa feminista. (2004, p. 46)

Também é preciso destacar que as questões feministas encontravam espaço em outros veículos alternativos que circularam durante o período da ditadura militar (tais como *Opinião*, *Movimento*, *Repórter*, *Pasquim*, *Coojournal*, *Versus*, *Beijo*, *Bagaço*, *Em Tempo*, *Lampião*, *Informação*, *Ovelha Negra*, *Escrita*, *Cobra de Vidro*, *De Fato*, entre diversos outros).<sup>11</sup> Estas publicações reuniam reivindicações de grupos sociais que não encontravam espaço nos veículos tradicionais para se expressar, estabelecendo vínculos de solidariedade entre os diferentes grupos e movimentos que integravam a

<sup>11</sup> Sobre a presença das lutas feministas na imprensa alternativa (nos jornais *Opinião*, *Movimento* e *Repórter*), ver artigo publicado pela autora no livro *Recortes da mídia alternativa: histórias e memórias da comunicação no Brasil*. (WOITOWICZ, 2009).





luta pela democracia. Obviamente, a censura tentava barrar qualquer tipo de oposição ideológica, o que incluía o feminismo e suas expressões. Exemplo disso é uma edição do jornal *Movimento* sobre a censura (12 de junho de 1978), em que consta uma reportagem sob o título “É proibido falar de mulheres”, revelando vários momentos em que houve a proibição de temas ligados à mulher, principalmente no que se refere a uma edição especial sobre as mulheres, que foi apreendida pelos censores:

O Dia Internacional da Mulher estava próximo. Numa das reuniões de pauta decidimos que era necessária uma edição especial, onde pudesse aprofundar os debates em torno do papel da mulher no Brasil (...). O esforço foi realmente grande – cerca de 40 jornalistas participaram do trabalho e o resultado, extraordinário: o mais completo levantamento, em termos de pesquisa e reportagens já feito no país em torno do tema. O contra-esforço da censura, no entanto, não foi menor: praticamente vetou tudo, 337 laudas de texto, 65 ilustrações. Mais de 80% do material enviado; um corte como nunca havíamos visto antes, suficiente para produzirmos um livro de 250 páginas. (*Movimento*, 12 jun. 1978)

Contudo, apesar do controle expressivo dos militares, a imprensa alternativa proporciona um amplo debate acerca das lutas das mulheres, principalmente no que diz respeito às operárias e aos chamados setores de base. Ao folhear estes jornais, é possível encontrar muitas ocorrências sobre greves, reivindicações por creches para mães trabalhadoras, notícias sobre as presas políticas, bem como informações sobre o movimento de mulheres (eventos, documentos, mobilizações, etc), que indicam





a representatividade que o feminismo assumiu em meio às lutas que marcaram o referido período.

Porém, esta solidariedade nem sempre se mostrou plena e irrestrita, pois ao mesmo tempo em que a imprensa alternativa dava espaço para as causas feministas e assumia a defesa dos direitos das mulheres, por vezes recaía em contradições, próprias das disputas no interior do movimento de esquerda e das questões de gênero implicadas nas reivindicações das mulheres. Céli Pinto faz a seguinte observação sobre o modo como o feminismo era visto na época:

O feminismo era malvisto no Brasil, pelos militares, pela esquerda, por uma sociedade culturalmente atrasada e sexista que se expressava tanto entre os generais de plantão como em uma esquerda intelectualizada cujo melhor representante era justamente o jornal *Pasquim*, que associava a liberalização dos costumes a uma vulgarização na forma de tratar a mulher e a um constante deboche em relação a tudo que fosse ligado ao feminismo. (2003, p. 64)

As observações de Bernardo Kucinski vão ao encontro desta perspectiva, ao destacarem o rechaço da imprensa alternativa às questões das mulheres.

Enquanto um novo movimento feminista explodia na Europa desde o começo dos anos de 1970, no Brasil a questão da mulher era desprezada por diversos jornais alternativos importantes. [...] No Brasil, o feminismo ainda era tratado com desdém e mesmo





chacota, inclusive por *O Pasquim*, que fazia o gênero do jornal machista como parte de sua postura geral “anti-classe média moralista”, especialmente através dos artigos de Ivan Lessa, Ziraldo e Paulo Francis. Frequentemente, associavam feminismo à frustração sexual. (2003, p. 124)

Este exemplo de um discurso polêmico e repleto de contradições presente na imprensa alternativa reforça a necessidade do movimento feminista criar seus próprios veículos naquele período, reconhecendo a importância de valorizar um discurso em que havia espaço para causas específicas das mulheres. No artigo *O Sistema percebeu a força explosiva do movimento feminista e se assustou*, Carmem da Silva denuncia o silenciamento do feminismo na mídia.

Enquanto se tratava apenas de melhorar o relacionamento do par, mas sem questionar o casamento; de criar mais harmonia entre as gerações, mas sem contestar a família nem o princípio de autoridade; de incitar a mulher a trabalhar “para realizar-se”, mas sem competir no campo econômico, tudo bem com a imprensa em geral. Enquanto se tratava de reivindicações exclusivamente sociais, válida para ambos os sexos (por exemplo, igualdade salarial, etc), tudo bem com a imprensa alternativa de esquerda. Mas feminismo propriamente dito, em toda extensão de suas propostas, é tema sutilmente censurado nos órgãos de comunicação. (1983, p. 30)

Mesmo diante de todas as limitações e impasses para o desenvolvimento de uma imprensa propriamente feminista, pode-se dizer, ao observarmos os jornais





publicados entre os anos 1970 e 1980, que as diversas experiências de comunicação que marcaram a história do movimento revelam a mídia alternativa como um lugar de resistência e construção de identidades, uma vez que o discurso projetado nos veículos constitui também um fazer/agir do feminismo, que conquista espaço na esfera pública a partir de suas estratégias de visibilidade.

Em outros termos, percebe-se que a mídia alternativa traduz e participa do processo de legitimação do movimento, produzindo discursos que passam a incorporar a luta pelos direitos das mulheres, seja nas ruas ou no espaço doméstico. São páginas de uma resistência que tenta fazer ecoar as mais diversas expressões de desigualdade.

### Referências

BARSTED, Leila Linhares. Comunicação: é falando que a gente se entende. In: PROJETO MULHER. *Mulheres em Movimento*. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero; Instituto de Ação Cultural, 1983. p. 13-16.

BORBA, Ângela. Sociedade Brasil-Mulher. In: PROJETO MULHER. *Mulheres em Movimento*. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero; Instituto de Ação Cultural, 1983. p. 198-199.

BORGES, Adélia. Jornal Mulherio. In: PROJETO MULHER. *Mulheres em Movimento*. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero; Instituto de Ação Cultural, 1983. p. 22-24.





CARDOSO, Elizabeth. Imprensa brasileira pós-1974. *Revista Estudos Feministas*. Florianópolis: CFH/CCE/UFSC. V. 12, n. especial, 2004. p. 37-55.

FARRELL, Amy Erdman. *A Ms. Magazine e a promessa do feminismo popular*. São Paulo: Editora Barracuda, 2004.

FESTA, Regina. *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Scritta Editorial, 1991.

LEITE, Rosalina de Santa Cruz. *Brasil Mulher e Nós Mulheres: origens da imprensa feminista brasileira*. *Revista Estudos Feministas*. CFH/CCE/UFSC. Vol. 11, n. 1, 2003. p. 234-241.

PEDRO, Joana Maria. Narrativas fundadoras do feminismo: poderes e conflitos (1970-1978). *Revista Brasileira de História*. São Paulo, Anpuh, n.52, vol. 26, 2006. p. 249-272.

PERROT, Michelle. *As mulheres ou os silêncios da história*. Bauru: Edusc, 2005.





PINTO, Céli Regina Jardim. *Uma história do feminismo no Brasil*. São Paulo: F. Perseu Abramo, 2003.

SILVA, Carmem da. “O Sistema percebeu a força explosiva do movimento feminista e se assustou”. In: PROJETO MULHER. *Mulheres em Movimento*. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero; Instituto de Ação Cultural, 1983. p. 28-30.

TELES, Maria Amélia de Almeida. *Breve história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

WOITOWICZ, Karina Janz. “Lutas e vozes das mulheres na imprensa alternativa: a presença do feminismo nos jornais Opinião, Movimento e Repórter na década de 1970 no Brasil”. In:

WOITOWICZ, Karina Janz (org.). *Recortes da mídia alternativa: histórias e memórias da comunicação no Brasil*. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2009. p. 31-48.

### **Arquivo**

Instituto de Estudos de Gênero (Universidade Federal de Santa Catarina)





## *Parte 2*

---







## Apresentação Parte 2

Depois de refletirmos, junto com os oito autores e os nove artigos da primeira parte de *Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos memoráveis*, sobre a história e a memória da mídia impressa, convidamos você, leitor, a se debruçar sobre os sete artigos que compõem a segunda parte deste e-book: *História e memória na mídia audiovisual*.

Assim, o primeiro caminho a ser trilhado é o proposto por Everly Pegoraro, em “Fotografia, memória e poder: as disputas por operações memoráveis dos Posseiros de 1956”. Nele, a autora reflete sobre o papel do fotógrafo na construção das imagens desse conflito e sobre como essa figura é importante na desconstrução de uma memória oficial pretendida pelo discurso do poder instituído.

A utilização das fotografias pela mídia também é o objeto de estudo de Netília Silva dos Anjos Seixas que se deixou guiar pelo questionamento: “qual foi o percurso do uso da ilustração e da imagem na mídia impressa de Belém, no Pará, desde o surgimento do primeiro impresso, em 1822, até a atualidade?” O resultado da pesquisa e as perguntas a tal indagação podem ser conferidos em “O uso da imagem na mídia impressa em Belém: percurso e configuração”.

Continuamos em Belém para, nesse momento, junto com o artigo 3 dessa segunda parte, de autoria de Maria Ataíde Malcher, refletir sobre a TV Pública no Pará. A proposta é contribuir para os debates da constituição da TV Pública brasileira,





entendida como aquela televisão que prevê a formação cidadã. Assim, a autora procura mapear o que se fez e o que está sendo feito em termos de televisão pública no Brasil. A partir desse posicionamento, a autora tem como objetivo principal analisar o papel desempenhado pela TV Pública no Pará, entendida como um espaço televisivo que tenha como meta uma “televisão pública, cultural e de qualidade”.

“Memória e história: as minisséries como restos do passado” é o título do artigo de Marialva Barbosa, o de número quatro dessa segunda parte. O texto apresenta uma reflexão sobre os usos do passado que a televisão produz, usando como material empírico para análise a minissérie Agosto (TV Globo, 1993). Dessa forma, a autora mostra que ao repetir nas narrativas televisuais certos eventos históricos, constrói o que Ricoeur (2000) denomina esquecimento de reserva, ou seja, aquele que passado produz não a lembrança, mas o esquecimento.

Maria Berenice Machado, em “Debates nas campanhas presidenciais: Brasil 1989-2010”, reflete sobre os confrontos realizados durante as campanhas presidenciais, em especial as de 1989 e 2010, procurando distinguir quem os promoveu, a quantidade e a frequência com que ocorreram, as regras que determinaram os modelos e como repercutem na sociedade. Segundo a autora, se no ano de estreia os debates interessavam como objeto empírico dada a variedade e riqueza de seus discursos, passados mais de vinte anos, seguem atraindo a atenção pela complexidade não só de linguagens, estéticas, formatos e tipo de interações que proporcionam entre os candidatos e os eleitores, mas também pelas possibilidades plurais de mídias que os organizam, veiculam, analisam e reverberam.





Destacar as características estéticas similares nas campanhas de cervejas e refrigerantes do Brasil, a partir de meados da década de setenta até hoje, mostrando como ocorre essa analogia entre as peças é o obtivo de Márcio Fernandes e Sérgio Kulak, em “Cerveja X Refrigerante: apontamentos sobre 40 anos de similaridades na estética de suas propagandas”. Para isso, os autores analisam propagandas televisivas das maiores marcas de cerveja e refrigerante do país nos últimos quarenta anos.

Encerrando esta segunda parte – *História e memória na mídia audiovisual* – temos “Pistas para (re)construir uma história da radiodifusão em Jujuy, Argentina”. Marcelo Brunet, seu autor, nos fornece apontamentos para a (re)construção da história do rádio na província de San Salvador de Jujuy a partir de seis períodos, sendo o primeiro a década de 1930, objetivando, assim, oferecer uma contraposição à visão predominante na Argentina, a de que o modelo mais importante de radiodifusão é aquele da capital, provocando o esquecimento das particularidades da radiodifusão nas zonas interioranas.

Mais uma vez, boa leitura! Nos encontramos novamente em *Reflexões acerca da relação entre História, Memória e Mídia*.







## Fotografia, memória e poder: as disputas por operações memoráveis na Revolta dos Posseiros de 1957

Éverly Pegoraro

Já houve quem achasse que ser fotografado significava ter a alma aprisionada pelo dispositivo técnico, para sempre fixa ao papel fotográfico.

O que hoje chamaríamos de morbidez, no século XIX era uma homenagem: fotografar pessoas mortas, como se estivessem dormindo. As imagens compunham o *Álbum dos Mortos*, recordação melancólica daqueles que partiram.

Nos funerais, a fotografia também encontrou seu lugar. A morte pode representar o fim, mas a imagem do ente querido perpetua sua lembrança entre os conhecidos.

Para alguns, a fotografia é o atestado de verdade absoluta. É a prova incontestada de que aquilo realmente aconteceu, ou uma emanção do real, o “isso foi”, de Roland Barthes. A imagem passaria de uma construção do real à própria transposição dele para a superfície fotográfica.

Outros veem nela a possibilidade de aproximação (ou até mesmo posse) a algo ou alguém que, de outra forma, jamais estaria ao alcance das mãos e dos olhos. É o inatingível tornando-se possível através da representação (e da imaginação).





Poses ensaiadas, cenários especiais, trajes de festa. Imagens assim eram elaboradas para retratos de pessoas abastadas, pois a fotografia também já foi símbolo de status, principalmente quando a prática fotográfica era restrita a poucos profissionais ainda, pelo domínio da técnica e pelos custos financeiros que exigia. Os retratos eram limitados àqueles que contratavam serviços de fotógrafos ou gastavam longas horas em poses aristocráticas em estúdios especializados. Tudo para legitimar e perpetuar a notoriedade da família. Nessas “convenções da auto-representação” (DUBOIS, 1993, p. 32), apresentava-se a expressão do melhor comportamento.

As fotografias também guardam segredos que não são publicizados devido ao que contam. Fazem parte da memória proibida, conceituada por Michael Pollack (1990). Por outro lado, usos políticos e policiais já foram identificados a partir da fotografia, dando rosto a suspeitos e transgressores da ordem estabelecida (HARTEWIG, 2003). Além de estigmatizar, intimidar ou coagir, o processo facilitava a vigilância permanente e a identificação mais rápida. Dessas imagens, emergiam o medo e a insegurança pelo uso que delas se poderia fazer.

Desde as primeiras experiências de Niépce e Daguerre, a fotografia já foi vítima das mais diferentes crenças e se prestou aos mais diferentes propósitos. Pode-se dizer que nos usos pessoais ou sociais aos quais se destina, uma ideia quase sempre perpassa sua significação simbólica: a de legado para a memória. Mesmo que ela não passe de uma superfície, de um pedaço de papel (ou um arquivo digital, em tempos modernos), mesmo que não tenha profundidade, ela tem uma densidade fantástica, nos diz Philippe Dubois (1993).





Na superfície fotográfica, acalenta-se a esperança de perpetuar informações e personagens. A fotografia pode ser entendida como um suporte de memória, ou melhor, um mecanismo de acionamento da memória, uma prática memorável. Através dela, opera-se a lembrança e, ao mesmo tempo, o esquecimento, pois o apagamento, a supressão e a construção das imagens fotográficas também sugerem o que deve ser esquecido.

A fotografia integra as práticas midiáticas do processo de comunicação. Ela pauta-se em conjuntos de códigos convencionalizados no âmbito social e seus significados conduzem a formas de ser e agir do contexto no qual estão inseridas. Nessa seleção do que deve ser lembrado ou esquecido, Pierre Nora (1979, p. 181) atrela a existência dos acontecimentos contemporâneos às práticas midiáticas. “A publicidade dá forma à sua própria produção. (...) O fato de terem acontecido não os torna históricos. Para que haja acontecimento é necessário que seja conhecido”. Já não se fala, portanto, em grandes narrativas norteadoras da coesão social e, por conseguinte, formadoras de memórias totalizadoras. Os critérios de relevância social do passado e definidores do que é memorável foram alterados. Em meio à dispersão e pluralidade de informações provenientes dos meios de comunicação, proporcionando memórias cada vez mais fragmentadas e múltiplas, a operação seletiva do que é memorável é decisiva, pois é uma das ações que permite atribuir sentidos à realidade.

Também é de Pierre Nora (1993) o conceito de lugares de memória, pensados como uma espécie de “âncoragem memorável compensatória” numa





sociedade obcecada pela necessidade de não esquecer. Isso seria resultado das próprias características da sociedade contemporânea marcada pela instantaneidade e potencializadas pelas novas tecnologias de comunicação. Assim, a “preservação” do passado se dá através da multiplicação dos lugares memoráveis.

Andreas Huyssen (2000) salienta que não podemos discutir memória pessoal ou pública sem considerar a enorme influência das novas tecnologias de mídia. Ele diz que os modos de rememorar nos definem no presente, assim como a rememoração dá forma aos nossos elos de ligação com o passado. “Como indivíduos e sociedades, precisamos do passado para construir e ancorar nossas identidades e alimentar uma visão de futuro” (HUYSSSEN, 2000, p. 67).

No entanto, este autor critica Nora, o qual acredita que os lugares de memória compensam a perda dos meios de memória. Huyssen enfatiza que as tradições culturais têm sido elas mesmas afetadas pela modernização, através da reciclagem digital mercadorizada. Para ele, “qualquer senso seguro do próprio passado está sendo desestabilizado pela nossa indústria cultural musealizante e pela mídia, as quais funcionam como atores centrais no drama moral da memória” (2000, pp. 29-30). A fotografia, nesse processo, faz parte do conjunto de tramas que constituem a memória narrativa da sociedade, funcionando como um dispositivo que lega ao futuro fragmentos do passado, ao mesmo tempo em que os recodifica, no presente.

É a partir da reconstrução de narrativas individuais que se forma a memória coletiva da sociedade. As memórias de cada indivíduo também se tecem a partir de





um enquadramento coletivo, que fornece a base de compreensão comum simbólica do grupo, em uma relação temporal e espacial. Maurice Halbwachs (1990) fala em quadros sociais de memória, que são os instrumentos utilizados pelo coletivo para recompor uma imagem do passado, dando-lhe significação. Para ele, a memória é evocação do passado, mas também um saber. A partir dos quadros sociais memoráveis é que se torna possível a operação de lembrar. Formam-se, então, interações dinâmicas entre indivíduos e suas experiências, fazendo com que a lembrança se reconstrua no presente, em suas diferentes finalidades sociais.

Perpetuar, lembrar, esquecer, produzir sentido. Dubois (1993) entende a fotografia como uma operação racional que fornece sentido às experiências sociais, mas que, ao mesmo tempo, as dignifica, hierarquiza, tornando-as memoráveis. Todas essas operações fazem da fotografia um significativo instrumento a serviço de grupos sociais, em suas disputas por poder. Enquanto prática midiática, a imagem seleciona, fixa e delega importância a fatos e personagens, retendo-os no discurso da excepcionalidade.

Aprisionando o acontecimento em um suporte de excepcionalidade, a mídia reproduz a memória do que é excepcional. A fixação desses marcos por meio de mecanismos de preservação escritos ou visuais deve ser vista como um elemento básico de construção seletiva da memória que engendra, sobretudo, a questão do poder. Percebendo-a como seleção e como construção é necessário ver os agentes ou os senhores dessa operação como detentores de poder: tornar-





se senhor dos lugares e das agências da memória é ser senhor da memória e também do esquecimento. Eternizar um dado momento é domesticar e selecionar a memória. Ao selecionar o que deve ser lembrado e ao esquecer o que deve ficar em zonas de sombra e de silêncio, os meios de comunicação tornam-se também senhores da memória. (BARBOSA, 2007, p. 51)

A definição do que deve ser público e lembrado são manifestações de poder sobre a memória coletiva. Jacques Le Goff (1990) explica que a memória foi posta em jogo na luta das forças sociais pelo poder. O historiador considera a fotografia como um dos fenômenos mais significativos da manifestação da memória coletiva, entre o fim do século XIX e o início do século XX. Argumenta que ela revoluciona a memória, pois a multiplica e a democratiza de uma forma nunca antes atingida, permitindo assim guardar a memória do tempo e da evolução cronológica.

Dois conceitos importantes de Le Goff (1990) também podem ser aplicados à fotografia e suas relações com a memória: entendê-la como documento e monumento. Para conservar traços do passado, criam-se documentos/monumentos. O monumento é tudo aquilo que pode evocar o passado, perpetuar a recordação voluntária ou involuntária, enfim, é um legado à memória coletiva. Já o documento é um produto da sociedade que o fabricou segundo as relações de forças que aí detinham o poder. O historiador explica que o documento torna-se monumento, resultante do esforço das sociedades históricas para impor ao futuro, de forma voluntária ou não, determinada imagem de si próprias. Por isso, para Le Goff (1990), é preciso desestruturar esta construção e analisar as condições de produção dos documentos/monumentos.





A fotografia/documento mostra indícios do passado. Entendê-la como monumento, por sua vez, é pensá-la como símbolo para ser perpetuado ao futuro, conformando determinada visão de mundo dos grupos que detinham o poder e as condições para transformá-la nisso.

O historiador Boris Kossoy (2002) defende a aplicação de dois termos semelhantes às relações entre fotografia, história e memória. Para ele, a imagem fotográfica é documento e representação que contém em si realidades e ficções. Trata-se de um documento, pois é uma representação a partir do real, um vestígio de algo que se passou na realidade concreta, em dado espaço e tempo, portanto, uma fonte histórica. Ao mesmo tempo, é uma representação resultante de um processo de criação subjetivo.

Um dos sustentáculos da memória, instrumento de manipulação política e ideológica. O documento fotográfico, fragmentário por natureza, é o resultado final de elaboradas construções estéticas, técnicas e culturais. Justamente por essas características, Kossoy (2007) diz que pode se prestar a olhares e usos ideológicos determinados, pois é instrumento de poder para aqueles que o detém. Para ele, é a ideologia que determina destinos e finalidades das imagens e, assim, molda-se a memória.

... as imagens são igualmente ‘cegas’ em relação a certos fatos ou podem mostrá-los apenas sob ângulos em que nada se percebe além de composições esteticamente programadas. Essas manipulações aparentemente inocentes – que podem ser entendidas como ‘interpretações’ – são inerentes à produção





da representação fotográfica e, portanto, compõem a trama do documento: essa ambigüidade permeia a história da fotografia e do fotojornalismo. (KOSSOY, 2007, p.105-6)

A fotografia representa uma prática eficaz para a legitimação de discursos, através da educação do olhar. Ela é mediadora de relações sociais e contribui para a conformação de valores e comportamentos, para a acomodação de visões de mundo. A compreensão do próprio presente como um processo histórico é permeada pela representação fotográfica, já que as “... imagens nos permitem ‘imaginar’ o passado de forma mais vívida” (BURKE, 2004, p.17).

Além disso, ela compõe historicamente a textualidade de uma determinada época, pois engendra uma capacidade narrativa que se processa nessa temporalidade. Dessa forma, é possível estabelecer um diálogo de sentidos com outras referências culturais de caráter verbal e não-verbal. “As imagens nos contam histórias, atualizam memórias, imaginam a história. Esse [é] o campo que define a ordem do visível (e do invisível)” (MAUAD, 2008, p. 20).

Portanto, a experiência fotográfica é, também, uma prática de produção de sentido social.

Nessa perspectiva, a fotografia é interpretada como resultado de um trabalho social de produção de sentido, pautado sobre códigos convencionalizados culturalmente. É uma mensagem que se processa através do tempo, cujas unidades constituintes são culturais, mas assumem funções signíicas diferenciadas, de acordo tanto com o contexto no qual a mensagem é veiculada,





quanto com o local que ocupam no interior da própria mensagem (MAUAD, 1990). Estabelece-se, assim, não apenas uma relação sintagmática, na medida em que veicula um significado organizado, segundo as regras da produção de sentido nas linguagens não-verbais, mas também uma relação paradigmática, pois a representação final é sempre uma escolha realizada num conjunto de escolhas possíveis. (MAUAD, 2008, p. 36)

Contudo, é necessário esclarecer que a fotografia não é inerte e, por conseguinte, a memória não se deposita nela. As imagens são expressões de um regime de visualidade, suporte de relações sociais, mas não a memória dos acontecimentos em si mesma.

A memória não é inerte, ela não se deposita nas coisas, é, ao contrário, resultado do investimento das sociedades humanas em fazer lembrar, em evitar o esquecimento (...). Portanto, as fotografias conformam os quadros da memória social que, acionados pelo trabalho de memória, também servem para fazer lembrar. (MAUAD, 2008, p. 26).

Cabe salientar que a imagem não deve ser pensada isoladamente, para não cair no perigo reducionista de achar que a imagem não resulta do engendramento de processos comunicacionais complexos. Por isso, não é possível pensar a imagem fora do ato que a faz ser – trata-se de uma imagem-ato, que implica a questão do sujeito em processo, constituída pelo gesto de sua produção propriamente dita, pelo ato de sua recepção e de sua contemplação (DUBOIS, 1993).





Jamais se deverá esquecer na análise, sob a pena de ser enganado por essa epifania da referência absolutizante, que a *jusante* e a *montante* desse momento da inscrição “natural” do mundo na superfície sensível (o momento da transferência automática de aparência), que, de ambos os lados, há gestos e processos, totalmente “culturais”, que dependem por inteiro de escolhas e decisões humanas, tanto individuais quanto sociais. (DUBOIS, 1993, p. 85)

A imagem se insere historicamente em circuitos sociais dos quais interagem os fotógrafos. Como explica Peter Burke (2004), representações da sociedade nos dizem sobre a relação entre o realizador da representação e a pessoa representada. Esta pode ser vista com maior ou menor distância, em diferentes enfoques. Assim, o que se vê é uma visão de sociedade, num sentido visual, mas também ideológico. Fotógrafos e personagens dessas representações sabem que fazem parte delas e, simultaneamente, as vêem na condição de espectadores.

Portanto, para tratar da memória como produção social e de suas relações com a fotografia, há que se relacionar três elementos na produção da imagem-ato: autor (fotógrafo), produção (fotografia) e leitor, ambos envoltos e contribuintes, de alguma forma, de um regime de visualidade.

O fotógrafo é o mediador do processo, que atua mediante o recurso a uma série de regras sociais e que envolvem, inclusive, o domínio de um saber de ordem técnica. Nesse momento, ele é o sujeito social que detém técnicas e escolhe, entre uma





série de possibilidades (estéticas e contextuais), aquelas que mais se adequam aos seus objetivos para a produção fotográfica.

Vale a pena lembrar os conceitos de Pierre Bourdieu (1982), que explica que o indivíduo se insere e se relaciona em múltiplos campos sociais. Neles, os agentes se comunicam, efetuam trocas simbólicas e se posicionam socialmente. Essas ações são resultado, também, de um *habitus* que, para Bourdieu, é o sistema de disposições socialmente constituídas, internalizadas pelo indivíduo ao longo de suas experiências. Dessa forma, entende-se que os fotógrafos, com seus conceitos, suas opiniões e seu aparato tecnológico, constituíram grupos de atores que instauraram regimes estéticos. Suas ações são entendidas como embates que acontecem no mundo social, como resultado da busca dos agentes sociais por posições nos campos sociais em que estão. É a partir disso que se dá a relação entre o sujeito e a sociedade e, num sentido mais amplo, engendram-se processos de comunicação que, por sua vez, contribuem para a construção de práticas memoráveis e de narrativas históricas.

Os usos para os quais se destina a fotografia definem os seus circuitos culturais – fotos de família, de imprensa, para exposição em galerias, etc. Nesses usos, a leitura se dá a partir de um conjunto de conhecimentos convencionalizados culturalmente e ligados ao contexto do receptor. Cada época e cada lugar possuem formas específicas e contextuais de representar o mundo visível, que variam de acordo com diferentes regimes de visualidade. Estes contribuem para a legitimação de conceitos e valores, para a acomodação de visões de mundo, para a compreensão de conhecimentos, para o estabelecimento de comportamentos.





Existem regras de leitura dos textos visuais que são compartilhadas pela comunidade de leitores. Tais regras não são geradas espontaneamente; na verdade, resultam de uma disputa pelo significado adequado às representações culturais. Sendo assim, sua aplicação por parte dos leitores/destinatários envolve, também, a situação de recepção dos textos visuais. Tal situação varia historicamente, desde o veículo que suporta a imagem até a sua circulação e consumo, passando pelo controle dos meios técnicos de produção cultural, exercido por diferentes grupos que se enfrentam na dinâmica social. Portanto, se a cultura comunica, a ideologia estrutura a comunicação, e a hegemonia social faz com que a imagem da classe dominante predomine, erigindo-se como modelo para as demais. (MAUAD, 2008, p. 39)

Como já foi dito, ao perpetuar situações, pessoas e significados, a fotografia em suas várias práticas torna-se um elemento de construção seletiva de memória que engendra relações de poder. A dialética da lembrança e do esquecimento, as estratégias de permanência do passado, a criação de suportes de visualização, as ações de selecionar e construir informações memoráveis legam aos agentes dessas operações uma detenção de poder: tornam-se senhores da memória e do esquecimento, selecionando o que deve ser lembrado, o que deve ser esquecido e o que deve ficar em zonas de sombra e de silêncio. São essas situações que serão explicitadas a seguir.





## As disputas por operações memoráveis

O papel do fotógrafo na produção social da memória fica explícito na análise que pode ser feita das imagens de um levante agrário ocorrido no Sudoeste do Paraná, conhecido como Revolta dos Possesiros de 1957. É possível estabelecer contrapontos entre as imagens de Oswaldo Jansen (fotógrafo de *O Estado do Paraná* e *Tribuna do Paraná*<sup>1</sup>), que acompanhou *in loco* a situação, e os discursos oficiais, proferidos principalmente pelo governador do Estado no período, Moysés Lupion.

Duas imagens de Jansen são suficientes para estabelecer as relações feitas até aqui entre fotografia, memória e poder. Elas operam na contramão da memória politicamente desejável. Para Huyssen (2000), nenhuma memória política pode funcionar sem o esquecimento. E as imagens deste fotógrafo nos legam leituras que não permitem esquecer aquilo que o discurso oficial procurou apagar ou, pelo menos, manipular: a ação de posseiros e pequenos produtores rurais na luta pela posse de terra. É necessário salientar que o fotógrafo trabalhava para dois jornais pertencentes a um grupo de oposição ao governador do Estado.

O Sudoeste do Paraná, desde o início de seu povoamento, presenciou várias e longas disputas de terras. Pode-se dizer que o levante agrário de 1957 foi o ápice da disputa pela área das Glebas Missões e Chopim, as quais ocupavam quase a totalidade da referida região. Mesmo em disputa entre os governos federal e estadual há vários anos, foi cedida a colonos – principalmente vindos do Rio Grande do Sul e de Santa

---

<sup>1</sup> *O Estado do Paraná* e *Tribuna do Paraná* eram periódicos impressos de Curitiba que pertenciam ao mesmo grupo dirigente.





Catarina – através da Colônia Agrícola General Osório (Cango) e negociada como pagamento à companhia de terras Clevelândia Industrial e Territorial Ltda. (Citla). O negócio foi contestado legalmente, devido às inúmeras irregularidades da operação. Além desses pretensos proprietários, ainda havia inúmeros posseiros na região, estabelecidos ali há muitos anos.

A Citla e mais duas companhias – Companhia Comercial e Agrícola Paraná Ltda. e Imobiliária Apucarana Ltda. – eram classificadas de grileiras devido às irregularidades nos títulos de propriedade que emitiam, já que o seu direito de posse foi negado pela justiça e, mesmo assim, vendiam terras sem autorização legal, mediante falsas escrituras de propriedade. Elas instauraram um regime de violência na região, com a contratação de homens de índole duvidosa, até mesmo foragidos da lei, conhecidos como jagunços. Muitos habitantes foram expulsos ou fugiram para a Argentina, em sua área fronteira com o sudoeste paranaense.

Em 1957, pequenos produtores rurais e posseiros organizaram diversas estratégias de resistência e luta às investidas dos jagunços contratados pelas companhias grileiras para amedrontá-los e expulsá-los de suas terras. As ações desses homens eram violentas e resultavam em estupros, espancamentos, incêndios, depredações e mortes. Em outubro daquele ano, colonos e posseiros se organizaram em um conflito armado, tomaram as suas cidades e expulsaram as companhias de terras e os jagunços, além de exigir a designação de novas autoridades municipais. O levante ocorreu em vários municípios, como Pato Branco, Francisco Beltrão e Santo Antonio do Sudoeste<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Para mais informações sobre a Revolta dos Posseiros de 1957, algumas sugestões: MARTINS, Rubens da Silva. Entre





Em seus discursos oficiais, o governador Lupion<sup>3</sup> sempre buscava evidenciar o progresso do Paraná e sua importância perante o país, propondo uma política modernizadora. Fazia questão de dizer que a revolta no Sudoeste era resultado de atos esporádicos e inflamados pela sua oposição política. Também elogiou os serviços de segurança pública do Estado, apontando a “eficiência e serenidade da ação dos serviços de segurança pública no caso do sudoeste”, fator condizente com “os foros de civilização da nossa terra” (PARANÁ, 1958, p. 12). Sua intenção era mostrar que, apesar de o conflito agrário ter sido assunto para a mídia nacional e internacional, que identificou o Paraná como uma terra de violência e de jagunços, esses imprevistos não podiam alterar a imagem de um Estado moderno, promissor e civilizado.

As manifestações dos colonos e posseiros do Sudoeste não se constituíram em um movimento político organizado, sob diretrizes pré-estabelecidas, mas, ao mesmo tempo, não foram apenas ações isoladas de uma massa manipulada ou rebelde. Uma das ações mais emblemáticas do levante aconteceu em Francisco Beltrão. Convocados pela Rádio Colméia, colonos e posseiros se posicionaram em frente à emissora, que participou ativamente do conflito. Após as negociações com o representante do governo do Estado, e recebendo dele a garantia que suas reivindicações seriam atendidas, os manifestantes invadiram os escritórios das companhias grileiras instaladas

---

jagunços e posseiros. Curitiba: Studio GMP, 1986; WACHOWICZ, Ruy Christovam. Paraná, Sudoeste: ocupação e colonização. Curitiba: Lítero-Técnica, 1985; VOLTOLINI, Sittilo. Retorno 2. Pato Branco na Revolta dos Posseiros de 1957. 2 ed. Pato Branco: Fatex, 2003.

3 Lupion teve dois mandatos políticos: o primeiro em 1946-1950 e o segundo em 1955-1959.



no município. Eles rasgaram todos os documentos que encontraram no local, jogando-os nas ruas. (Figura 1)

José de Souza Martins lembra que as revoltas têm que acontecer no imaginário das elites dominantes e da mídia, para não se tornar apenas nota de rodapé de jornal. “A multidão, quando age, como corpo provisório, age sobretudo para ser vista e temida, o que no vazio da roça não faz o menor sentido” (MARTINS, 2008, p.137). Os manifestantes do levante de 1957 perceberam isso, quando olhavam diretamente para a câmera fotográfica de Jansen. Tais imagens povoariam a imaginação dos leitores do jornal na capital do Paraná. “A fotografia nos diz, então, que não basta fazer história. É preciso mostrar que se está fazendo história. Está aí uma concepção clara da modernidade”. (MARTINS, 2008, p.168).



**Figura 1 - Documentos rasgados**  
Fotografia de Oswaldo Jansen – 12 de outubro de 1957, Francisco Beltrão.  
Acervo do Departamento de Cultura de Francisco Beltrão

Jansen retrata o momento após a depredação dos escritórios das companhias, quando os colonos já jogaram os documentos nas ruas centrais de Francisco Beltrão.





Os papéis formam um tapete sob os pés dos manifestantes e outros aparecem amassados em suas mãos. Os personagens estão alinhados, segurando os documentos amassados. Eles olham para a câmera, certos de que o momento merece ser registrado para a posteridade.

A maioria deles são colonos vindos do Rio Grande do Sul, atraídos pelas promessas de terras férteis no Paraná, resultado da política de colonização empreendida pelo governo do Estado na década de 1950. Os colonos, ao contrário dos posseiros da região, preocupavam-se em ter documentos que legalizassem as áreas que lhes foram cedidas. Muitos deles foram obrigados a assinar falsas notas promissórias e a pagar indevidamente pelo espaço que habitavam. Nessa fotografia, eles querem deixar registrado que esses papéis não serão mais utilizados como argumentos pelas companhias de terras.

As lentes da câmera, atrasadas, construíram uma representação do que aconteceu a partir do que os atores se propuseram a mostrar. Depois que o ato supostamente transgressivo aconteceu, os manifestantes posam, com os olhos voltados para a câmera e mostram os documentos que legitimariam às companhias grileiras a posse das terras. O olhar diretamente para a câmera pode ser entendido como uma relação de maior proximidade com o leitor do jornal. Muitos desses homens eram analfabetos, mas isso não lhes impedia de saber que o direito legal a terra, legitimado pelo documento, já suplantava o direito social ao uso. Eles compreendiam que era o papel, o oficial e não o falso emitido pelas companhias grileiras, que lhes asseguraria o





direito de trabalhar naquelas terras. Uma interpretação que contradiz o discurso oficial de que eles queriam apossar-se indevidamente de terras devolutas.

Outra imagem relaciona-se diretamente com a análise feita até aqui sobre fotografia, memória e poder. Durante o levante em Francisco Beltrão, os manifestantes retiraram a placa da avenida principal, nomeada Júlio Assis Cavalheiro, pioneiro que loteou a parte central da cidade, liderança política e presidente da Citla. Também derrubaram o obelisco comemorativo à fundação do município, em que figurava uma placa com o nome da Citla (Figura 2).

Le Goff nos diz que os monumentos em homenagem ao passado servem para evocá-lo e perpetuar recordações, como legado à memória coletiva. Derrubar o obelisco significava um enfrentamento a essa perpetuação de uma memória imposta pelo grupo dominante que, simultaneamente, se instituíria como dirigente político e aliado àqueles que vendiam irregularmente as terras. Era uma recusa simbólica à instituição de um lugar de memória oficial.

É importante salientar que, nessa fotografia, entende-se a importância da contextualização na análise fotográfica. Nessa imagem-ato, como explica Dubois, é possível relacionar a intenção do fotógrafo, ao mostrar o momento “decisivo” propriamente dito, mas ao mesmo tempo, é necessário entender o contexto da situação, que não representa uma simples transgressão dos manifestantes, como relatava a imprensa oficial, e sim um ato simbólico de recusa a uma memória imposta.





**Figura 2 – A derrubada do monumento**  
Fotografia de Oswaldo Jansen – 12 de outubro de 1957, Francisco Beltrão.  
Imagem gentilmente cedida pelo Jornal de Beltrão

### **Considerações finais**

Lembrar, esquecer, produzir sentido. Através da fotografia, é possível operar a lembrança e, ao mesmo tempo, o esquecimento. Em meio à diversidade e dispersão de fatos, as operações seletivas da memória passam a ser imprescindíveis, pois permitem atribuir sentidos à realidade. E, nessas operações, as estratégias de representação utilizadas pelos grupos sociais dominantes também influenciam na produção, na condução e na manutenção do que deve ser memorável. Nos embates de forças que então acontecem, diferentes atores sociais estão envolvidos no processo. Na temática aqui escolhida, são fotógrafos, personagens e grupos dominantes.





O papel do fotógrafo na construção das imagens desse conflito mostra-se como importante na desconstrução de uma memória oficial pretendida pelo discurso do poder instituído. As imagens de Jansen veiculadas em dois jornais do Paraná permitem a contraposição entre ações dos manifestantes (que não tinham voz nos jornais impressos da capital) e palavras do grupo político que liderava a administração do Estado (PEGORARO, 2008).

As fotografias como as duas analisadas aqui e veiculadas na imprensa permitem ampliar a compreensão sobre os microprocessos memoráveis e de comunicação que circundam as práticas midiáticas. Essas produções são significativas como dissonantes da elaborada pela imprensa vinculada aos interesses do governo do Estado, na época em que as disputas por terra representaram um dos assuntos mais conturbados da História do Paraná.

Pensar nas condições sociais de produção da lembrança e do esquecimento permite refletir sobre as interações dinâmicas entre passado e presente, entre experiências vividas e transmitidas por indivíduos e grupos, entre memórias dominantes e dominadas, e, acima de tudo, sobre os diversos usos sociais que se faz dessas dinâmicas. A memória é dialógica, ao estabelecer relações com o presente/ausente; resultante de construções simbólicas e associações inscritas socialmente.

Portanto, o meio social onde o indivíduo se insere é decisivo sobre a sua memória, pois o sujeito é constituído nas suas relações sociais. A memória coletiva, por sua vez, resulta do compartilhamento de construções memoráveis. Ela é, ao





mesmo tempo, evocação, lembrança de fatos vividos, testemunho, narrativa histórica, escolhas de interpretações do passado, muitas vezes instrumentalizadas politicamente.

Fragments, rastros e monumentos de passado construídos socialmente configuram um tecido que permitem interpretar o passado, além de delegar ações e funções a atores sociais. A produção fotográfica pode indicar pistas de lutas por instituição de memórias entre dominantes e dominados. Na análise aqui apresentada, são tentativas de construir uma memória dominante onde, nas próprias representações, leem-se as lutas dos grupos dominados por desconstruir essas ações, instituindo outras interpretações e memórias. Compreender o lugar simbólico ocupado por fotógrafos e pelo processo fotográfico nessas ações é buscar compreender os processos de comunicação que se engendram nesses espaços, pois eles contribuem para a constituição das próprias narrativas históricas.

### **Referências**

BARBOSA, Marialva. *Percursos do olhar*. Niterói: EdUFF, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1982.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. Campinas: Papyrus, 1993.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.





HARTEWIG, Karin. Imagens do inimigo: oposição e dissidência política nas fotografias do Ministério da Segurança de Estado da República Democrática da Alemanha. In: *Tempo*, Rio de Janeiro, jan-jun 2003, n° 14, v. 7, pp. 107-130.

HUYSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

KOSSOY, Boris. *Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

\_\_\_\_\_. Realidades e ficções na trama fotográfica. 3.ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

LE GOFF, Jacques. *História e memória*. Campinas: Editora da Unicamp, 1990.

MAUAD, Ana Maria. *Poses e flagrantes: ensaios sobre história e fotografias*. Niterói: Editora da UFF, 2008.

NORA, Pierre. O retorno do fato. In: LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre. *História: novos problemas*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.





\_\_\_\_\_, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Revista Projeto História*. São Paulo: Departamento de História de Pontifícia Universidade Católica de São Paulo / PUC-SP, n°.10, 1993, pp. 07-28.

PARANÁ. *Mensagem apresentada a Assembléia Legislativa do Estado por ocasião da abertura da Sessão Ordinária de 1958 pelo senhor Moysés Lupion, governador do Paraná*.

PEGORARO, Éverly. *Dizeres em Confronto: A Revolta dos Posseiros de 1957 na imprensa paranaense*. Guarapuava: Editora Unicentro, 2008.

POLLACK, Michael Pollack. “Memória, Esquecimento, Silêncio”. *Estudos Históricos*, 2 (3) 3-15, 1989, Rio de Janeiro.







## O uso da imagem na mídia impressa em Belém: percurso e configuração

Netília Silva dos Anjos Seixas

Qual foi o percurso do uso da ilustração e da imagem na mídia impressa de Belém, no Pará, desde o surgimento do primeiro impresso, em 1822, até a atualidade? Esta foi a questão principal a guiar a elaboração deste artigo, produzido no âmbito da pesquisa “Jornais Paraóaras: percurso da mídia impressa em Belém”, desenvolvida desde 2009 na Faculdade de Comunicação da UFPA e aprovada em agosto de 2010 pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) no Edital Ciências Sociais Aplicadas, com enfoque no século XIX.

Vivemos, na atualidade, imersos numa profusão de informações com diferentes matizes, possibilitadas pelas novas mídias de comunicação. Enquanto, por um lado, fala-se na possibilidade de desaparecimento dos jornais e, por outro, alguns impressos migram para o ambiente *on-line*,<sup>1</sup> o conhecimento do percurso histórico da mídia impressa na região amazônica - e, no nosso caso, de Belém - ainda é escasso e pouco sistematizado. A proposta do projeto Jornais Paraóaras é contribuir para o conhecimento desse percurso, abordando, para isso, vários aspectos, que vão da configuração gráfica e da empresa jornalística aos discursos tecidos cotidianamente

<sup>1</sup> Caso do Jornal do Brasil, por exemplo, que deixou de circular na versão impressa, permanecendo apenas *on-line*.





em suas páginas. Nesse contexto, a proposta aqui feita diz respeito a um fragmento desse conjunto maior, quando se propõe a observar o uso da imagem ao longo do tempo no campo jornalístico impresso.

### **Algumas observações necessárias**

Antes de seguir adiante, é prudente assinalar que este é um artigo<sup>2</sup> exploratório e apresenta, acima de tudo, uma descrição temporal de dados, mais que uma análise. Por ser uma pesquisa recente, em que ainda há mais perguntas para serem respondidas do que informações prontas, as lacunas ainda são muitas, necessitando mais buscas em fontes diversas, cruzamento e sistematização de dados, para se ter um estudo mais profundo que consiga responder ao menos parte das questões agora em aberto.

Uma outra limitação diz respeito ao acesso aos dados existentes. Catálogo publicado em 1985 pela Biblioteca Pública Arthur Vianna, em Belém, enumerava a existência de 1005 publicações impressas, entre jornais e revistas, no período de 1822 até aquela data (1985). Entretanto, nem tudo está disponível na biblioteca Arthur Viana ou em outro local, como a Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, fonte de vários dados hoje acessíveis. Uma parte se perdeu, outra encontra-se inacessível à espera de tratamento e disponibilização e outra fração acha-se aberta ao público, com

---

<sup>2</sup> Para a elaboração deste artigo foi fundamental a ajuda de algumas pessoas, a quem preciso agradecer imensamente: o bolsista de Iniciação Científica (UFPA Ações Afirmativas) do projeto Jornais Paraóaras, Phillippe Sendas de Paula Fernandes, que auxiliou diretamente na busca e análise dos dados; o caricaturista J. Bosco e o jornalista Walter Pinto, que contribuíram com informações e material empírico, como catálogo e acervo de fotos; e ainda os funcionários da Biblioteca Pública Arthur Vianna, de Belém, especialmente Vítor Etrusco, Luísa e Ranulfo Campos, pelo acesso aos dados.





alguns exemplares em deterioração pelo uso. Segundo dados da administração da biblioteca em Belém, apenas seis por cento do acervo encontra-se microfilmado. É sobre esse acervo microfilmado e sobre os exemplares em exposição que a pesquisa tem se voltado, até o momento, mas acervos de outras instituições apresentam-se com possibilidades de fornecerem informações relevantes, o que ainda está sendo buscado.

### **Imagens, ilustrações...**

Para os fins deste texto, não estamos problematizando as diferenças que possam haver entre as expressões *imagem* e *ilustração*. A expressão *imagem* está sendo usada de forma ampla, abarcando os recursos costumeiramente nomeados como *ilustração* (caricatura, charge e outros desenhos humorísticos ou não) e a fotografia. Aliás, abarca inclusive os recursos gráficos presentes na imprensa e que antecederam os desenhos, as caricaturas, as fotografias. Estas e outras expressões correlatas serão aqui usadas indistintamente, a despeito de suas especificidades.

São muitas, ainda, as lacunas na execução dessa proposta. Quais foram os processos de produção da imagem e como eram realizados? Qual a relação com a sociedade local? Como trabalhavam os profissionais? Estas são apenas algumas questões que a pesquisa, ainda em fase inicial, precisa responder e que abordaremos em outro momento. Por ora, estamos nos baseando em levantamento bibliográfico de autores nacionais e locais e na observação direta de publicações (prioritariamente jornais, mas incluindo algumas revistas) disponíveis em microfilme e em papel.





Até chegar ao formato de hoje, as publicações impressas percorreram um longo caminho, do ponto de vista da configuração gráfica e do conteúdo. Diante dos variados aspectos que o tema apresenta, a nossa abordagem terá como ponto de referência o uso da imagem, como se apresenta nos impressos. Iniciamos, a seguir, um panorama por uma pequena parte desse percurso.

### **Os primeiros passos da imprensa paraense**

A historiografia disponível sobre o trajeto da imprensa no Brasil permite afirmar que o Pará, se não foi dos primeiros a ter um jornal impresso, também não demorou tanto assim quanto a esse feito. O ano de 1808<sup>3</sup> é tido como o de publicação impressa do primeiro jornal no país, no Rio de Janeiro. Depois dessa data, surgiram jornais na Bahia, em 1812, no Maranhão, em 1821, entre outros estados (MOREL, 2008, p. 32, 41). Na região Norte, o primeiro jornal a ser publicado foi *O Paraense*, editado pela primeira vez em 22 de maio de 1822, em Belém. Tal publicação se dá no contexto político da revolução constitucionalista portuguesa de 1820, cujas influências chegaram até a capital paraense (COELHO, 1989), possibilitando a materialização de um jornal impresso que tinha a significação de ir além das folhas manuscritas que circulavam até então na cidade.

Na década de 1820, onze jornais parecem ter circulado na capital paraense (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985, p. 12-9), em edições semanais ou

---

<sup>3</sup> Independente de se admitir o Correio Braziliense ou a Gazeta do Rio de Janeiro como o primeiro jornal brasileiro, ambos saíram em 1808, com diferença de alguns meses.



bisemanais, com tempos variados de duração. Em consulta aos exemplares disponíveis (*O Paraense* e *A Voz das Amazonas*) no setor de microfilmagem da Biblioteca Pública Arthur Vianna, pode-se observar uma semelhança entre eles: pequeno formato, poucas páginas (quatro ou cinco), abordagem de assuntos oficiais, religiosos, comerciais (principalmente marítimos), além de avisos (ao modo de anúncios). Do ponto de vista visual, apareciam, além dos textos, alguns fios horizontais (separando informações) ou verticais (delimitando colunas) e um brasão no alto da página, ao centro. *A Voz das Amazonas* traz um recurso gráfico a mais que *O Paraense*. Essa era, também, a aparência da *Gazeta do Rio de Janeiro*, só que duas décadas antes (ver Figura 1).

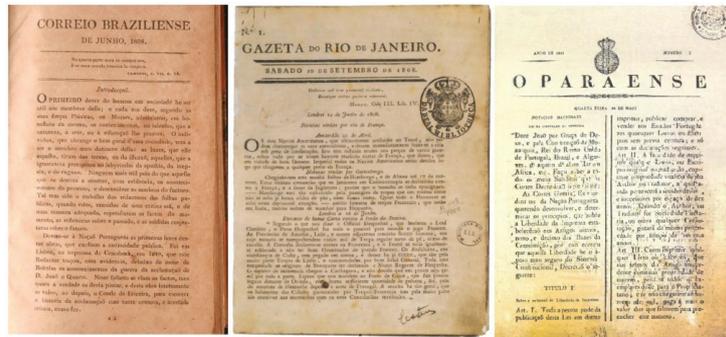


Figura 1: As primeiras edições dos jornais *Correio Braziliense* (1808), *Gazeta do Rio de Janeiro* (1808) e *O Paraense* (1822).

Falando sobre o início da imprensa no Brasil, diz Bahia (2009, p. 66) que a importação de prelos e caracteres estava "sujeita a embaraços burocráticos e (...)



dificuldades financeiras". Com relação à qualidade dos impressos, o autor (2009, p. 66) complementa: "Com raras exceções, os jornais são mal impressos, a disposição gráfica é descuidada, o papel é de qualidade inferior".

A gravura, anterior ao jornal impresso, ilustra incunábulos e livros até que o *Correio Braziliense* e a *Gazeta do Rio de Janeiro* o utilizam em suas páginas. O desenho, a caricatura, mais tarde, incorporam novas técnicas gráficas ao jornalismo. Bonecos, frisos, vinhetas, animam o texto impresso desde 1831, uma produção da Litografia Briggs. (BAHIA, 2009, p. 67).

Em Belém, as publicações jornalísticas da primeira década apresentam uma enorme limitação no uso de qualquer recurso gráfico, que se resume ao brasão e aos fios separando textos ou colunas. Embora Bahia já aponte a presença de alguns recursos gráficos, como a gravura, nos dois jornais do Rio de Janeiro, em Belém, o cenário muda muito pouco na década de 1830, pelo que apontam os dois jornais consultados, *A Sentinela Maranhense na Guarita do Pará* e *O Sagitário*. *A Sentinela* apresenta apenas textos separados por alguns fios, enquanto *O Sagitário* traz, em mesmo alinhamento, as imagens da figura mitológica sagitário, no alto à esquerda, e de um globo, no alto à direita. A questão ainda a ser verificada é qual a técnica usada para a produção dessas imagens que são, em simples observação, desenhos de pequenas dimensões e ainda sem expressividade.

Na década de 1840, os dois jornais analisados (a nova versão de *O Paraense* e *Treze de Maio*) mostram pequena diferença no investimento gráfico que realizam. O





primeiro traz uma maior quantidade de fios, alguns tracejados e escassos desenhos de uma pequena mão fechada com o indicador aberto apontando, possivelmente com a finalidade de destaque, de chamar a atenção para o que é dito em seguida no título ou no texto (algumas vezes, a mão aparece no meio do texto). Já em o *Treze de Maio* se vê, além desses sinais, outros desenhos, como de casas (quando se “avisa” sobre um aluguel), de navios (quando se fala sobre a partida dessas embarcações) e até mesmo de um homem falando para crianças ou jovens sentados (quando se trata do anúncio de um professor de aulas diversas). Esse jornal também faz uso de letras capitulares no início dos textos, o que não acontecia com os demais.

Vilhena e Mesquita (1997), em estudo sobre a história da ilustração nas publicações periódicas portuguesas no período entre 1820 e 1850, observam:

Neste momento, apenas convém referir que a ilustração, nos periódicos, esteve na maior parte dos casos ausente, limitando-se a esporádicos ornatos, vinhetas e uma ou outra gravura xilogravada.

Até 1820, os jornais apresentaram um reduzido número de ornatos e algumas vinhetas que ilustram os seus cabeçalhos. A rara ilustração gráfica era ainda penalizada pela fraca sensibilidade artística e deficiente técnica dos impressores e compositores. Os tipos eram de qualidade sofrível. O papel utilizado era mau. Estes aspectos, conjugados negativamente, explicam a fraca qualidade geral encontrada na rara ilustração que observámos nos periódicos nacionais.

Os jornais que atingiram maior destaque só raramente utilizaram





a ilustração como meio de complementar a informação neles contida. (VILHENA, MESQUITA, 1997, p.33-4).

Enquanto os dois autores apontam ser esse o panorama em Portugal até 1820, era esse o quadro nas publicações em Belém até a década de 1840, pelo menos nas edições consultadas. No Rio de Janeiro, o quadro parecia um pouco mais adiante, pelo menos no que tange às revistas, quando se vê, por exemplo, que a revista *Lanterna Mágica*, editada por Manuel de Araújo Porto-Alegre em 1844 e 1845 traz o que alguns autores apontam como a primeira caricatura publicada na imprensa no Brasil, em 1844, de autoria de Rafael Mendes de Carvalho (LIMA, 1963, p.70, 726).

(...) Do que não resta nenhuma dúvida é que as caricaturas são todas devidas a Rafael que assina mesmo duas delas. Essas caricaturas, muito embora de influência nitidamente francesa, como é fácil de verificar-se e tem sido assinalado a respeito dos nossos primeiros trabalhos desse gênero, trazem sempre uma nota do ambiente brasileiro, seja um detalhe arquitetônico, seja na apresentação dos tipos secundários, como pretos de ganho ou estudantes na farra. (LIMA, 1963, p. 726).

Lima (1963, p.727, 730) traz duas ilustrações da *Lanterna Mágica*, nas quais se pode ver características identificando o gênero *caricatura*, bem diferente dos desenhos minúsculos das publicações paraenses do mesmo período. É claro que se deve observar que as revistas tiveram produção mais apurada que os jornais desde o início, seja no uso de ilustração (em seus vários gêneros, como a caricatura), seja no uso da fotografia (MAUAD, 2006).





O avanço na ilustração dos periódicos brasileiros pode ser relacionado aos processos de produção da imagem, como a litografia. Em Portugal, as primeiras experiências com impressão em litografia são de 1822, ocorrendo em 11 de setembro de 1824 a criação da Oficina Régia Lithographica, por D. João VI (VILHENA, MESQUITA, 1997, p.69-70). Segundo os dois autores (1997, p. 70), a oficina desempenhou “papel determinante na divulgação da litografia, tendo formado inúmeros artistas, alguns deles colaborando estreitamente com periódicos da época, acabando outros por formar novos litógrafos que também ilustraram periódicos”.

Ainda de acordo com os autores (1997, p. 70), a criação da oficina provocou maior uso da litografia como forma de ilustrar os jornais da época, mas, em decorrência do alto custo do processo, a produção litográfica acabou perdendo espaço em relação à gravura em madeira, processo mais antigo, simples e mais barato. Vilhena e Mesquita observam (1997, p. 72) que o aumento na produção dos jornais não foi acompanhado em termos artísticos, tendo a ilustração “presença limitada”.

A partir de 1850, e com novo surto industrial, esta situação melhorou significativamente e, sobretudo a partir dos anos sessenta e setenta de Oitocentos, os jornais nacionais apresentavam já um aspecto formal mais cuidado e elaborado e a ilustração passou a marcar uma presença assídua. Igualmente a Imprensa Nacional sofreu, a partir de 1850-60, transformações e renovações permanentes que lhe permitiram manter-se num nível elevado e com uma produção tipográfica de grande qualidade, quer se trate de produção de livro ou de jornais. Os seus bens





de equipamento foram sendo renovados à medida que surgiam novidades neste campo, podendo então a Imprensa Nacional ombrear qualitativamente com as restantes “Imprensas” europeias. (VILHENA, MESQUITA, 1997, p. 72).

Em *A História da Caricatura no Brasil*, Herman Lima (1963) menciona, em várias ocasiões, o uso da litografia como processo de produção dos desenhos e caricaturas, no final da década de 1830 (1963, p.85ss), principalmente no Rio de Janeiro.

De qualquer maneira, sendo ainda tão restrito o uso da litografia, além da rigorosa censura a todos os estabelecimentos gráficos da época, e praticamente desconhecido entre nós o uso da xilografia (...). (LIMA, 1963, p. 64).

As três décadas seguintes (1850, 1860 e 1870) não trazem rupturas no projeto gráfico dos jornais, mas há, paulatinamente, intensificação na ilustração dos anúncios, com mais algumas pequenas imagens, adornos e floreios. O número de páginas permanece o mesmo, mas o tamanho vai aumentando gradativamente, assim como a disposição dos textos e títulos. Data de 10 de abril de 1853 a primeira edição do *Diário do Gram-Pará* (1853-1892), o primeiro jornal diário de Belém, seguido por outros, como o *Treze de Maio* (1840-1862) que antes era bissemanal e trissemanal e passa a diário em 1855; o *Jornal do Pará* (1862-1878); o *Diário de Belém* (1868-1892); *O Liberal do Pará* (1869-1889); *A Província do Pará* (1876-2000), para enumerar os de maior duração nesse período (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985).





Rocque (1976?, p. 12) assim resume o aspecto dos jornais produzidos na capital paraense quando do surgimento de *A Província do Pará*, em 1876:

Nos dias de hoje [1976?], quando jornalismo se transformou em indústria e com a moderna tecnologia os custos tornaram-se altíssimos, só temos três jornais. Mas na época em que A PROVÍNCIA surgiu, os periódicos proliferavam. Eram órgãos de partidos políticos, de associações literárias, de congregações religiosas, etc. Em geral, todos possuíam quatro páginas e a maioria era em estilo tablóide. Assim, quando modestamente A PROVÍNCIA circulou pela primeira vez, com ela concorriam na preferência dos leitores: “Jornal do Pará” (...) “Diário do Gram-Pará” (...) “Diário de Belém” (...) “O Liberal do Pará” (...) “A Boa Nova” (...) “A Lanterna” (...) “A Luz da Verdade” (...) “A Constituição” (...) “A Regeneração” (...) “A Aurora” (...). Desses 10 jornais, cinco circulavam diariamente. (ROCQUE, 1976?, p. 12-3).



N.º 1 QUARTA FEIRA 10 DE MAIO DE 1840. 3.º TRIMESTRE

TREZE

DE MAIO

Publicada no Quinto e Último Subvenção nos *Lejos da Imprensa da Real Officina & Co.*, Rua da Boa Vista, e na de Francisco José de Almeida, Rua dos Alvarados, distribuída por casa das Ruas, a quantia preço de 25400 réis por Trimestre de cinco mil e quatrocentos e sessenta e seis por folha nos *Lejos* artigos manuscritos e uma Typographia.

Paris Na. Typ. de Scazes & menor Rua d'Offiana N.º 10. 1840-41

### PROPOSITO.

Utilizados pelo Exar Governo da Província a publicar os seus actos, encargos e os do cumprimento d'este com inexplicavel satisfação porque acreditamos, que com este nosso proceder fazemos um serviço á nossa Província, cujo estado, circunstancias, o melhoramento levamos d'estante ao conhecimento dos nossos Conciudadãos das mais distantes Provincias. Nenhum titulo nos pareceu mais adequado de que o de = *TREZE* de Maio = Deste dia memoravel nos fatos da historia Parense, — dia de doces revoluções, em que a Legalidade conseguiu triumphar dos desastrosos felizes e negros planos da rebelião. — apoderando-se da Capital da Província. — Inculcando-nos de tão espinhosa tarefa, temos em vista contribuir, quanto poder-mos para o bem estar do nosso querido Paiz, e por isso não recuzamos o sacrificio de velles, que por meio de decimas e similes artigos se queirão prestar á manifestação das necessidades da Província, e dos meios de obter os seus melhoramentos, e por isso admitimos em nossa folha todos os trabalhos, que á ella, ou do estado podem interessar e bom meio de actos das Authoridades subalternas. Repellimos toda e qualquer correspondencia, ou petição, que tenha por objecto a vida particular de algum, ou por fim a opposição aos actos de qualquer Authoridade competente, exceto se da Authoridade competente tivermos, para acco sa, ou guarida permittida para o fazer. A publicação dos actos administrativos do Governos o Commercio, a Industria, e Instruções publicas, os melhoramentos, e fins da Província — são o assumpto principal á que nos dedicamos.

Esta folha sahirá duas vezes por semana, sendo metade consagrada á publicação dos actos officiaes, e a outra aos movimentos e relações commerciaes, não soffrendo este segundo objecto alteração alguma com a mudança da folha, porque d'elles como antes, em todos os Sabados os preços dos principaes generos de importação e exportação no mercado; e como as despesas da impressão e papel se tornão maiores por que duplicamos o trabalho, elevamos o preço do Trimestre á \$8400 réis.

Esperamos, por isso, que os nossos assignantes nos não desamparem, mas ao contrario encorajem toda util empresa e concorrão para sustentar o unico filho da liberdade da Imprensa que nos propomos, na Capital da Província, e subscrivir, e que esperamos fará-la preciosa ao publico, tributando ao Governo e ás Authoridades o respeito, que lhes é devido, e circumvenhedo-nos nos limites que honra traçado.

### PARTE OFFICIAL.

Ilm.º Sr. = Tendo de celebrar-se no dia 13 do corrente na Cathedral desta Cidade pelas 10 horas da manhã um Te-Deum Lendemos em acco de Graças ao Omnipotente, por ser esse o dia anniversario daquelle, em que as tropas da Legalidade se apoderaram da Capital, e dezanho o Presidencia da Província, que V. S.ª tem todos os empregados das repartições, que lhe são subordinadas, concorreb a tomar parte solenne em acto, que tanto deve rezojar os corações dos Paranaenses, e do Ind. o Brazileiro, amigo do Estado, o commoço a V. S.ª para que empregue o seu zelo em satisfazer ao Governo em objecto de tanto

Figura 2: Treze de Maio, 1840.



**Avisos diversos.**

**HOJE** sabbado continúa o Leilão em casa do Senr. Joaõ B. Sparhawk na rua da Boa-Vista dos objectos já annunciados e de diversos outros artigos. O Agente Alvarenga.

**Segunda e Terça-feira 21 e 22.**

O Agente Antonio José de Carvalho fará Leilão no armazem dos Srs. Leite & Irmaõ na rua da Boa-Vista de um grande sortimento de fasedas inglezas e francezas dos mais lindos gostos, e principalmente fasedas pretas, muito proprias para a quadra actual.

**VENDE-SE** um bom cavallo proprio para carro, ou carrinho a tratar com Jesuino Ribeiro da Silva no largo de São José.

*Figura 3: Anúncio, Treze de Maio, 1856.*

Traçando um perfil do ambiente regional da época, descreve o jornalista e historiador (1976?):

Belém era uma cidade estagnada economicamente. A borracha ainda nada representava. Por demais afastada da Corte, vivia quase que completamente isolada e praticamente esquecida. O centro era o bairro da Cidade Velha. As ruas tinham nomes poéticos, herdados do período colonial. (...) O calçamento das ruas, quase não existia. A maioria das casas tinha sua construção acanhada e baixa. Isso nos bairros centrais. Nos subúrbios proliferavam as barracas. (...) Nenhum monumento em praças ou jardins que merecesse um





pequeno registro. Quanto à iluminação pública, nos velhos postes os lampiões de azeite começavam a ser substituídos pelos lampiões a gás. Nas ruas, as carruagens de praça faziam as vezes de táxi. Para o transporte coletivo, os trens urbanos da sociedade anônima Companhia Urbana de Estrada de ferro Paraense. (...) As senhoritas, nos soirées, eram chamadas de mademoiselles. Na intimidade das mucamas, atendiam por sinhazinhas. E falar francês, tocar piano, ser devota de Santo Antônio, constituíam-se os principais predicados daquelas mocinhas casadoiras, nossas bisavós tão ingênuas... (ROCQUE, 1976?, p. 13-4).

A fala de Rocque nos permite ter uma noção de parte do cenário social da capital paraense na segunda metade do século XIX. Entretanto, até que ponto será exata, se levarmos em consideração o período de apogeu da extração da borracha na região, conhecido como *belle époque* e que vai de 1870 a 1912, quando o comércio gomífero começa a declinar (SARGES, 2000). Segundo Sarges (2000, p. 54-5), a cidade passa por um processo de modernização, com a construção de grandes prédios públicos, praças, calçamento de ruas, criação de uma linha de bondes, instalação de casas bancárias e seguradoras. É de se estranhar, portanto, que a imprensa da época tenha apresentado avanços tão tímidos, ao que parece a partir da observação dos diários na biblioteca. Teria sido essa produção assim tão acanhada em relação aos centros político-econômicos mais importantes do país, tendo em vista a força econômica vivida no momento na cidade? Se sim, por que motivo? É algo que ainda precisa ser observado com mais vagar.





Figura 4: Anúncio, Diário do Gram-Pará, 1886.

### Hans Karl Wiegandt, patrono da caricatura no Grão-Pará

A despeito da proximidade apregoada pelos intelectuais de então em Belém entre a capital paraense e Portugal na década de 1820, a técnica da litografia lá chegou em 1824, mas, em Belém, isso só aconteceu em 1870/1871, quando Hans Karl Wiegandt (mais tarde, autodenominado João Carlos Wiegandt) criou "pequena e pioneira oficina litográfica" (CATÁLOGO DO 2º SALÃO INTERNACIONAL DE HUMOR DA AMAZÔNIA, 2009, p. 52).





*Figura 5: João Carlos Wiegandt (acervo Vicente Salles). (Reprodução do Catálogo do 2º Salão Internacional de Humordada Amazônia, 2009, p. 52.).*

Faz-se ainda necessário acompanhar as técnicas usadas na produção das imagens e na impressão das publicações em Belém para se afirmar com maior propriedade o que possibilitaram em termos de limitações ou estímulos na produção impressa jornalística ao longo do tempo. Mas é a partir dessa data que as ilustrações nos jornais e revistas<sup>4</sup> aparecem mais elaboradas em qualidade técnica e em tamanho, numa evidência da atuação da oficina e do trabalho de Wiegandt, quando nitidamente se percebe uma mudança visual em várias publicações.

---

4 O pesquisador e historiador Vicente Salles é apontado como um dos maiores conhecedores do assunto em Belém, senão o maior, tendo formado considerável acervo de informações e material empírico, atualmente sob a guarda do Museu da UFPA. Tal acervo revela-se fundamental para consulta, o que não foi possível neste momento.



Wiegandt nasceu em 29 de abril de 1841 em Colônia, hoje pertencente à Alemanha, onde teve formação artística e profissional, em meio a uma cidade que era centro cultural e abrigava artistas ilustres. Chegou ao Brasil por volta de 1868, aos 27 anos, e instala-se inicialmente em Recife. Dois anos depois muda-se para Belém, criando a oficina litográfica. Seu primeiro trabalho importante teria sido "a impressão da série de desenhos de Joseph León Righini (1820-1884), denominada 'Panorama de Belém', abrangendo 12 estampas editadas quinzenalmente, focalizando pontos da capital paraense" (CATÁLOGO DO 2º SALÃO INTERNACIONAL DE HUMOR DA AMAZÔNIA, 2009, p. 52). Em seguida, faz trabalhos de ilustração e litografia para a revista *O Postilhão*, em 1877, e funda a revista *O Puraquê*, em 1878, que publica "ilustrações caricatas anônimas de cunho republicano com unidade estilística creditada ao artista" (CATÁLOGO DO 2º SALÃO INTERNACIONAL DE HUMOR DA AMAZÔNIA, 2009, p. 52). Dez anos depois, edita o jornal semanal *Revista Paraense*, ricamente ilustrado.



Figura 6: O Círio de Nazaré, revista *O Puraquê*, nº07. Litografia e impressão de Wiegandt, 1878 (Coleção Manuel Barata, do IGHBJ, coletada por Vicente Salles. Reprodução do Catálogo do 2º Salão Internacional de Humor da Amazônia, 2009, p. 61).



Se havia revistas, na década de 1880, que já eram ricamente ilustradas, os jornais também começavam a apresentar algumas mudanças, como o aumento do tamanho e do número de colunas de texto. Os anúncios aparecem maiores, com molduras adornadas ou ilustrações elaboradas. Na primeira página, começam a aparecer as primeiras imagens em tamanho grande ou mesmo pequeno, de autoridades importantes e conhecidas da sociedade. Uma das primeiras imagens desse tipo é assinada por Wiegandt, na primeira página do *Diário do Gram-Pará*, em 18 de outubro de 1885, e o retratado é Samuel Wallace Mac-Dowell. Uma outra imagem assinada por Wiegandt é publicada no mesmo jornal em dois de fevereiro de 1886 e retrata o Barão de Mamoré. Nas duas o retratado aparece como um busto.



Figura 7: Samuel Wallace Mac-Dowell, em litografia assinada por Wiegandt e publicada no *Diário do Gram-Pará*, em 1885.



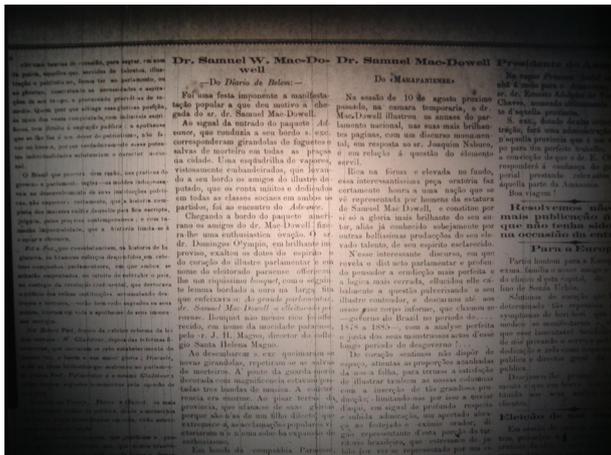


Figura 8: Texto sobre Samuel Wallace Mac-Dowell, Diário do Gram-Pará, 1885.

O XXI PARÁ - Quinta-feira 2 de Agosto de 1888 - BRAZIL  
**DIÁRIO DE BELEM**  
 Órgão especial do Commercio  
 DIRECTOR - HENRIQUE KRUSIAD  
 NÚMERO ANTES...  
 NÚMERO ATUAL...  
 ANO DE 1888...  
**EMULSÃO DE SCOTT**  
 TIPO DE BARALHA  
 HYPHOSPHITOS DE CAL E SODA.  
 APRESENTADO EM UM FRASCO DE VIDRO...  
 PREÇO...  
 VENDA...  
 REPRESENTANTE...  
 BELEM...  
 1888

Figura 9 - Anúncio, Diário de Belém, 1888.



Figura 10: Ilustração assinada por João Affonso e publicada na última página da revista *A Vida Paraense*, 1886; Capa da Revista *Paraense*, 1909, ilustração de Theodoro Braga (Acervo Vicente Salles).

### **Lentamente, o uso da imagem na imprensa vai chegando para ficar**

Wiegandt tinha hábil domínio tanto da caricatura como da litografia, tornando-se inclusive professor de desenho na Escola Normal a partir de 1889, mas outros profissionais também já produziam trabalhos de qualidade para a imprensa. É o caso, por exemplo, de João Affonso, que assina uma série de ilustrações na revista *A Vida Paraense*, de 20 de novembro de 1883, anterior, como se pode notar, à publicação das ilustrações de Wiegandt no *Diário do Gram-Pará*, em 1885 e 1886. João Affonso assina também algumas outras grandes ilustrações que aparecem na primeira página de jornais diários. Entretanto, há um certo número de imagens de menor ou maior tamanho que foram publicadas sem assinatura e só um levantamento mais criterioso poderá apontar algumas das autorias, ainda com o risco de se cometer equívocos.





Como já assinalava Rocque (1976?) a propósito do surgimento de *A Província do Pará*, em 1876, o mercado de Belém era pequeno para tantas publicações. No final do século XIX alguns dos grandes diários de então deixam de circular, como o *Jornal do Pará* (1878), *O Liberal do Pará* (1889), o *Diário do Gram-Pará* (1892) e o *Diário de Belém* (1892). *A Província do Pará* continua e surge, antes do novo século, o diário *Folha do Norte* (1896-1974). No início do século XX, são esses os dois grandes jornais diários da cidade. A eles vem se juntar, já em 1911, *O Estado do Pará*, permanecendo em circulação até 1980. De todos os jornais de Belém, *A Província do Pará* foi o que mais tempo permaneceu em circulação (mais de um século), integrando por longos anos a rede dos Diários Associados de Assis Chateaubriand.

Na virada do século XIX para o século XX, a imprensa local vai intensificando os usos da imagem: nos jornais, de maneira mais sóbria, com ilustrações de busto e até mesmo de cenas exteriores; em algumas revistas, os desenhos humorísticos se fortalecem, com críticas à política ou aos costumes da sociedade local. Os anúncios vão ficando mais produzidos, com floreados, desenhos e aumentam de tamanho.

Na capital do Brasil da época, o cenário parecia ser outro. Bahia (2009, p. 111) fixa em 1880 o início da segunda fase da imprensa brasileira, como um tempo de “aventura industrial - mais investimentos, renovação do parque gráfico, maior consumo de papel - que abre ao jornal a dimensão de empresa”. Ainda segundo o autor (2009, p. 114-5), “esse processo de desenvolvimento do jornalismo, em cuja base se acha a tipografia, corresponde ao próprio desenvolvimento da economia” que





assinala duas transições: “uma, para o trabalho assalariado, e outra, para um sistema industrial”. Mas seria mesmo entre 1890 e 1910, segundo Bahia (2009, p. 115), que aconteceria a substituição dos antigos processos de composição e impressão por outros mais modernos.

Com relação ao uso da ilustração, o autor (2009, p. 129) assinala que ela registra o mais fielmente possível as mudanças da sociedade imperial e republicana, na ausência da fotografia, acrescentando a “essa visão a sátira, a ironia, a informalidade e o deboche”.

No começo do século XX, a caricatura já compõe o formato editorial obrigatório de jornais e revistas. Os de maior expressão reproduzem, na primeira e nas páginas internas mais importantes, caricaturas, charges e desenhos que opinam, noticiam, documenta. A ilustração populariza a informação, que toma o nome de reportagem gráfica. (BAHIA, 2009, p. 130).

Enquanto a caricatura começou a ser usada na imprensa na década de 1840, no Rio de Janeiro, em Belém isso só aconteceu muito tempo mais tarde, mais próximo do final do século XIX, principalmente em revistas. Nos jornais locais analisados no período da virada para o século XX, quase nada se viu de caricatura ou desenho com humor, salvo engano, já que nem todos os jornais da época existem para algum tipo de consulta. Em outras palavras, os dados até aqui consultados apontam haver uma distância grande entre o tipo de produção jornalística do eixo Rio-São Paulo e de Belém, naquele período em questão.





Essa distância vai se observar também quanto à presença da fotografia na imprensa. A primeira fotografia publicada em um jornal diário teria sido no *Daily Mirror*, em 1904, em atraso em relação às revistas ilustradas, que já publicariam fotografias desde 1880 (MAUAD, 2006, p. 366). Para Mauad (2006, p. 366), “a entrada da fotografia no periodismo diário traduz uma mudança significativa na forma de o público se relacionar com a informação, mediante a valorização do que é visto”, havendo, então, aumento da demanda por imagens, o que leva ao estabelecimento da profissão de fotógrafo.

Mauad (2006, p. 374) divide o período da história das publicações ilustradas na primeira metade do século XX em dois, a partir de mudanças de ordem técnica que influenciaram o modo de apresentação de tais revistas. O primeiro teria início em 1900 com a introdução das fotografias na *Revista da Semana* e vai até 1928, quando é lançada a revista *O Cruzeiro*, “marco na história do jornalismo brasileiro tanto por introduzir uma linha editorial de influência marcadamente norte-americana como pelo aumento significativo no uso de fotos” (MAUAD, 2006, p. 374-5).

A presença de fotografias impressas em revistas em Belém é vista em 1909, em duas edições da *Revista Paraense*, os de número 10 (duas fotos) e 14 (uma foto).

Nos jornais, é certo que em 1915 já se viam algumas fotografias em *A Tarde* e no *Estado do Pará*, podendo ter sido introduzida em anos anteriores<sup>5</sup>. É a partir de 1919/1920 que a fotografia passa a ser usada com mais frequência nos jornais, retratando

---

<sup>5</sup> Nos microfilmes consultados foram encontrados algumas imagens em 1914 e até antes sobre as quais não se teve certeza se seriam ou não fotografias, necessitando uma observação dos exemplares reais para confirmação.



não só pessoas mas também cenas exteriores, como a procissão do Círio de Nossa Senhora de Nazaré. Enquanto as ilustrações em forma de desenho raramente traziam identificações do autor e de texto sobre a cena/pessoa mostrada, várias fotografias vem com legendas, mas também não trazem assinatura. Embora a fotografia tenha chegado tarde na imprensa diária, a atividade de fotógrafos profissionais na cidade remonta ao século XIX, como aponta Kossoy (2002), citando os nomes de vários deles.



Figura 11: Ilustração, *Folha do Norte*, 1910; Fotografia publicada no *Estado do Pará*, 1915.

Assim como aconteceu com outros jornais e revistas, com suas respectivas temporalidades, próprias de seu percurso, a imprensa de Belém configurou-se como empresa jornalística, estabelecendo suas dinâmicas e coexistências e delimitando



terrenos, inclusive profissionais. Paulatinamente, tanto a fotografia quanto as ilustrações passaram a fazer parte da realidade da imprensa local, forjando nomes conhecidos em suas respectivas áreas.

Os fotógrafos e os ilustradores atuantes no Pará tem alcançado projeção, obtendo reconhecimento e premiações em eventos locais, nacionais e até internacionais. Um exemplo disso foi a criação do *Salão Internacional de Humor da Amazônia*, coordenado pelo caricaturista Biratan Porto, que em 2010 teve a sua terceira versão. Em 2009, o homenageado especial do salão foi o caricaturista João Carlos Wiegandt. Alguns nomes do desenho que produzem e continuam atuando na imprensa diária, além de possuírem os seus próprios *blogs* na internet, são J. Bosco, Waldez, Arnaldo Torres, para citar alguns. Na fotografia, Paula Sampaio e Miguel Chikaoka, entre vários outros profissionais, estão entre os nomes de referência do fotojornalismo e da fotografia, no momento.



Figura 12: Charge de J. Bosco, publicada em *O Liberal*, 2010.





Em resumo, o texto sempre esteve presente na imprensa local, mas o mesmo não se pode dizer da imagem. Nos primeiros jornais do Pará não havia qualquer tipo de imagem, cujo uso aconteceu inicialmente nos anúncios, numa forma de ilustração, para, mais tarde, acompanhar as informações dadas no corpo da edição, também com a função de ilustrar. Com o passar do tempo, ilustrações e fotografias passaram a exercer funções diversas, delineando e conquistando o seu próprio espaço.

### **Referências**

BAHIA, Juares. *História, jornal e técnica: história da imprensa brasileira*, v. 1. 5ª ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ. *Jornais Paraoaras: catálogo*. Belém: Secretaria de Estado de Cultura, 1985.

CATÁLOGO DO 2º SALÃO INTERNACIONAL DE HUMOR DA AMAZÔNIA. *Ecologia no traço*. Coordenação geral de Biratan Porto. Belém: s.d., 2009.

COELHO, Geraldo Mártires. *Letras e Baionetas*. Belém: CEJUP, 1989.





KOSSOY, Boris. *Dicionário histórico-fotográfico brasileiro: fotógrafos e ofício da fotografia no Brasil (1833-1910)*. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2002.

LIMA, Herman. *História da caricatura no Brasil*, 4 v. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963.

MAUAD, Ana Maria. O olho da história: fotojornalismo e a invenção do Brasil contemporâneo. In NEVES, Lúcia Maria Bastos P.; MOREL, Marco; FERREIRA, Tania Maria Bessone da C. (orgs.). *História e imprensa: representações culturais e práticas de poder*. Rio de Janeiro: DP&A: Faperj, 2006, p. 365-384.

MOREL, Marco. Os primeiros passos da palavra impressa. In MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (orgs.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008, p.23-43.

ROCQUE, Carlos. *História de A Província do Pará*. Belém: Mitograph, 1976.

SARGES, Maria de Nazaré Sarges. *Belém: riquezas produzido a Belle Époque (1870-1912)*. Belém: Paka-Tatu, 2000.

FERNANDES, Phillippe Sendas de Paula; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos. *A imprensa da Belém do Grão-Pará: o começo de uma história*. Artigo apresentado no I Encontro





de História da Mídia do Nordeste, GT-3 História da Mídia Impressa. Natal: UFRN: Intercom. 2010.

SEIXAS, Netília Silva dos Anjos. *Jornais Paraóaras*: percurso da mídia impressa em Belém. Projeto de pesquisa aprovado e registrado na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UFPA. Belém: UFPA, 2009.

\_\_\_\_\_. *Jornais Paraóaras*: percurso da mídia impressa em Belém no século XIX. Projeto de pesquisa aprovado pelo CNPq, Edital nº02 Ciências Sociais Aplicadas 2010. Belém: UFPA, 2010.

VILHENA, João Carlos de; MESQUITA, César. *A ilustração nas publicações periódicas portuguesas*. Dissertação de mestrado. Porto: Universidade do Porto, 1997.





## TV Pública no Pará

Maria Ataíde Malcher

### Televisão: breves antecedentes

Considerada pela maioria dos autores como “filha” do rádio, já que foi essa a tecnologia que “abriu” os caminhos para dar sustentação à sua implantação, a televisão marcou para sempre a história das mídias e do próprio sentido de comunicação massiva no mundo.

Embora sejam inúmeras as obras que descrevem o percurso da televisão, pode-se afirmar que todas acabam chegando a um consenso: o de que, apesar de as experimentações sobre esse aparelho datarem de muito antes de 1950, foi só na metade dos anos 50 do século passado que a TV se tornou um meio de comunicação de massa.

Se pararmos para pensar, não há mídia que não utilize as bases daquelas que as antecederam. No caso da televisão, a que atuou mais fortemente, possibilitando-lhe ganhar plumagem e alçar vôo, foi o rádio. A partir dele as pessoas passaram a apreciar e se envolver com um meio que, apesar de anônimo, possui um caráter muito pessoal, devido à reprodução da voz na maioria de sua programação.

Apesar de considerado como o marco de ascensão da televisão, o ano de 1952, referenciado pela maioria das publicações como o ano que distingue sua “decolagem”,





é importante destacar que a televisão chegou ao Velho Mundo muito antes e com outra forma para reger sua implantação. Se no continente norte-americano a preocupação residia no poder de venda que o novo meio proporcionaria, primeiro como utensílio doméstico e depois como uma grande “porta” para a oferta dos diferentes produtos da sociedade de consumo, na Inglaterra a televisão teria de servir a fins culturais, não apenas ao entretenimento.

### **Dois modelos de televisão**

A forma como a televisão é concebida nesses dois continentes, deixa claro que as especificidades dos modelos são acentuadas. Segundo Ribeiro (2004), são diferenças que modificam toda a lógica de produção e consumo dos produtos da televisão, e os diversos padrões que orientam cada modelo partem de posições opostas.

A diferença é que os europeus falam em cultura, os norte-americanos em entretenimento – aqueles, em formação, estes, em informação – os primeiros, em desenvolvimento da pessoa, inclusive em termos de cidadania, os segundos, em diversão, em descompromisso – e, enfim, a Europa pensa numa responsabilidade do setor público pelo acesso à cultura, enquanto os Estados Unidos consideram que o acesso ao lazer deve depender sobretudo do mercado (...). (RIBEIRO, 2004, p. 78)

A forma como a televisão foi encarada desde o início pelos dois continentes explica suas características até os dias atuais, devendo ser notado que, após a Segunda





Guerra, o modelo de transmissão refinado pelos EUA tornou-se quase universal. Nesse contexto, verificou-se a consolidação de dois modelos de TV distintos. Assim como a “cultura europeia tinha sido exportada para cantos extremos dos impérios, os programas de TV norte-americanos eram facilmente incorporados à programação de outros, desta vez países industrializados (CASHMORE, 1998, p. 30)”.

Em seus primeiros anos, a televisão foi o centro das atenções por questões técnicas, voltadas mais para sua construção como aparelho transmissor e para sua instalação, mas, em pouco tempo, tornou-se o centro das atenções por seu poder econômico, ou seja, passou a servir de canal de escoamento da produção dos bens de consumo. Ao mesmo tempo em que suas possibilidades de exploração pelo mercado cresceram, surgiram as discussões sobre seu papel transformador da sociedade e seus efeitos no tecido social. Para Dominique Wolton:

A televisão constitui uma mudança radical na história da comunicação. A imprensa escrita, a partir da metade do século XIX, já havia permitido que um número sempre maior de cidadãos tivesse acesso a informações, mas sempre havia a barreira da leitura. O rádio, depois da Primeira Guerra Mundial, foi uma outra revolução, mais democrática. (...) A chegada da televisão na década de 1950 veio revolucionar uma comunicação que, com o rádio, já se havia libertado das limitações de distância. Com a televisão foi o milagre da imagem. (...). Não só o espetáculo em imagem seduzia imediatamente, como também a janela para o mundo proporcionada pela informação, pelos documentários, filmes e espetáculos estrangeiros fizeram da televisão um dos





meios instrumentais da emancipação cultural (...) (WOLTON, 1996, p. 5).

As críticas que ainda recaem sobre a televisão na atualidade, acompanham essa mídia praticamente desde seu surgimento. Originam-se em posturas extremistas defendidas por diferentes correntes teóricas: de um lado, as que a desqualificavam como a qualquer produto da indústria cultural e, de outro, as que viam nela a possibilidade de redenção do homem. Contudo, tanto uma corrente como a outra acreditavam que o indivíduo que recebia as mensagens televisivas ocupava uma posição passiva e alienada, destituída de razão ou discernimento.

Mais do que dar destaque aos posicionamentos a favor ou contra a televisão, este texto propõe-se a ressaltar as concepções que orientam os estudos sobre a televisão e seus produtos na atualidade. Distante de posturas ingênuas ou tampouco apocalípticas, essas concepções encontram indícios concretos que demonstram o potencial desse meio na comunicação massiva.

Para compreender um pouco mais sobre a situação atual da televisão e seus modos operacionais, é preciso refletir e estabelecer o diálogo com os caminhos percorridos por ela, incluindo os trilhados no Brasil.

### **Televisão no Brasil**

De acordo com Wolton (1996), reafirmado por Mattos (2002), o caso da televisão no Brasil é especial e relevante como objeto de análise. Por isso, faz-se





necessário, dentre outros fatores, percebermos algumas características desse país e seus diferentes ciclos econômicos e culturais.

Segundo Mattos (2002), o Brasil, nos seus 400 primeiros anos, orientava sua economia a partir da exploração de produtos eleitos pela demanda externa, adotando um sistema que esgotava o produto sem mensurar toda sua potencialidade, sem estabelecer uma política diversificada de exportação e exploração. Esses foram os fatores determinantes e marcadores dos passos iniciais da evolução econômica brasileira.

Quando o Brasil adentra o século XX, o quinto pós descobrimento, esse panorama se altera devido ao movimento industrial que por aqui aporta e inicia sua expansão. Esse movimento modifica os rumos do país, imprimindo necessidades e objetivos diferentes dos até então vigentes nacionalmente. No entanto, as rupturas com as origens do movimento econômico, praticado anteriormente, não ocorrem de forma imediata e talvez nunca tenham se concretizado definitivamente.

A política econômica vigente nos quatro primeiros séculos de história do Brasil nao permitira o estabelecimento de infraestrutura que pudesse dar conta das demandas decorrentes da industrialização. Ainda sem a presença das novas tecnologias, não era fácil a locomoção e a comunicação nesse imenso território brasileiro, principalmente, o acesso ao consumo em grande escala dos bens industrializados produzidos pelos países desenvolvidos. Renato Ortiz defende que só em 1940, pode-se considerar o Brasil dando seus primeiros passos em direção a “uma sociedade de massa”, mas com traços bem peculiares.



É dentro desse contexto de mudanças que se inserem os primeiros anos da televisão no Brasil. Mudanças essas que trouxeram a industrialização, a urbanização, a alteração na estratificação social, a implantação da burocracia e as novas formas de gestão e de controle público e privado, além do aumento populacional e do fluxo migratório da mão de obra do setor agrícola para o setor terciário. É nesse processo de modificações, segundo Ortiz (1991, p. 39), “que são redefinidos os antigos meios (imprensa, rádio e cinema) e direcionadas as técnicas como a televisão e o marketing”.

O rádio é introduzido no Brasil em 1922 e durante toda essa década se faz a partir de experimentações e pouca penetração no país. Sua expansão e modificação iniciam-se no ano de 1930, com a chegada do rádio de válvula, proporcionando, conseqüentemente, seu barateamento e possibilitando sua disseminação.



Estúdio de transmissão de radionovela realizada no Brasil a partir de 1941.

Nesse contexto, o rádio no Brasil começa a abrigar, também, pessoas ligadas ao teatro e ao cinema que, sem condições de atuar nessas áreas, trazem suas competências para esse meio e produzem programas que marcam a programação desse veículo. Esses programas foram reaproveitados nos primeiros anos da televisão





brasileira, caracterizando a migração do capital cultural acumulado no rádio que se deslocou para a televisão e marcou toda a linguagem televisual brasileira.

A partir de 1930, o rádio inicia um outro momento em sua trajetória, distanciando-se do modelo inicial, no qual predominava o estilo não comercial e experimental. Dessa forma, o rádio passa a galgar outras frentes de atuação até se tornar, na década de 1950, o meio propagador potencial da cultura popular de massa. E assim surgem produtos que se destacam na história da indústria cultural brasileira e, por extensão, na história da televisão.

Entre as produções que marcaram a escalada do rádio no Brasil estão os programas de auditório, a inserção de vários estilos musicais na programação e, especialmente, a consolidação das radionovelas, introduzidas no Brasil em 1941. O sucesso desse formato, originalmente conhecido como soap opera, foi tão expressivo tornando a radionovela o produto típico do sistema radiofônico da época, garantindo, assim uma representativa produção. Segundo dados apresentados por Renato Ortiz (1991), apenas a Rádio Nacional chegou a produzir 116 novelas, totalizando 2.985 capítulos.

Uma das semelhanças com outros modelos de televisão, em relação à transferência de experiências é que no Brasil o rádio foi a mídia que deu base para implantação da TV, do mesmo modo como ocorreu nos Estados Unidos. Mas mesmo nesse caso de similaridade, houve aspectos diferenciados. Enquanto nos EUA, o rádio forneceu bases de infraestrutura para expansão da televisão e a sua formação deu-se em grande parte por profissionais do cinema, no caso brasileiro, além da infraestrutura





fornecida, foram os profissionais do rádio com suas experiências, competências e trajetórias de sucesso e popularidade que desenharam os primeiros contornos dessa que se tornaria a maior mídia da atualidade: a televisão.

No contexto das décadas que antecederam a vinda da televisão para o Brasil, apesar de não ser considerado como a época de total implantação da indústria cultural, são detectados movimentos que demonstram que vários setores dessa área se encontravam em ebulição. Começou, naquelas décadas, a ampliação da imprensa (revistas, jornais e livros) que aumentava seu volume de circulação; o rádio se expandia e se consolidava como veículo de maior poder de penetração em relação aos demais. O cinema demonstrava atividades marcadas pela forte hegemonia dos produtos norte-americanos no mundo todo e, em particular, no terceiro mundo. Naqueles anos também se configuraram as tentativas do cinema nacional.

Apesar dos anos cinquenta do século XX terem se configurado como um período de fomentação de vários setores no Brasil, levando em consideração o ponto de vista de Ortiz (1991), estes anos ainda eram frágeis em termos de infraestruturas para uma “sociedade de massa”. Várias áreas recebem investimentos, no entanto, as mudanças acontecem de forma paulatina, como é de se esperar pela herança histórica de um país colonial que necessita se inserir no movimento industrializado que caracteriza esses novos tempos. O reflexo da colonização de outrora deixa marcas, provocando o embate entre os “novos rumos” do país e gerando um profundo dilema entre o conservadorismo europeu colonizador e as tendências determinadas, em grande parte, pelos modelos norte-americanos representantes das necessidades modernas.





A esfera governamental é marcada pelo intercâmbio de forças entre o Estado e a iniciativa privada. Essa relação é caracterizada por uma cooperação mútua, na qual as dinâmicas do Estado e das empresas convivem, em muitos momentos, sob o mesmo teto sem conflitos.

Essa simbiose pode ser constatada na trajetória, por exemplo, da Rádio Nacional, que nasce sob o signo da gestão pública só que direciona suas práticas a partir das orientações mercadológicas. Desse “casamento” entre empresa e Estado geram-se os impérios midiáticos que dominaram ou dominam o setor até os dias atuais no Brasil. Uma das bandeiras levantadas para a legitimação dessa “parceria” foi a de ter o mercado subsidiado as condições para integração do país sem ônus para o governo, já que naqueles tempos não havia as estruturas industriais e tecnológicas necessárias para essa expansão e teoricamente esses setores investiriam subsidiando essas infraestruturas. Teoricamente, pois, na maioria das vezes os investimentos eram em parte, ou totalmente, custeados pelo Estado, através de linhas de créditos, favorecimentos etc.

Renato Ortiz (1991) chama a atenção para o surgimento de iniciativas na esfera da cultura popular de massa que marcam significativamente esse setor. Entre os acontecimentos mais marcantes dessa fase de construção, está a fixação de normas padrão para funcionamento das agências de publicidade, em 1949, e a implantação da TV Tupi, em 18 de setembro de 1950.

Segundo Marques de Melo, a televisão na América Latina teve implantação simultânea em cinco países: Argentina, Brasil, Cuba, México e Venezuela. Esses países,





a exemplo do caso brasileiro, entram nesse “novo” processo midiático de forma prematura, segundo análises dos especialistas, que se embasavam na comparação entre os estágios evolutivos dos países desenvolvidos, em contraposição aos de terceiro mundo. Do lado latino era precário o mercado para inserção dessa tão nova tecnologia e não haveria como torná-la um bem consumível em grande escala nesses países em curto tempo.

No caso brasileiro, o processo de inserção da TV e sua expansão estão fortemente ligados ao momento vivido no país, período de significativas mudanças de ordem econômica, social e política. O Brasil daquele tempo possuía uma orientação fortemente agrícola e só a partir dos anos 50, verificam-se as modificações em relação a esse quadro, ainda marcado pelo rural, ao se intensificarem os estímulos para a entrada no mundo industrial.

O Brasil da metade do século passado era um país predominantemente rural. Em 1950, o percentual de população residindo na área urbana é de apenas 20%. Em cinquenta anos, porém, essa distribuição da população inverteu-se completamente, caracterizando-se hoje como uma população majoritariamente urbana. Essas modificações marcam de forma inquestionável o caminhar da televisão, da mesma forma que sua inserção na sociedade brasileira, atua decisivamente na constituição da sociedade de massa (MATTOS, 2002).

Naquela época não havia ligação entre as regiões, o acesso no país de um extremo a outro não era fácil e algumas áreas se mantinham inexploradas. Era comum





nesse período que as tendências “modernas” fossem restritas ao eixo Rio-São Paulo. Para se ter uma ideia, até 1991, pouco mais de 48% dos domicílios da região Norte possuíam televisão. Em 1960, dez anos depois da chegada da TV no Brasil, o acesso era zero no norte do Brasil, enquanto no sudeste, o percentual alcançava os 12%.

### **Televisão no norte do Brasil: a chegada em Belém do Pará<sup>1</sup>**

Nas paragens paraenses, a televisão chega em 30 de setembro de 1961 em um contexto de pré-ditadura, prenúncio de tristes tempos. A aquisição do novo empreendimento dos Associados foi coordenada por Luiz Brandão, que veio ao Pará a mando de João Calmon para fazer a aquisição dos jornais A Província do Pará e Folha do Norte e, na sequência, da TV Marajoara (PEREIRA, 2002). Capitaneada por Péricles Leal entra no ar a primeira televisão paraense, ocupando o canal 2, a emissora Marajoara, integrada aos Diários Associados, inicia seu funcionamento. Como pertencente do conglomerado de Assis Chateaubriand, a TV Marajoara, segue os passos da primeira emissora de TV do país, a Tupi, que à época ainda detinha a expertise na área. Embora na década de 1960 a Tupi já desse sinal de fragilidade econômica e financeira, mantinha ainda a liderança do campo televisivo.

A grade de programação da Marajoara é posta em funcionamento a partir dos ditames da TV Tupi. No entanto, por todas as questões que cercavam os anos de implantação da televisão no Brasil, a distribuição dos conteúdos para veiculação

---

<sup>1</sup> O levantamento das informações sobre o contexto televisivo no Pará só foi possível por contar com o apoio das pesquisadoras: Regina Lima, Marly Vidal, Marly Quadros, Renata Biondi, Thiane Neves e Fernanda Chocron.





pelas emissoras do grupo era envolta em logísticas complexas para época. O processo não estava integrado a partir de uma rede de distribuição de conteúdos, era rudimentar e necessitava vencer distâncias imensas, típicas do ainda “inexplorado” território brasileiro. O compartilhamento dos produtos televisivos não se dava de forma instantânea como atualmente. Assim, era evidente a necessidade de produzir conteúdos localmente, mesmo que seguindo os modelos implantados na cabeça de rede.

Não restam dúvidas de que o sistema, no qual predomina a programação da cabeça de rede, trouxe benefícios organizacionais ao negócio de TV, mas o apagamento e quase extinção das produções locais, sem sombra de dúvidas, acarretou um grande déficit para as várias e múltiplas regiões brasileiras. São questões que marcam a trajetória da televisão no Brasil e necessitam de análise acurada, principalmente nesses tempos de transição digital. Para os que acompanharam as primeiras décadas de implantação da TV no Pará, esses questionamentos dividiam opiniões. Essa discussão sobre regional X nacional permeava a televisão há muitos anos:

Para os regionalistas a programação em rede aviltava a cultura local, gerava mudanças de comportamento nas pessoas, transmitia a ilusão da vida em mar de rosas e, nesse particular, seria até responsável pela corrida para as grandes cidades e o consequente esvaziamento do campo. Para outros, defensores da manutenção e até ampliação das redes nacionais, somente as programações nacionais poderiam permitir o desenvolvimento tecnológico e artístico dos programas de TV.(REVISTA ESTÚDIO, 1987, p.11)



## Marajoara: televisão pioneira no Pará

A TV Marajoara nasce em anos difíceis e precisa vencer desafios que vão da falta de mão-de-obra à chegada das produções norte-americanas. Mesmo com todas as dificuldades, a estreia da Marajoara foi um marco na história do Pará, foi um acontecimento coberto pela imprensa, aquecendo o mercado publicitário.



Anúncio da TV Marajoara no jornal A Província do Pará em setembro de 1961.

Ao longo de todo o mês de setembro de 1961, o jornal A Província do Pará divulgou anúncios publicitários de expectativa (os teasers), avisando sobre a chegada da nova emissora, que seria inaugurada no dia 30 daquele mesmo mês. 1961 foi um ano de grandes acontecimentos para o Brasil e para Belém.

A instalação da televisão foi encarada com um salto para modernidade, um fato que por si só inseriria o Pará no processo de desenvolvimento do país. A crença



na tecnologia como única modificadora de realidades está presente na fala de seu primeiro diretor, Frederico Barata:

E nas plagas distantes, neste Brasil imenso, ninguém mais poderá menosprezar a nossa cultura e o nosso desenvolvimento, porque, quando alguém apoucar-nos, logo redarguiremos com orgulho que somos uma cidade em tão franco progresso que até televisão já possuímos (...) Está inaugurada no Pará a era da televisão. (PEREIRA, 2002, p. 25).

É certo que a chegada da televisão não resolveu as questões sociais do Estado e sequer o lançou ao patamar de desenvolvimento almejado identificado na fala destacada, no entanto muitas foram as mudanças. As relações econômicas, por exemplo, foram alteradas, indicando necessidades demandadas pelo novo meio. Configuraram-se a estruturação de novos postos de trabalhos, novos investimentos, e a Marajoara, como pioneira, foi responsável pela formação de recursos humanos para atuação na televisão.



A grade de programação da TV Marajoara, Canal 2, divulgada no jornal A Província do Pará em 1961. O documento apresenta o horário de transmissão para o dia seguinte, com programas patrocinados por empresas locais.

TV MARAJOARA	
CANAL — 2	
PROGRAMAÇÃO PARA HOJE	
18.30 —	PADRAO
19.00 —	ABERTURA
19.10 —	TODOS OS ESPORTES — Patrocínio da Importadora Braga
19.25 —	TAPETE MÁGICO
19.45 —	SERSAO DE CINEMA
20.15 —	REPORTER MARAJOARA — Patrocínio do Banco Comercial do Pará
20.30 —	VIDEORAMA (2.º capítulo de "Pêlo Avançaço") — Patrocínio de Produtos Phebo
20.50 —	TODOS OS RITMOS — Patrocínio da Casa Marc Jacob
21.20 —	IMAGENS DO DIA — Patrocínio do Banco Moreira Gomes e da Importadora de Ferragens.

Grade de programação da TV Marajoara divulgada no jornal A Província do Pará em 1961.





Por ser a primeira, a TV Marajoara treinou e formou os profissionais que depois atuaram nas emissoras paraenses seguintes, como foi o caso da TV Cultura, que em 1987 foi beneficiada por essa experiência, quando Francisco Cezar e Afonso Klautau, oriundos dos quadros da televisão pioneira, criaram uma grade de 11 programas regionais, alguns sendo transmitidos nacionalmente.

Ao longo de seis anos, a TV Marajoara foi a única responsável pela veiculação dos programas televisivos no Pará. Só em 1967 que a TV Guajará<sup>2</sup>, canal 4, investimento familiar, traço comum ao sistema televisivo brasileiro, entraria em cena, trazendo inovações. As mudanças trazidas pela Guajará foram significativas para o cenário televisivo, até então explorado por uma única emissora. Tem início, assim, o processo de concorrência entre os veículos a partir das bases comerciais predominantes no país.

### Cronologia das TVs em Belém do Pará

<b>Período</b>	<b>Emissora</b>	<b>Canal</b>	<b>Rede</b>
1961 – 1980	TV Marajoara	Canal 2	Tupi
1967 – 1969	TV Guajará	Canal 4	REI/Record
1969 – 1976			Globo
1979 – 1990			Bandeirantes
1990 – 1995			Record
1976 – Até hoje	TV Liberal	Canal 7	Globo
1981 – Até hoje	TV SBT	Canal 5	Afiliada

<sup>2</sup> A Guajará, em 1995, dá seus últimos suspiros após passar por vários problemas e contribuir decisivamente para consolidação da TV no Pará.





1987 – Até hoje	TV Cultura do Pará	Canal 2	TVE
1988 – 1993	TV Carajás	Canal 13	Manchete
1993 – Até hoje	TV RBA	Canal 13	Bandeirantes
1995 – Até hoje	Rede Boas Novas Belém	Canal 4	Afiliada (ex-Guajará)
1997 – Até hoje	TV Record Belém	Canal 10	Afiliada
2001 – 2006 2006 - Até hoje	TV Rauland	Canal 14	Rede TV! TV Gazeta
2002 – Até hoje	Rede Nazaré de Televisão	Canal 30 UHF	Local
2003 – Até hoje	TV Marajoara	Canal 50 UHF	Rede 21
2006 – Até hoje	TV Livre	Canal 47 UHF	Rede TV!
2008 – Até hoje	MTV Belém	Canal 25 UHF	Afiliada
2008 – Até hoje	TVM	Canal 17	CNT

### **Especificidade da TV Pública**

Em um país onde o privado antecedeu o público na exploração da televisão e onde o Estado tomou para si “a responsabilidade” de gerir as mídias públicas, muitos são os desafios para tornar o “teleespaço um lugar de realização da cidadania”. É consenso entre os que discutem essa questão (MARTÍN-BARBERO, REY, RINCÓN, BUCCI, CARMONA, HOINEFF, PRIOLLI, dentre outros), que para o alcance dessa transformação há muito a ser feito.

A trajetória da televisão pública no Brasil é bastante irregular, permeada de interferências políticas, plena de dificuldades de sobrevivência em razão da falta de





políticas transparentes que possibilitem projetos sérios que se façam executáveis a médio e longo prazos, com uma visão clara da utilização dos meios de comunicação a serviço da sociedade. A ausência de parâmetros de qualidade do produto audiovisual, o desinteresse pela formação de profissionais de comunicação com espírito público e social, a tendência à repetição ditada pelo medo da experimentação, a busca da facilitação e da mesmice em termos de ideias e opiniões têm feito mal ao caminhar da TV Pública. Uma TV de fato pública, realmente preocupada com o social e com a formação da cidadania, indispensável à democracia, opta por caminhos opostos aos que traçam o caminhar de uma televisão comercial.

Entender a lógica da televisão pública no Brasil ainda é um desafio. Baseada, desde a sua chegada no país, em um modelo comercial, a televisão brasileira ainda carece de uma programação que atenda de fato aos princípios de uma televisão pública, ou seja, que atenda aos interesses dos cidadãos.

A televisão pública, assim conceituada, aberta, gratuita, sem finalidades lucrativas, aponta para algo fundamental: não se orienta pelo e/ou para o mercado. Aí reside a origem das diferenças que vão marcar a estrutura, a feitura, a personalidade da televisão pública, conseqüentemente a sua programação, o seu produto.

No Brasil, pertencem ao campo público as televisões estatais, as institucionais, as universitárias, as comunitárias ou abertas educativas. Todas, indistintamente, têm como missão precípua interferir na formação crítica do indivíduo para que ele possa exercer seus direitos de cidadão. Isso implica a busca incessante do conhecimento com





vistas ao fortalecimento de suas capacidades críticas de modo a exigir seus direitos e cumprir seus deveres. (ATAIDE; LIMA; VIDAL, 2010)

Dominique Wolton, em defesa da televisão “generalista”, enfatiza que, mesmo transcorrido meio século, ainda não se avaliou a real força desse meio. É que a maioria das críticas recai no que, para o teórico, se constituem como privilégios próprios dessa mídia. O autor indica que após vencida algumas das etapas dos estudos sobre televisão se faz necessário resgatar como meta a concepção de uma política para esse meio que integre três grandes questões da modernidade: “a comunicação, a maioria e a relação entre esfera pública e esfera privada em uma sociedade aberta (WOLTON, 2003, p. 64)”.

Mesmo que ainda não suficientemente, a pesquisa sobre a televisão no país tem caminhado marcada em grande parte por posições extremistas que de um lado a encaram como um entorpecente letal, e, por outro lado, as que encontram nela a salvação para o futuro da nação. O certo é que há muito a se investigar em relação a esse agente cultural; sua potencialidade, conteúdo, estética, o uso de seus produtos, sua exploração, e seu papel na “nova” ordem social.

Se as reflexões atuais, na sua maioria centradas na TV aberta e comercial, ainda não deram conta de entender todas as dimensões relativas à televisão aberta no país, na questão particular dos estudos relativos à televisão pública como alvo de investigação, a situação parece iniciar seu caminhar. Segundo Mota, “pensar a televisão pública no Brasil leva-nos a um debate político mais amplo, que diz respeito ao nosso entendimento de coisa pública (MOTA, 2005, p. 206)”.





Acredita-se que apenas assim, ficará clara a diferença, ainda confusa para a maioria, de que TV pública não é o mesmo que TV governamental ou estatal. Pelo contrário, esta “deve ser vista como uma instituição da sociedade civil, que participa do gerenciamento de seu conteúdo e de sua programação através de um organismo de representação forte e com efetivos para exercer este papel (apud CARVALHO, 2008, p. 4)”.

A TV pública deve ter em sua programação “cinco ações criadoras integradas e complementares: educação, cultura, arte, informação e entretenimento (MINC, 2006, p. 28)” e deve ser definida a partir da averiguação das necessidades da sociedade, tendo como objetivo básico a educação para a cidadania, o que implica dizer “a formação da população com vistas ao conhecimento e fortalecimento do exercício de seus direitos (MINC, 2006, p. 47)”.

De acordo com Mota (2004), até o início dos anos 90 eram inexistentes as fontes de pesquisa sobre o “universo da televisão pública”. A autora registra que sequer a televisão pública como objeto de estudo, na década de 90, havia se configurado, mesmo porque a “organização do Sistema Brasileiro de Telerrádiodifusão dividido até então entre a exploração privada ou comercial e estatal” não abarcava o conceito de televisão pública no seu sentido lato. Ela completa, porém, que a partir de 1998,

(...) por outro lado, vem ocorrendo um movimento contínuo e crescente de mudanças conceituais nas televisões estatais e concessões de canais educativos no Brasil. O fenômeno é uma reação dessas emissoras ao atraso na legislação, à constante





ingerência administrativa dos governos estaduais e ao eterno problema do financiamento dessas instituições. Obrigatoriamente, essas mudanças requerem um novo pensamento, cuja bandeira assumida foi a construção de um projeto de televisão pública para o país, a exemplo daquilo que já existe no resto do mundo desenvolvido, tendo como referência principal o modelo europeu, encarnado na BBC inglesa (MOTA, 2004, p. 2).

Para corroborar as afirmações de Mota é possível destacar movimentos iniciados na metade dos anos 90 como a promulgação da Lei “da TV a Cabo” (nº 8.977 de 05 de janeiro de 1995), a criação, em 1998, da Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais (ABEPEC), o I e II Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias, a criação da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), a criação da Associação Brasileira de Televisão e Rádios Legislativa (ASTRAL), a criação da Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM), o encontro Desafio da TV Pública, dentre outros, modificam o cenário no final do século passado e abrem vias para o debate de temas até então relegados ao esquecimento.

Os debates no Brasil vêm crescendo e envolvendo vários agentes na empreitada, e muitos mais deverão se inserir nessas discussões. Principalmente se for levado em consideração o princípio primordial que é exatamente o de estabelecer políticas para assegurar o pleno exercício da cidadania, sendo assim muitos terão que fazer parte desse processo.

Posicionamentos recentes do Governo, mesmo que passíveis de críticas, demonstram um esforço de sistematização da discussão da TV Pública como eixo





prioritário para estratégias democráticas necessárias aos “novos” rumos do país. Os esforços decorrentes das discussões do tema travadas nos últimos anos tiveram como ponto alto os “I e II Fóruns Nacionais de TV’s Públicas”.

Os resultados desses Fóruns e a convergência de esforços produziram as primeiras diretrizes do tão almejado “plano de desenvolvimento para a TV Pública brasileira”. Talvez seja esse o momento que marcará o início do caminhar rumo à instalação de uma TV Pública que abarque em sua amplitude os princípios defendidos no manifesto produzido por Rincón, Martín-Barbero e Rey, sobre a questão da televisão pública na América-Latina, e tem como meta: “uma televisão pública, cultural e de qualidade”.

### **O diferencial da TV Pública**

Para Martín-Barbero (2000), a qualidade em televisão implica capacitação técnica e competência comunicativa para dirigir-se ao público e construí-lo, ganhá-lo como espectador. É uma televisão que desenvolve a característica básica de um meio de comunicação que é captar a vida, a constância e a eventualidade, a mesmice e as surpresas, “os milagres” e os expressa em uma estética própria em permanente experimentação de linguagem, em procedimentos inovadores.

A qualidade técnica e a competência comunicativa só serão alcançadas mediante o crescimento profissional dos agentes participantes das televisões públicas. Para que isso aconteça é preciso a discussão dos temas que são próprios da atividade





entre os agentes do processo – a necessidade constante de atualização profissional, a observação e conhecimento do público espectador, a ousadia de experimentações e novos modelos, o destemor de fazer emergir jovens talentos; a busca por profissionais com espírito público, por parcerias com o setor privado preocupado e engajado na causa social.

A televisão pública de qualidade deve se ocupar da diversificação de opiniões, tratar de todos os temas e chegar a todas as localidades. Abrir-se a novas possibilidades, olhar outros mundos, ouvir outras vozes. Dessa maneira a televisão oferece a imagem permanente do pluralismo social, ideológico e político, permite a emergência das vozes mais débeis, das minorias culturais. Ao buscar essas outras paragens sociais, a produção se depara com outras formas de contar, de organizar o imaginário, de trabalhar o simbólico.

La televisión cultural tiene como tarea primordial el establecer una clara sintonía con los diversos ritmos de lo simbólico, los de sus memorías y los de sus cambios, aprovechando su aceptación social para otorgar legitimidad cultural a propuestas innovadoras en los diversos ámbitos y prácticas de creación. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 1)

A postura de respeito ao cidadão – o espectador é um cidadão –, que permeia o projeto de televisão pública, leva a uma outra questão: o gosto. A TV comercial atende ao que a audiência diz ser de seu gosto. Para a televisão pública, ao contrário, o gosto é uma questão de oferta, não de demanda.





A televisão pública, diferentemente do que se propaga, deve fugir do monótono, do enfadonho, do tedioso. O caminho a seguir é a busca de novas linguagens e inovadores formatos que permitam a emergência da excelência de conteúdo, aquele que “não cabe na TV comercial (BUCCI, 2006, p. 18)” e que distinguirá a TV Pública. É dar ao público televisivo a oportunidade de experimentar o “biscoito fino”, O resultado de uma programação inovadora, de qualidade permitiria ao espectador ter contato com “o melhor da arte, da cultura e da informação [...] e levaria a televisão comercial a rever seus padrões (LEAL FILHO, 2006, p. 23)”.

A qualidade diferenciada da programação da televisão pública passa inapelavelmente pela percepção dos envolvidos com a necessidade de políticas públicas para o setor. Políticas capazes de definirem projetos e responsabilidades, de criarem mecanismos que garantam o direito do público a uma programação de qualidade e ao profissional o exercício pleno de suas capacidades técnicas, criativas, estéticas e também gerenciais.

A TV Pública agregadora desses ideais ainda é uma meta a ser atingida. No entanto, como explicitado neste texto, os caminhos, por mais árduos que sejam, estão sendo trilhados, muitas vezes de forma errante e em outros momentos com passos firmes, indicando retrocesso e alguns avanços. Enfim, um processo marcado por paradoxos que configuram o Sistema Público de Comunicação no Brasil e os seus diferentes veículos.

Como destacado por Wolton e Mattos, nada melhor para entender o todo do que perceber as especificidades das partes, ou seja, orientar o olhar a um caso





particular. A partir desse movimento é possível perceber avanços significativos e específicos no Sistema Público de Comunicação. A proposta aqui é centrar o foco no que é próprio da região Norte: a trajetória da TV Cultura do Pará. Com esse exercício espera-se oferecer aos leitores mais elementos para uma discussão sobre a questão da TV e conseqüentemente da Comunicação Pública neste Estado e no país.

### **TV Cultura do Pará**

No dia 02 de janeiro de 1987 vai o ar em caráter experimental a TV Cultura do Pará. O tempo decorrido da instalação da televisão no Brasil até a chegada da TV Cultura reforçam os caminhos lentos e tortuosos da implantação do Sistema Público de Televisão no país. Se nas décadas iniciais da história da televisão comercial, é possível perceber os erros e acertos da consolidação da televisão, não resta dúvida que o percurso para implantação de uma televisão pública nestas paragens foi um grande desafio.

A televisão educativa foi implantada, no Brasil, sem obedecer a um planejamento que decorresse de uma política setorial de Governo. Algumas emissoras tiveram como raiz de sua criação razões de ordem política, outras deveram sua existência à tenacidade individual de idealistas, e poucas foram as que surgiram com objetivos explicitamente definidos. (FRADKIN)

No entanto, a presença das Regiões Norte e Nordeste se mostrava presente nas derradeiras discussões sobre a constituição do Sistema Nacional de Televisões Educativas no país.





Em setembro de 1979, por iniciativa das emissoras do Norte e do Nordeste, realizou-se uma reunião de caráter regional, em Fortaleza/CE, à qual compareceram representantes da TVE do Rio de Janeiro. Em função desta reunião, a TVE do Rio de Janeiro iniciou gestões, com apoio das emissoras do Norte e do Nordeste, para a implantação do Sistema Nacional. (FRADKIN)

Sabemos que os fatos sociais são decorrentes de inúmeras variáveis, resultantes do seu tempo e frutos de um determinado contexto. Assim, a TV Cultura do Pará nasce a partir das iniciativas governamentais. Funcionando inicialmente com retransmissora abastecida pela programação do Sistema Nacional de Rádios e Televisões Educativas, resultado das ações implementadas em 1979.

A decisão de estabelecimento da TV Cultura no Pará foi estratégica, mesmo sem haver ainda condições para produção de conteúdo. Esse foi o caminho encontrado para inserção no Sistema Nacional. A proposta era “entrar no ar” e depois iniciar a produção de conteúdo local.

Assim, em 1987, “entra no ar” a TV Cultura do Pará com objetivo de se tornar um espaço privilegiado para divulgação da cultura amazônica. Esse espaço foi construído ao longo desses vinte três anos e tem rendido significativos retornos, indicando o acerto daqueles que lutaram para garantir a inserção da TV Cultura no Sistema Público Nacional.

Para dar os primeiros passos, a televisão comprou seus equipamentos no Rio de Janeiro e São Paulo, eixo consolidador da televisão no Brasil. A infraestrutura inicial



custou “33 milhões de cruzados, a moeda da época, funcionando com 86 antenas, equipamentos de transmissão, um estúdio, um complexo exibidor, um complexo de gravação e uma sala de apoio onde funcionavam o jornalismo e a administração (FUNTELPA, 2007, p. 31)”.



Na imagem da esquerda, as redações com espaços próprios e exclusivos, mas antigamente, como mostra a imagem à direita, os repórteres dividiam o espaço com setores administrativos.

O experimento deu certo, com programação oriunda do Rio de Janeiro, integrada ao Sistema Nacional de Rádios e Televisões Educativas, a TV Cultura deu seus primeiros passos rumo à consolidação de um canal de veiculação das expressões locais. Mas, no início, a diversidade local não era a tônica da programação e só foi sendo inserida na grade paulatinamente. “Um dos destaques dessa programação inicial era a novela Marquesa de Santos, que tinha a atriz Maitê Proença no papel principal. Na época ainda não havia uma rede nacional de televisão (FUNTELPA, 2007, p. 31)”.

Três meses, após a inauguração experimental, em 15 de março de 1987, vai ao ar oficialmente a TV Cultura do Pará através do canal 2 inaugurando a programação local a partir da veiculação da versão resumida de um jornal exibido diariamente, inicialmente às 20h30 e que, em 1989, passa a ser veiculado também às 12h30. O





jornal teve como primeira apresentadora Rosana Rodrigues, hoje funcionária da Rádio Cultura FM, o nome de batismo do programa, que perdura até hoje, é “Jornal Cultura”.

É de conhecimento dos que lidam diretamente com as atividades de televisão que o jornalismo ainda é uma das produções de menor custo, se comparado aos demais produtos, por exemplo, telenovelas, minisséries, documentários, filmes etc. É fato também que na TV analógica, o telejornalismo ainda é um dos programas que mais prestígio traz a uma emissora, aliado às demais programações. O jornalismo angaria audiência, respeitabilidade e fideliza o telespectador. Por esses motivos, dentre outros, é comum, na constituição das emissoras de televisão no Brasil, a utilização do gênero jornalístico como estratégia para construção e consolidação de uma grade televisiva. No caso da TV Cultura, essa estratégia foi imperativa já que como emissora pública uma de suas metas é difundir informações de utilidade pública voltadas ao bem comum.

### **Jornalismo: presença marcante na constituição da TV Cultura**

Nessa perspectiva, é que o jornalismo da Cultura escreveu sua história, da qual se orgulha por ter registrado e atuado de forma diferenciada como no caso da cobertura de uma de suas primeiras reportagens, “a queda do edifício Raimundo Farias”.

(...) queda do edifício Raimundo Farias, em Belém. Na época a TV possuía apenas dois cinegrafistas, o que obrigou uma enorme mobilização de todo o pessoal do setor para a cobertura. Regina





Alves era a diretora de jornalismo. As luzes do equipamento do Canal 2 foram colocadas a serviço do Corpo de Bombeiros para auxiliar no resgate das vítimas da tragédia (PEREIRA, 2002, p. 16-18).

A programação jornalística definia-se, estabelecendo a característica informativa da emissora-produtora. A entrada de novos programas como o Esporte Cultura (1987), sob o comando de Carlos Bahia, o Jornal Cultura que foi dirigido por Lúcia Leão. No ano de 1987, ainda era marcante no jornalismo a presença quase que obrigatória dos assuntos oficiais na pauta do noticiário. Afinal não é possível esquecer que a herança da ditadura estava presente nesses anos, mesmo que com menor força.

Os tempos ainda eram difíceis, política e tecnologicamente. Produzir conteúdos televisivos não era uma tarefa fácil e se constituía como uma das mais dispendiosas atividades. Os recursos eram reduzidos e a logística de funcionamento complexa.

Tecnicamente a equipe era formada pelo cinegrafista e o operador de fita em sistema U-matic. A equipe ia para as externas com uma enorme câmera, que media 60 centímetros e pesava 13 kg, com um VT a tiracolo, grande e pesado e mais o material de iluminação obrigatório, pois as câmeras precisavam de muita luz. (PEREIRA, 2002, p. 17-18).

De lá para cá muita coisa mudou na ordem política e tecnológica, mas há ainda muitos desafios a vencer.





Atualmente o jornalismo da TV Cultura conta com o Cultura da Hora, um boletim com os principais acontecimentos em Belém e no Pará, apresentando de hora em hora. O Jornal Cultura, informativo diário, de 30 minutos; o Esporte Cultura, diário que privilegia o esporte amador e profissional e o Esporte 2, semanal que analisa os eventos esportivos e discute o esporte como fator de integração social (FUNTELPA, 2007).

Mesmo passados os anos e com as modificações nas estruturas de funcionamento do Sistema Público, parte da programação jornalística da TV Cultura “ainda vai ao ar nacionalmente, por meio da Rede Pública de TV, no programa Espelho Brasil apresentado todos os domingos na RPTV com material jornalístico de todas as emissoras públicas nacionais” (FUNTELPA, 2007).

Aliados ao jornalismo outros gêneros e formatos deram sustentação à emissora que hoje se constitui como maior produtora de conteúdo local da região Norte.

### **Apostar na produção local fez a diferença**

Dado o pontapé inicial, em março de 1987 com o jornalismo, logo em seguida, em setembro do mesmo ano, amplia sua grade inserindo conteúdos locais à programação, o musical – “Som no Tucupi” – e o documentário – “Cultura Documento”. Com a inauguração do primeiro estúdio surgem novos formatos como os programas de debates – “Esporte Dois” –, 1987 e – “Debates Cultura” –, 1988 e entrevistas – Carta na Mesa –, 1988, configurando-se como integrantes da grade de programação. Apesar de estreante, ao final de um ano, a TV Cultura colhe o primeiro





fruto do trabalho de qualidade desenvolvido por aqui. Em 1988, a programação da emissora, agora também produtora, “é premiada pela produção e veiculação do vídeo Arquitetura Amazônica, em Sófia na Bulgária, concorrendo com 53 países”.

A TV Cultura vinha para ficar e fazer a diferença, **sem** dúvida. Nessas décadas somaram-se prêmios e destaques pela programação de qualidade, apesar das dificuldades comuns a uma emissora do Sistema Público. Mais de duas décadas mostraram os diferenciais dessa que se tornou uma das grandes produtoras de conteúdos amazônicos. Veja a seguir os programas que fizeram a história da TV Cultura nos primeiros anos.

### Primeiros Programas da TV Cultura do Pará

Programa	Descrição	Criação
Jornal Cultura	Informativo diário - às 20h30	1987
Esporte Cultura	Informativo esportivo diário - às 13h	1987
Som no Tucupi	Show musical quinzenal	1987
Cultura Documentos	Documentários	1987
Esporte Dois	Debates esportivos	1987
Eventos ao vivo	Transmissão ao vivo	Desde a fundação
Esporte Dois	Debates esportivos	1988
Debates Cultura	Debates gerais	1988
Cartas na Mesa	Entrevistas	1988
Sem Censura Pará	Variedades	1988



Cultura Economia	Informativo econômico	1988
Via Pará	Variedades	1988
Via Brasil	Programa veiculado em rede nacional	1988
Domingo esportivo	Transmissão de jogos esportivos	1988
Jornal Cultura 1ª edição	Informativo diário às 12h30	1989
Vídeo Cultura	Programa de ficção com autores regionais	1989
Festival Cultura	Programa mensal com eliminatórias para o 1º Festival Cultura de Música Popular Paraense	1989

Fonte: Relatório Funtelpa, 1988-1989

## Formar competências, marca registrada



Estúdio do programa Esporte Cultura, um dos primeiros programas da TV Cultura.





TV Cultura do Pará, local conhecido e reconhecido como celeiro de formação profissional. Ao longo de sua existência foi o espaço do exercício primeiro de recém jornalistas, publicitários, cineastas etc. Mesmo que considerada por muito como local de passagem, a emissora tem atuado como um campo de formação de várias gerações. Incubadora de ideias na qual projetos são gestados e por muitas vezes transferidos para outros domínios. É fato que esse é um dos papéis da TV Pública, mas é fato também que o Sistema Público deveria ter condições de manter essas competências.

Muitos profissionais que hoje fazem parte do mercado da comunicação começaram sua carreira nos corredores e salas da TV e Rádio Cultura do Pará. Neste laboratório, os novos profissionais participam das discussões diárias da redação ou da produção de programas, adquirem o poder da observação do público e da experimentação de novos formatos e linguagens inovadoras. Assim nascem novos diretores, programadores e produtores com espírito de comunicação pública. (FUNTELPA, 2007)

A falta de políticas continuadas para fixação de competências é uma realidade partilhada pelos diferentes gestores dos meios públicos no Brasil. Sem as devidas políticas os profissionais deixam as TVs e Rádios Públicas e vão servir as empresas privadas. O que gera um processo de eterno recomeçar. Sem competências permanentes é muito complexa a consolidação do conceito amplo de TV Pública.





São muitos os nomes que podem ser citados, em uma lista extensa, envolvendo ex-profissionais da Cultura, assim como ex-alunos das instituições educacionais, que passaram pelos veículos da Fundação: Lúcia Leão, atualmente editora executiva do Jornal Hoje da Rede Globo, Marisa Ferrari que hoje apresenta o Jornal da Band News, Úrsula Vidal, do SBT Belém, e muitos, muitos outros.

A TV Cultura do Pará vem se destacando na Região Amazônica. Nessa trajetória, um de seus diferenciais é o jornalismo voltado à utilidade pública, essência maior desse gênero. Respeitando o direito a informação estratégica, aquela que oferece pontes para construção ou busca de conhecimento, o jornalismo da TV Cultura, e dos demais veículos da atual Fundação Paraense de Rádio Difusão, tem proporcionado ao telespectador visões diferenciadas dos fatos. Ao direcionar o foco de suas câmeras para questões muitas vezes negligenciadas pelas emissoras comerciais, no entanto, cruciais para uma Região como esta.

Aliados ao jornalismo, os documentários configuraram o perfil da TV Cultura. Esse tem sido o grande nicho no qual a emissora-produtora se especializou, e pelo qual tem se distinguido tanto local, como nacional e internacionalmente. Nos anos iniciais, era responsável por toda produção de documentários exibidos, com o passar dos anos tem apostado nas parcerias, recorrendo a produtoras locais responsáveis atualmente pelas coproduções dos documentários. Abrindo-se as parcerias, a TV Cultura vem incentivando a formação de novos talentos locais, um dos objetivos de uma televisão pública. Descentralizando a produção, a TV Cultura aposta no novo ampliando e diversificando a produção televisiva regional.



A história da Cultura se constrói a partir da busca incessante pelo aprimoramento na oferta de conteúdo. Isso pode ser percebido pelas produções que não estão limitadas ao jornalismo e ao documentário. A busca vai além, a partir do investimento em outros gêneros e formatos. Assim, a Cultura tornou-se a única televisão brasileira que produz e veicula um programa infantil com temática amazônica: o “Catalendas”, com onze anos de existência, produzido e veiculado sistematicamente em rede nacional é um dos destacados conteúdos da TV Pública paraense.

A TV Cultura do Pará, nessas décadas de existência, tem desempenhado também um papel fundamental na cena musical da Região Norte, tornando-se a maior produtora de clipes e exibidora de shows musicais. Apostando nas competências locais, a emissora-produtora tornou-se grande incentivadora de talentos musicais.

Em tempos mais recentes, a TV Cultura tem apostado em novas ações a partir de políticas sistemáticas com as quais tem fomentado a utilização de formatos e gêneros até então inexistentes na grade de programação, como minisséries e interprogramações.



Gravação do programa Catalendas, da TV Cultura do Pará. Único programa infantil do Norte, e com temática amazônica, que foi veiculado em rede nacional.





Como integrante da Associação Brasileira de Emissoras Educativas e Culturais –ABEPEC –, que mantém a Rede Pública de TVs no Brasil – RPTV –, tem sido uma das geradoras de conteúdo da grade de programação da TV Brasil, além de participar da TAL-TV da América Latina. É o único canal de difusão, no Pará, veiculado à produção independente de cinema e vídeo amazônico e brasileiro.

### **Interrupção temporária**

Apostar na criação dessa emissora-produtora pública foi uma decisão acertada. Sua caminhada transcende o esforço derradeiro oriundo de decisões governamentais. A TV Cultura do Pará se constitui como agente estratégico para a cultura paraense e se destaca por ser responsável por mais de 20% da produção de conteúdo oferecido na grade. Os que estão mais próximos às discussões que envolvem a televisão sabem o que esse feito significa em investimentos, tanto de ordem material, como nos investimentos em recursos humanos. Para os interessados nos assuntos de TV é claro o que significa manter esse percentual de produção local. É fato que no Brasil a instalação das redes de televisão foi iniciada nos anos de 1960, dando origem às primeiras redes integradas de televisão. Um grande passo para o sistema televisivo brasileiro. No entanto, a implantação das redes trouxe consequências para as produções locais e regionais. É nessa década que se inicia a transmissão por micro-ondas, permitindo o alcance ao vivo, por outros estados, das programações produzidas na região Sudeste. De acordo





com Priolli (2000), esses anos marcam o estabelecimento das redes rudimentares de televisão, mas também, anulam as possibilidades de produções das televisões regionais.

O contexto configurado pelos anos 60 trouxe a paulatina diminuição das produções locais e em algumas regiões houve a completa extinção da produção de conteúdos próprios. Com o passar dos anos, as chamadas cabeças de rede tornaram-se responsáveis pela distribuição dos conteúdos às emissoras integrantes do Sistema Integrado, tornando-as meras repetidoras de conteúdo. Os centros irradiadores de programação foram se tornando hegemônicos a partir do Rio de Janeiro e São Paulo. Ficava cada vez mais difícil e dispendioso produzir localmente. Esses processos marcam profundamente a história da TV no Brasil, configurada fortemente pela presença destacada do Sudeste em toda programação veiculada nacionalmente. Um país conhecido por sua diversidade cultural passa a ser reconhecido pelas produções televisivas oriundas quase que unicamente do Sudeste. Um processo que aponta claramente para o apagamento da multiplicidade cultural do Brasil. Se de um lado houve ganhos significativos, de outro ainda não foram mensurados os prejuízos causados pelas lacunas geradas com a ausência da programação regional na grade televisiva brasileira. Nesse sentido, a TV Cultura do Pará, como as demais televisões públicas, atua na contramão dessa tendência conseguindo, ao longo das décadas, resistir ao “apagamento” do regional, reafirmando o papel da TV Pública e seu destaque na história da televisão no Brasil.

A exemplo da escassez de fonte para reconstituição da história da televisão, com a trajetória da TV pública não é diferente. Este texto teve como um de seus





objetivos contribuir com o fornecimento de informações visando a diminuição da lacuna existente na história da televisão no Brasil e, principalmente, no que diz respeito a trajetória da TV Pública em diferentes regiões brasileiras. Não há dúvida que a caminhada da TV Cultura no Pará nos possibilita várias investidas, mas isso será objeto de futuras análises e próximos textos, aqui esboçamos nossas primeiras aproximações à história da Televisão Pública paraense.

### **Referências**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMISSORAS PÚBLICAS EDUCATIVAS E CULTURAIS. Diagnósticos Setoriais. Caderno de Debates. *I Fórum de Debates de Tv's públicas*. Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

BUCCI, Eugênio. A TV Pública não faz, não deveria dizer que faz e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento. Cadernos de Debates I, p.17. *I Fórum Nacional de Tv's Públicas*. Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

CANDEL, Roberto S. Universitat Pompeu Fabra. Departamento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual. Unidad de Investigación em Comunicación Audiovisual





(ÚNICA). Disponível em [www.comunicacionesymedios.com](http://www.comunicacionesymedios.com) . Acesso em 18 de novembro de 2009.

CARVALHO, Patrícia Maurício. Reflexões sobre a TV Pública. Trabalho apresentado na NP Políticas e Estratégias de Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do *XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2008. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1100-1.pdf>> . Acesso em 08 jul 2010.

CASHMORE, Ellis. *...e a televisão se fez*. São Paulo: Summus, 1998.

EBC – Empresa Brasil de Comunicação. Disponível em [www.ebc.com.br](http://www.ebc.com.br) . Acesso em 26 novembro 2009.

FIORETI, Bruna, Campos, Sílvia, STIVANIN, Taíssa. A TV pública que funciona. Matéria publicada em *O Estado de S. Paulo* em 15/4/2007, veiculada pelo Almanaque da Comunicação, disponível em [www.almanaquedacomunicação.com.br/blog/?page\\_id=568](http://www.almanaquedacomunicação.com.br/blog/?page_id=568). Acesso em 07/12/2009.

FRADKIN, Alexandre. *Radiodifusão Educativa: A TVE ou não é?*. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=433TVQ004>. Acesso em outubro de 2010.





FUNDAÇÃO DE TELECOMUNICAÇÕES DO PARÁ. *Fundação de Telecomunicações do Pará: 30 anos construindo a história da comunicação pública no Pará*. Belém: Funtelpa, 2007.

MALCHER, Maria A; LIMA, Regina L. A. de; VIDAL, Marly C. (Org.) *60 anos de televisão aberta no Brasil: relatório de Gestão Funtelpa, 2007-2010*. Belém-PA: Funtelpa, 2010.

MALCHER, Maria A. *Teledramaturgia: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira*. São Paulo: Intercom, 2009.

MARQUES DE MELO, José. Escapismo e dependência na programação da TV Brasileira. *Comunicação & Sociedade*, n. 5, março de 1981.

MARTIN- BARBERO, Jesús .M., REY, Germán, RINCÓN, Omar. 'Televisión pública, cultural, de calidad apud. LEAL FILHO, Laurindo Lalo. A missão da rede pública nacional de TC. Cadernos de Debates II, Relatório do GT 'Missão e Finalidade', Anexo I, p.23. *I Fórum Nacional de Tv's Públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão*. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. Petrópolis: Vozes, 2010.





\_\_\_\_\_. *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. Petrópolis: Vozes, 2002.

MOTA, Regina. Os desafios da TV Digital no Brasil. In: *Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social*. / André Barbosa Filho; Cosette Castro e Takashi Tome (orgs.). – São Paulo: Paulinas, 2005. (Coleção comunicação-estudos)

\_\_\_\_\_. Uma pauta pública para nova televisão brasileira. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, jun. 2004.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PEREIRA, João C. *Memória da televisão paraense e 25 anos da TV Liberal*. Belém: SECULT, 2002.

I FÓRUM NACIONAL DE TVS PÚBLICAS. Brasília: Ministério da Cultura, Brasília, maio, 2006.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In: HAMBURGER, Esther; BUCCI, Eugênio (Org.). *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.





REVISTA ESTÚDIO. Como estão e para onde vão nossas rádios e tevês. *Revista Estúdio*. ano I, n. 1. Setembro, 1987.

SOBRAL, Raymundo M. S. Televisão paraense : 30 anos no ar. *A Província do Pará*. Setembro de 1991.

WOLTON, Dominique. *Internet e depois?* Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

\_\_\_\_\_. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.





## Memória e história: as minisséries como restos do passado

Marialva Carlos Barbosa (UTP)

Se considerarmos que história não é apenas aquilo que supomos que tenha acontecido no passado, mas tudo aquilo que do passado chega até o presente, os meios de comunicação possuem extraordinário poder histórico. E mais do que isso se constituem numa espécie de memória histórica do mundo que denominamos contemporâneo.

Nesse texto vamos nos deter numa tipologia narrativa da televisão brasileira: as minisséries e, especialmente, aquelas que possuem cunho de natureza histórica. Nessas emissões o passado se apresenta numa dupla dimensão: a da reconstrução, possibilitada por inúmeros artefatos enunciativos, e a que estamos denominando de memória do si, ou seja, do próprio telespectador e do outro, daquele que em cena pode encarnar a idealização do passado. A televisão e essas emissões funcionam como atualizadores das práticas memoráveis.

Por outro lado, ao trazer o passado para o presente, repleto do sentido de verdadeiro passado, essas emissões eternizam idealizações no imaginário contemporâneo. Os restos são reconstruídos como outrora e o que chega ao presente não são mais rastros de um passado, indicando a sua passividade, (RICOEUR, 2000)





mas o próprio passado como presente. As roupas, os utensílios de época, tudo está ali diante do olhar do telespectador que, assim, se transporta para os tempos idos.

Ainda que originalmente tenhamos trabalhado com quatro minisséries históricas – Amazônia, JK, Desejo e Agosto – neste texto vamos analisar especificamente à minissérie Agosto já que a questão dominante nas nossas reflexões é como se transporta para a TV as artimanhas e jogos de poder que envolviam a imprensa no na crise de 1954 e que termina com o suicídio do presidente Getúlio Vargas.

### **Efeito memorável**

A TV, como uma das mais importantes mediações do mundo contemporâneo, constrói uma dada imagem de passado que produz efeito singular de comunicação. O passado pode ser visualizado como ação presente. Com isso constrói-se um regime de historicidade governado por uma espécie de utopia comunicacional, já que se permite que o passado seja parte do presente e constituído no próprio presente.

Os meios de comunicação além de serem lugares contemporâneos de ritualização (BARBOSA, 2007b), são também lugares de construção de uma cadência temporal singular, na qual passado, presente e futuro se constroem como temporalidades intercambiáveis. Estamos partindo do pressuposto da íntima correlação do tempo com a narrativa midiática, a partir de múltiplas articulações que incluem regimes de ficcionalidade e de realidade presentes de maneira intercambiáveis nas narrativas da televisão<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Parece claro que a nossa principal referência na questão da articulação tempo e narrativa é Paul Ricoeur. Guardadas 350





Para que esses dois regimes funcionem num mesmo diapasão temporal é fundamental a imagem memorável que se possui, por antecipação, do que seja o passado: artefatos que não fazem parte de nosso cotidiano atual, vestimentas que vimos em outras imagens que indicavam tempos pretéritos, arquiteturas que são familiares aos nossos olhos como emblemas de outros tempos, modos de falar, de vestir e de se comportar.

A imagem prefigurada como passado produz o efeito de imersão nesse universo ao mesmo tempo distante e próximo. Pela memória, podemos ter a sensação de entrar no passado, já que é ela a abertura mais fundamental em direção ao que já passou.

Ainda que a memória seja um conector fundamental que permite a visualização de uma imagem do passado e também se constitua como abertura fundamental em direção a esse mesmo passado permitindo a “operação historiográfica” (CERTEAU, 1982), em sua tripla dimensão (a fase documental, a explicativa/compreensiva e a escrita) a memória não é história.

Enquanto a história é disciplina que usa inclusive a memória, transmutada em testemunhos, como possibilidade de acesso ao passado (o testemunho indica que houve uma experiência singular para alguém no passado), a memória é um trabalho,

---

as distâncias teóricas e de conhecimento existente em relação àquele autor, enquanto Ricoeur se preocupa com duas ordens de texto – o histórico e o literário – na mesma lógica conceitual, estamos considerando também duas ordens narrativas – o texto com pretensão a reconstruir o passado e o texto cuja dominância é o regime de ficcionalidade –, ainda que essas duas ordens de texto (histórica e ficcional) estejam embaralhadas numa mesma narrativa, no caso a narrativa da TV. Há que se considerar ainda o tipo de auto-atribuição dessas mesmas narrativas: aquelas cujo vínculo é a ficção (minisséries) e aquelas cujo vínculo é com a informação (comemorações e retrospectivas).





que coloca em referência o esquecimento. A memória é dialética fundadora no espírito humano, em relação com a categoria imaginação e com a possibilidade do esquecimento. Memória é experiência vivida, configurada pela dialética lembrança e esquecimento, lugar de disputas, conflitos, na busca incessante por sentido.

Como enfatiza Chartier (2009), graças ao excepcional livro de Paul Ricoeur (2000), as diferenças entre memória e história podem ser tratadas com clareza. Em primeiro lugar, a memória produz a autenticidade do testemunho como algo vivido. O testemunho dá ao portador daquela reminiscência a autoridade de ter presenciado algo que aconteceu e que pode trazer de volta. Mas para a historiografia o passado chega, sobretudo, através do que está inscrito (documento), indicando a sua presença imortalizada.

Além disso, o testemunho, diretamente vinculado às artes da memória, possui índices de um tempo em que o conhecimento se dava pela possibilidade de recordação. Já com o documento, a palavra decorrente dos trabalhos da memória é substituída pela inscrição, ou seja, pelo que foi gravado sob a forma de escritura e, portanto, construído para ser perpetuado. Submetidos pelo historiador ao exercício crítico, os documentos serão, a partir de uma série de postulados que se transformam em métodos, desconsiderados ou qualificados como verdadeiros ou falsos.

Se o juízo crítico em contraposição à certificação na primeira ação da operação historiográfica é o que produz a distinção entre objeto memorável e objeto documental, a questão da temporalidade particulariza a segunda distinção entre memória e história.





Enquanto a reminiscência é imediata, a construção do juízo histórico se faz pela explicação das regularidades e causalidades ou pela explicação por razões. Portanto, no segundo nível da operação historiográfica – explicação/compreensão – está sob o foco a formulação argumentativa do pesquisador que estabelece correlações entre um antes e um depois, particulariza as causas ou procura explicar a singularidade do fato tomado como histórico.

Em terceiro lugar é preciso considerar que enquanto a memória é reconhecimento do passado, história é representação do passado, cuja intenção máxima é a verdade. Para isso se vale de documentos e de modelos teóricos e metodológicos. Para Ricoeur (2000) a questão da representação está indubitavelmente ligada à história em dois níveis: como objeto e como ferramenta da história. Ou seja, ao explicar/compreender busca-se uma representação do passado, cujo resultado final é uma escritura com a pretensão de representar também o verdadeiro passado.

É pela memória que o passado se torna algo que pode ser representado pela escrita da história, ao mesmo tempo em que a memória se torna uma espécie de “fiador da existência de um passado que foi e não é mais” (CHARTIER, 2009, p. 23). Enquanto a história é regida pela epistemologia da verdade, a memória é governada pela idéia de fidelidade. Enquanto a memória é fundamental para indicar a presença do passado no presente, construindo laços culturais fundadores entre comunidades, indivíduos e grupos, a história é antes de tudo um saber universalmente reconhecido como científico.





No caso das narrativas midiáticas da televisão, os usos que esta faz do passado produzem um pretérito que é apresentado como parte do presente. Um presente que inclui o passado, promovendo um embaralhamento temporal. Essa apropriação cria uma espécie de utopia comunicacional governada pela idéia de presente absoluto. Se o presente é governado pelo olhar (imagem), ao figurar também o passado como imagem, a televisão dá ao passado sentido de presente, criando um espaço vazio de tempo, um nenhures, um lugar que só existe como imagem e imaginação.

Há que se considerar na narrativa televisual não apenas a lembrança inscrita na imagem sob a forma do olhar, mas também a dimensão do esquecimento: aquilo que aparece como silêncio ou aquilo que sequer é nomeado na cena. Isso porque a questão da memória mostra que o esquecimento é um dever da memória e, portanto, a categoria memória só existe no esquecimento. Ao lembrar, tira-se esse algo do esquecimento para a memória. Só há memória, porque há esquecimento.

Enquanto a memória é sempre apresentada com a ambição à fiabilidade, o esquecimento, em contrapartida, apresenta-se como uma espécie de defeito. Portanto, o que está sob foco no jogo memorável são o grau de profundidade do esquecimento e o seu estatuto epistemológico (RICOUER, 2000).

Há múltiplas possibilidades de esquecimento, o que faz com que alguns autores proponham uma tipologia do esquecimento (pragmática), estabelecendo níveis diferenciados, mesmo em relação ao chamado esquecimento profundo: esquecimento por apagamento de restos; por persistência de restos e em decorrência da memória. A





uma memória impedida corresponderia o esquecimento produzido no inconsciente; a uma memória manipulada corresponderia o esquecimento produto da narrativa; e aos usos e abusos da memória corresponderia o esquecimento comandado, numa dimensão institucional (RICOEUR, 2000).

Há ainda o esquecimento por persistência de restos, algo que apresenta uma marca exterior, algum tipo de inscrição que reenvia ao passado. Nas narrativas televisuais com sentido histórico, observa-se o predomínio desse tipo de esquecimento na construção do passado. São acontecimentos que ganham um sentido supra-histórico, por ter afetado o público em outra época e, em razão disso, de ter colocado uma espécie de marca afetiva, como algo que dura. A sobrevivência dessas imagens indicaria a existência de um esquecimento profundo, o que Ricoeur chama esquecimento de reserva.

Nas minisséries há claramente a construção de um dado período histórico pautado por esta lógica do esquecimento de reserva. E com isso a história do país se apresenta novamente ao público como algo trazido do esquecimento para lembrança, silenciando, em contrapartida, diversos outros aspectos.

Muitos exemplos presentes nas narrativas dessas minisséries poderiam ser citados como esquecimento de reserva. Mas a cena do enterro do presidente JK na minissérie de mesmo nome talvez uma das mais emblemáticas: o cenário, a assistência, o local, a arquitetura espacial, a tomada da câmara, todos os aspectos cênicos da longa seqüência remete a um enterro que está presente na memória e no imaginário do





público, o do presidente Getúlio Vargas. O cortejo em preto e branco, reenviando pela imagem à presença do passado, reproduz com detalhes o acontecimento de agosto de 1954. A cena do novo cortejo, dessa vez de JK, exatos vinte e dois anos depois, traz pelo esquecimento de reserva a profusão do ato narrativo, pela sua repetição integral, ainda que os personagens sejam outros, assim como o tempo cronológico e político.

### **Agosto: meios de comunicação personagens na trama**

A cena do cortejo original – ou seja, da multidão que se formou para dar o último adeus a Vargas no Catete e, sobretudo, a que acompanhou o féretro do presidente até o Aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro, de onde embarcaria para São Borja, no Rio Grande do Sul, aonde foi enterrado – aparece com destaque no último episódio da minissérie Agosto.

Os rastros cênicos que indicam o esquecimento por persistência de restos são de muitas naturezas: desde a alternância de cenas filmadas na época, em preto e branco, até a reprodução do mesmo espaço geográfico figurando o cenário. O trajeto é o mesmo, tanto na tomada do enterro de JK, na minissérie exibida 13 anos depois, como na tomada do enterro de Vargas, reencenada na minissérie Agosto (1993): lentamente o cortejo segue pelos bairros do Flamengo e da Glória até atingir o Castelo para, finalmente, chegar ao Aeroporto. Lá, assume a centralidade da cena a aeronave na pista e a multidão que ao longe se despede acenando lenços brancos, enquanto o caixão desaparece dentro da aeronave.





Há, portanto, não apenas um sentido de continuidade histórica nessas construções imagéticas nas mortes envolvendo o dirigente máximo da nação, como também uma persistência de detalhes narrativos fazendo com que uma cena seja continuação da precedente, criando-se a impressão de continuidade temporal e permitindo a construção da marca da igualdade entre os personagens chaves do enredo.

Por outro lado, nas cenas repetem-se os mesmos cenários em tomadas de câmera semelhantes e também se destaca o povo como o grande personagem da narrativa: uma multidão amorfa, que se iguala no desespero que envolve a todos. São restos de um passado em preto e branco que indicam a passagem do tempo, e promovendo a volta do tempo pretérito como um presente contínuo. É como se o passado estivesse novamente sendo vivido, com todas as suas características singulares. A ilusão da volta ao passado é possibilitada pelos jogos cênicos: pela imagem repetida, pela imagem encenada cria-se o alhures, o lugar nenhum, construindo-se uma utopia que difere das demais por conseguir em cena, com movimento, personagens, sons, luzes, cenários, etc., a sensação de passado.

A minissérie Agosto<sup>2</sup>, feita a partir da adaptação do livro homólogo de Rubem Fonseca, é também emblemática para mostrar a interpretação que se pode

2 A minissérie Agosto, produzida pela TV Globo, foi ao ar de 24 de agosto a 17 de setembro de 1993. De autoria de Jorge Furtado e Giba Assis Brasil, a partir do romance de Rubem Fonseca, a minissérie teve a direção artística de Carlos Manga e a direção geral de Paulo José, Denise Saraceni e José Henrique Fonseca. Classificada como um “thriller de ficção histórica” pela própria emissora tinha como cenário o Rio de Janeiro, então capital federal, de 1954, em plena crise da era Vargas. Começa com o assassinato do empresário Paulo Gomes de Aguiar, no início do mês de agosto, e se desenvolve até o dia 25 do mesmo mês, quando, pela morte do comissário Alberto Mattos e do presidente Vargas se dá o desfecho da trama. MEMÓRIA GLOBO, 2010, p. 277.





ter de um período da história recente do país: aquilo que foi construído como os fatos verdadeiros daquele período histórico: os jogos de poder do mundo político e empresarial, a corrupção em que estavam envolvidos membros do governo, o famoso “mar de lama” das manchetes dos jornais de oposição, em 1954, a oposição ferrenha ao Presidente Vargas e as pressões sofridas e que culminariam com o suicídio na madrugada do dia 24 de agosto.

A trama política figura como uma espécie de pano de fundo para diversas histórias cujo foco é o cotidiano de diversos personagens: a angustiada Alice, casada com o empresário corrupto; a sonhadora Salete, amante de um político e também do comissário Alberto Mattos, personagem principal e que costura a narrativa de todos os núcleos secundários da minissérie, que apresenta senadores corruptos; policiais vendidos e assassinos; bicheiros envolvidos em assassinatos e empresários em múltiplas falcatruas; ao lado de mulheres apaixonadas, enlouquecidas e depressivas.

Só para situar rapidamente o leitor, Carlos Lacerda, líder da UDN, era o principal opositor do presidente Getúlio Vargas. Para ter uma força midiática a seu favor, Getúlio propôs a Samuel Wainer, antes mesmo de se candidatar a Presidência da República, no seu segundo mandato, que fundasse um jornal, com a função explícita também de dar-lhe apoio político. Foi assim que nasceu em 12 de junho de 1950, o jornal Última Hora.

Durante todo o período em que Vargas esteve à frente do Governo, até o suicídio em 24 de agosto de 1954, o embate entre a Tribuna da Imprensa de Carlos Lacerda e Última Hora de Samuel Wainer deixa a mostra os jogos e as artimanhas do





poder e que se consolidam em múltiplas campanhas que fazem o eco da oposição à Vargas por grande parte da imprensa, sob a liderança da Tribuna da Imprensa, ou da defesa destemida realizada quase que solitariamente por Última Hora.

Ainda que o período de embate seja bastante extenso, cobrindo quase que integralmente o governo de Vargas, de 1951 a 1954, foi no mês de agosto que a luta se acirrou. São exatamente os incidentes políticos, que culminaram com o suicídio do Presidente, o pano de fundo para situar historicamente aquele agosto, não como um mês qualquer da história, mas o Agosto maiúsculo: o agosto que passaria a história como um dos meses de maior crise da história do século XX.

Outra característica da minissérie que é intitulada a priori como “histórica”, inclusive pelos diretor artístico (Carlos Manga) e geral (Paulo José), é que nela os meios de comunicação se constituem numa espécie de personagem central da trama. A todo o momento, em todos os ambientes, há sempre alguém lendo um jornal, folheando uma revista, mas, sobretudo, escutando o rádio. A televisão aparece vez por outra em uma cena, sempre na casa dos mais abastados: afinal naquele agosto de 1954, a TV ainda engatinhava e era objeto de consumo apenas dos que possuíam maior poder aquisitivo.

Se considerarmos, como dissemos no início desse texto, que histórico é tudo aquilo que do passado chega até o presente, podemos traçar também a partir da análise das imagens da emissão uma radiografia histórica da forma como o público fazia usos dos meios de comunicação nos idos de 1954.





Observa-se como marca mais enfática dos anos 1950 a confluência de múltiplos meios de comunicação que dominavam o cotidiano de muitos: quase todos os personagens estão sempre com um jornal à mão. Afinal, naquele agosto de 1954 era pelos jornais – que claramente definiam em que lado eles estavam, se a favor ou se contra Vargas – se tomava conhecimento dos múltiplos acontecimentos políticos de uma trama que a cada minuto ganhava novo ingrediente.

Logo nas primeiras cenas, quando a polícia está no apartamento do industrial assassinado, no jornal que está no chão aparece em destaque a manchete: “Mar de Lama no Porão do Catete”. A partir daí, a cada dia, as manchetes dos jornais marcam a passagem do tempo, a complexificação da trama histórica e dos enredos dos múltiplos personagens.

Olhando cada episódio é possível remontar os modos como o público se relacionava com os meios de comunicação: o jornal comprado diretamente nas bancas pela manhã era companhia fiel nos bondes e nas lotações, no trajeto de casa para o trabalho ou do trabalho para casa. No ambiente do trabalho e nas casas também os jornais faziam parte do cenário: há sempre uma folha em cima de uma mesa, jogada sobre um sofá, espalhada pelo chão. Mesmo as gavetas quando abertas deixam antever diversos exemplares de jornais misturados as revistas, leitura obrigatória das mulheres que aparecem na trama, sobretudo aquelas dos grupos populares.

Mas a característica mais marcante do uso que os personagens fazem dos meios de comunicação pode ser reduzida a duas expressões: confluência e misturas.





As várias mídias então existentes como meios de comunicação massivos faziam parte, conjuntamente, do cotidiano da maioria: os personagens lêem aos jornais pela manhã e durante todo o dia informam-se pelo rádio das últimas novidades daquele trágico agosto. A televisão toma a cena nas emissões vespertinas e noturnas ou em momentos extraordinários, quando o desfecho da trama pede o clímax. Nos momentos definitivos da história, no instante da intriga que emerge a reviravolta ou o desfecho contundente, como, por exemplo, no desvendamento do crime da Toneleros ou na despedida popular a Getúlio Vargas, no dia seguinte ao suicídio, são as cenas esmaecidas em preto e branco da televisão que passam a compor a narrativa.

Todas as mídias massivas então existentes – os jornais e o rádio – e a novidade tecnológica – a televisão – estão presentes na trama, com o papel preponderante de informar os últimos acontecimentos e situar os personagens no tempo. E revelam explicitamente o uso que delas fazem o público: vêem televisão sempre comentando com outro que está presente diante da emissão, transformando o ato de ver televisão sempre em algo coletivo. Paradoxalmente, escutam o rádio que se multiplica pelos vários cômodos da casa em silêncio procurando descobrir na fala que toma conta dos ambientes o sentido da informação. O rádio informa incessantemente para personagens que mesmo acompanhados na cena não comentam o que ouviram.

Além dessa confluência dos meios, funcionando um como complemento do outro e levando a usos diferenciados em função da materialidade, dos ambientes e das possibilidades tecnológicas de cada um deles, observa-se mistura nos modos de





comunicação. A leitura das páginas dos jornais, das retumbantes manchetes dos jornais expondo a crise de agosto, o público acrescenta a todo o momento as informações atualizadas, acompanhando sem cessar as emissões radiofônicas. E, por fim, podem ver, na televisão, as cenas decisivas daquela intriga.

### **Considerações finais**

Ao se construir uma visão do passado, em que há toda uma idealização simbólica desse passado, como uma espécie de lugar que não está em lugar algum (uma imagem global do passado como desejo dominante), a televisão pela força da imagem e da imaginação constrói uma utopia comunicacional. Se a questão da utopia é de natureza textual desde a sua gênese, possibilitando, por exemplo, a criação de cidades invisíveis e irreais, como na Utopia de Thomas More, o passado tornado presente em cenas que querem restituí-lo plenamente seria uma espécie de nova utopia. Uma utopia midiática contemporânea.

A utopia é uma criação distintiva de um autor, é gênero declarado que apresenta o nenhures, o nenhum lugar, uma espécie de lugar vazio a partir do qual olhamos para nós mesmos. Essa é a principal característica dos usos do passado que as narrativas televisuais instauram. A utopia ao introduzir variações imaginativas sobre o passado da sociedade, sobre o poder, a família, a religião produziria um tipo de neutralização que só se realiza pela ficção. A utopia também coloca a questão da autoridade: se toda ideologia tende a legitimar um sistema de autoridade, a utopia se debateria com





o problema do poder em si. Assim, o que estaria em jogo na utopia seria também a utilização do poder em todas as instituições.

E, finalmente, o passado construído nessas emissões mostra uma nostalgia de passado, de uma espécie de paraíso perdido que só se realizaria através da imaginação. As imagens do passado, construídas pela narrativa televisual, instaurariam uma narrativa dependente da imaginação comunicacional que poderia ser conceituada como utopia comunicacional. O passado da utopia, como já dissemos, é o nenhures ou um lugar que só existe como imagem / imaginação.

Devemos considerar também que o texto se projeta além dele mesmo, através da simulação da experiência vivida. A narrativa enfoca, assim, a experiência que pode ser a do próprio público, já que os textos desenham um mundo, que, mesmo sendo fictício, continua sendo um mundo. É o que o Ricoeur chama mundo do texto, sempre ofertado à apropriação crítica dos leitores. No ato de leitura se entrecruzam, pois, o mundo do texto e o mundo do leitor. Se o mundo do texto é sempre imaginário, o mundo do leitor é real, mas ao mesmo tempo capaz de remodelar a esfera do imaginário.

Falar em narrativa é se referir obrigatoriamente à questão da temporalidade. Se considerarmos temporalidade como inscrição das atividades humanas na duração, não há um sentido único do tempo. Entretanto, historicamente o tempo foi considerado prioritariamente sob duas perspectivas: a primeira baseada na cosmologia e a segunda na experiência humana, isto é, a significação de viver o tempo. Essas duas concepções não são excludentes.





Mas mesmo nas narrativas da TV cujo estatuto dominante é o da ficcionalidade, observa-se a dependência de um passado já realizado. A teia narrativa ficcional tem, nas marcas colocadas em cena pelos jogos imagéticos, uma dívida para com o passado que deve ser integralizado em toda a dimensão de algo que efetivamente se deu.

Assim, os meios de comunicação ao produzirem uma narrativa onde essas duas ordens de discursos têm prevalência, embaralhando ainda mais a temporalidade. O tempo calendário está presente, mas as figurações imaginativas de um tempo ficcional também se reproduzem nos textos que tentam dar conta do cotidiano do público.

### Referências

BARBOSA, Marialva. *Percursos do Olhar. Comunicação, Narrativa e Memória*. Niterói: EDUFF, 2007.

\_\_\_\_\_. *História Cultural da Imprensa*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2007 a.

\_\_\_\_\_. Televisão, narrativa e restos do passado. Brasília : *E-Compos*, v. 8, p. 1-12, 2007b.

CERTEAU, Michel de. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense, 1982.





CHARTIER, Roger. *A história ou a leitura do tempo*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

DVD Minissérie Agosto, Discos 1 e 2. Globo Vídeo, 2004.

MEMÓRIA GLOBO. Guia Ilustrado TV Globo. Novelas e Minisséries. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

RICOEUR, Paul. *La mémoire, l'histoire et l'oubli*. Paris: Seuil, 2000.





## Debates nas campanhas presidenciais: Brasil 1989-2010

Maria Berenice da Costa Machado

Vivemos o mais longo período de democracia no Brasil conquistada com o declínio da Ditadura Militar, o fim censura e a volta das eleições diretas para presidente. A extinção da Lei Falcão, que durante o antigo regime limitou a propaganda e a aparição de atores políticos na mídia, abriu caminho para que novas regras passassem a balizar as campanhas político-eleitorais. A cada novo pleito, observamos a comunicação ocupando mais e novos espaços-tempos na função mediadora de levar mensagens de candidatos e partidos ao grande público distante do cenário cotidiano da política.

Há pluralidade de meios, e com eles a multiplicação de formatos e a aceleração na frequência com que veiculam diferentes discursos<sup>1</sup>. Como objeto sócio-histórico, o discurso é o principal produto e o resultado final do funcionamento das mídias. As impressas (jornais e revistas), eletrônica (rádio e televisão) e digitais fazem a cobertura diária das campanhas nas suas editorias de política, divulgam resultados de pesquisas de intenção de voto, entrevistam candidatos, realizam e repercutem debates, veiculam o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Estes dois últimos, assim como os *spots* veiculados nos *breaks* comerciais, exclusivos do rádio e da televisão, entretanto,

---

<sup>1</sup> Discurso, segundo Orlandi, “tem em si a idéia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem [...]” (2002, p.15).





podem ser disponibilizados e encontrados em canais de vídeo na Internet, em diversos sites e portais, inclusive os ligados às demais mídias, aos candidatos e partidos, em blogs, no Twitter e nas redes sociais.

Dentre os diversos formatos da comunicação, creditamos ao debate eleitoral a prática histórica da política democrática. O debate na televisão constitui acontecimento diferenciado na programação. É uma modalidade de embate de curta duração num processo muito mais complexo e duradouro, a campanha política-eleitoral, no qual estão envolvidas diversas técnicas de marketing e comunicação (intervenções nos meios de comunicação de massa, divulgação de pesquisas, comícios, manifestações de rua, entre outras). É um evento legítimo e que propicia momento de autenticidade para candidatos opositores uma vez que acontece em tempo real, oferece igualdade de condições aos participantes que buscam a atenção, a identificação e o voto do cidadão-espectador-ouvinte-internauta-eleitor.

O balanço das seis campanhas presidenciais, realizadas entre 1989 e 2010, credita à televisão o poder de dar mais e melhor visibilidade a sujeitos postulantes a cargos eletivos e, conseqüentemente, aos debates entre eles. Weber (2010, p. 144) sintetiza: “a televisão está para os debates políticos como o voto para as democracias”. Para a autora, ao promover o debate

a instituição televisiva é obrigada a se oferecer como espaço de mediação para a disputa democrática e investir para que isso aconteça”. São circunstâncias que beneficiam a dimensão pública





da comunicação pois de algum modo permitem aos candidatos um confronto onde sua individualidade se sobrepõe à campanha. Permitem, também, que o receptor-eleitor seja testemunha e haja repercussão e outros debates, para além da tela. É o momento em que a dramaturgia explícita na campanha e no marketing eleitoral pretende ser resignificada para ser compreendida como um momento próximo à verdade (WEBER, 2010, p.144).

Logo após a reestreaia do sufrágio popular para o cargo máximo do executivo, estudamos os discursos visual, verbal e comportamental de Fernando Collor e Luiz Inácio Lula da Silva durante o último debate da campanha de 1989, organizado e transmito por um pool de emissoras de televisão. A decupagem do evento, a distinção e elucidação de categorias e indicadores que estruturaram a sua produção e desenvolvimento, bem como as intervenções dos candidatos, levou à compreensão de que a função propagandística seria tão mais eficaz quanto fossem as submissões e os ajustes dos debatedores aos códigos do veículo de comunicação televisão (MACHADO, 1991).

Passados mais de vinte anos, os debates político-eleitorais estão mais diversificados e complexos nas suas regulamentações e modelos, e com estes ampliam a produção de sentidos. Seguem interessando à pesquisa dos campos político, comunicacional, histórico, linguístico, entre outros, “quaisquer que sejam as perspectivas de análise, estas apontam para os níveis de dependência entre política, mídias, sociedade e indivíduos, na medida em que a televisão é transformada em





espaço público privilegiado, estratégico e vital à visibilidade de candidatos e partidos” (WEBER, 2010, p. 144).

Neste artigo revisamos a literatura e a história dos debates político-eleitorais brasileiros, agregamos documentos coletados na mídia de massa, em veículos especializados e em portais da Internet com a cobertura desses eventos. Desejamos refletir sobre os debates realizados durante as campanhas presidenciais de 1989 e 2010 com o propósito de distinguir quem os promoveu, a quantidade e a frequência que ocorreram, as regras que determinaram seus formatos e como repercutem na sociedade. Seguimos o pressuposto de que tais cerimônias políticas, eleitorais e midiáticas contribuem para o aperfeiçoamento da jovem democracia brasileira e refletem a vitalidade do sistema de comunicação.

### **Debates e televisão**

Embora em 2010 tenhamos assistido o ingresso de jornais e portais de Internet como promotores do primeiro debate online entre candidatos a presidente do Brasil, a televisão segue como principal palco e o mais popular para veiculação destes eventos. Weber os considera “rituais obrigatórios às democracias” e a realização na televisão “exigência da contemporaneidade”. A autora parte de três premissas para analisar debates. A primeira indica

a centralidade da comunicação midiática e o poder da televisão como espaço público de visibilidade privilegiada para qualquer tipo





de debate, formação de imagem pública, circulação e provocação de afetos, padronização de acontecimentos e opiniões, produção de cultura, produção e simulação do real, circulação e promoção do consumo, indicação de um tempo específico, constituição de padrões estéticos e linguagens, redução e ampliação de fatos em fragmentos, hibridações e bricolagens (WEBER, 2010, p. 144-145).

Na segunda premissa a autora refere-se “ao poder da TV como o último lugar, com grande abrangência, capaz de abrigar o debate político-eleitoral na contemporaneidade e, assim, estabelecer um tipo de comunicação direta com o eleitor. Mesmo em imagem e tecnicamente mediado” (WEBER, 2010, p. 144-145). Conseqüência que a pesquisadora credits ao fato do “real” da política e a identidade “real” dos candidatos estar cada vez mais inacessível ao eleitor “submetido a simulações e versões parciais sobre a ação política”. Ela observa a “fetichização da política e a ampliação de sofisticadas tecnologias e profissionais com expertise para promover a imagem das instituições e políticos” como responsáveis pela maior distância entre política- candidatos- sociedade-eleitores e “entre a informação e a persuasão, entre a ética e a capacidade de representação”. Na última premissa do seu texto, Weber apresenta o debate político-eleitoral da TV como um “instigante objeto de análise (...) a partir do formato em tempo real, com participantes obedientes à estética da televisão, mesmo que acertos e documentos sejam firmados entre a emissora anfitriã e os partidos” (WEBER, 2010, p. 144-145).





A televisão e suas imagens, cores, sons e movimentos, seduz, fascina, absorve, cria relação imaginária no e com o espectador. O espetáculo na TV não se define pelos conteúdos mas pela sua eficácia visual, dá ilusão de participação, de presença, distrai, ocupa e/ou preenche espaço de lazer e lúdico, informativo, educativo, às vezes cultural e esportivo. Como dinamizadora cultural, formadora de opiniões, difusora do conhecimento, agente de entretenimento, a televisão fomenta a economia e o consumo e, embora a atual pulverização de mídias, segue concentrando a maior parte dos investimentos publicitários (BARBERO apud MARCONDES, 1988, p. 41).

A televisão reflete, também, o estado da tecnologia. Em 1989 havia cinco grandes redes nacionais – Globo, Bandeirantes, TVE, Machete e SBT. Desde então assistimos a expansão das concessões públicas, a abertura de novos canais, emissoras independentes, a formação de mais redes com suas afiliadas e retransmissoras, sistemas que garantem, praticamente, 100% de cobertura do território nacional. Mais recente são os canais pagos por assinatura, o início da implantação do sistema digital (HDTV) e os canais de vídeo na Internet, exclusivos ou em portais ligados aos mesmos grupos de televisão, todos concentrando e armazenando a programação. Além da veiculação em tempo real pelos canais de vídeo, os debates ficam disponíveis na grande rede mundial de computadores e podem ser vistos/ consultados por quem desejar ao longo do tempo-história.

Ao defender a televisão como sede dos debates, Weber (2010, p. 146) indica que é “o último lugar público onde se exige argumentos factíveis do discurso





político e a veracidade das informações é confirmada e refutada, da entonação de voz à comprovação documental”. O confronto entre adversários, segundo a autora, a defesa de idéias e projetos podem ser expostos na disputa por representação e votos e, para tanto, os candidatos se oferecem próximos à verdade numa arena construída pelo espaço, tempo e linguagem televisivas. O formato faz o debate político-eleitoral-televisivo um “dispositivo capaz de simular relações sociais e conformar responsabilidades do campo político e do campo da comunicação midiática”. Um debate

põe em evidência a capacidade de governar e os limites de projetos e ideologias (...) o ritual desta cerimônia político-midiática, se diferencia de todas as demais devido à encenação estratégica e à linguagem próprias do campo político, construídos com potencial para repercutir nos meios de comunicação massiva, na campanha eleitoral e provocar o receptor-eleitor. Ao candidato, submetido às regras do fórum televisivo, é conferida a responsabilidade de mostrar sua capacidade de derrotar o adversário pelo embate discursivo e de se fazer reconhecer como diferente do outro, devido a sua capacidade a ser testemunhada pela plateia (WEBER, 2010, p. 146).

### **Planejamento do debate**

Debate é discurso e se fragmenta em sequências de perguntas/ afirmações, réplicas, tréplicas, ofensivas e defensivas, mediações/ ponderações. O objetivo





é persuadir a audiência e os debatedores o fazem identificando pontos-chave de divergências ou convergências, usando recursos linguísticos e retóricos para firmar suas posições e enfraquecer o(s) outro(s). É momento, também, para verificar e questionar grau de adequação dos elementos do discurso de cada interlocutor com relação aos problemas reais evocados e suas estratégias políticas.

Decupar e analisar um debate político-eleitoral na televisão, e os muitos discursos subjacentes, significa articular quem está dizendo o quê, para quem, como, onde, quando e com que efeito. Parte destas variáveis é negociada no processo de planejamento do debate, etapa prévia entre representantes da emissora e dos candidatos, cada um com interesses específicos e visando obter benefícios para o seu lado. Discutidas e acordadas as regras, segue a realização do evento e sua posterior repercussão.

A riqueza de detalhes da produção midiática amplia o sentido do debate e dezenas de variáveis são combinadas durante o planejamento. Regras sobre quantos e quem participará do evento, como será a produção técnica, que inclui o projeto arquitetônico, a identidade visual, a ambiência, o cenário e a localização dos participantes, a tecnologia de transmissão, a existência de mediador, arguidores, platéia, presença de assessores no estúdio, a divulgação do evento, bem como o sorteio de perguntas e respostas, os temas que serão tratados, a ocupação do tempo, os intervalos. Cabe destacar que tempo tem a ver com a lógica da mídia televisão e a visibilidade que proporciona. Tempo, portanto, é questão central do debate eleitoral, representa mais oportunidade de ser visto e ouvido.





Ao candidato e assessoria compete produzir o visual, de modo a representar a proposta de campanha e estar adequado à estética da televisão, junto com a capacidade de argumentar, produzir discursos e sentidos. Weber afirma que nenhum dos dispositivos estratégicos – textos visual, verbal e comportamental, o conteúdo dos discursos e argumentos - nem a sua combinação, “exerce algum tipo de influência, separadamente, embora possa haver preponderância de um sobre outro, ou maior/menor identificação estabelecida pelo espectador-eleitor com um dos aspectos” (2010, p. 163).

### **Regras e formatos de debates**

De acordo com a legislação eleitoral vigente, o debate é organizado pelos representantes dos candidatos e das emissoras de televisão que firmam protocolos específicos. Independente de quem o promove, todos os detalhes do debate são, a cada evento, discutidos e se transformam nas regras específicas para aquele debate. Não há padrão para a realização de debates. Weber (2010, p. 158) propõe classificação em três tipos: debates convencionais, coloquiais e interativos, subdivididos em onze modelos, a partir das diferenças de ambiência e posicionamento de candidatos e mediador, da presença de plateia e outros eventuais participantes<sup>2</sup>:

---

<sup>2</sup> Ilustrações e imagens dos respectivos modelos podem ser encontradas no texto da autora e em diversos sites na Internet linkados pelo Wikipédia, disponível [http://pt.wikipedia.org/wiki/Debates\\_televisonados\\_brasileiros](http://pt.wikipedia.org/wiki/Debates_televisonados_brasileiros).



- 
- 1 - Debate Convencional com Entrevistadores e Mediador - Candidatos frente à frente, em pé numa tribuna, com um mediador no centro e jornalistas convidados do lado oposto a este. Um exemplo é o histórico debate entre Nixon e Kennedy em 1960;
  - 2 - Debate Convencional Simples - Candidatos frente à frente, em pé numa tribuna, com um mediador central, caso do último debate entre Collor e Lula em 1989;
  - 3 – Debate Convencional Direto - Candidatos frente à frente, em pé numa tribuna, o mediador não aparece. Como exemplo, debate entre Gilberto Kassab (DEM) e Marta Suplicy (PT) para a prefeitura de São Paulo em 2008;
  - 4 - Debate Convencional com Plateia-Cenário - Candidatos em pé e com possibilidade de movimento em direção à plateia, tribuna de apoio, com um mediador central e cenário. Ex. Debate final do segundo turno, em 2006, entre Lula (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB);
  - 5 - Debate Convencional com Cenário - Candidatos frente à frente, em pé numa tribuna, com um mediador central e cenário. Ex. Primeiro debate do segundo turno, em 2006, entre Lula e Alckmin;
  - 6 - Debate Convencional com Plateia Passiva – Candidatos em pé numa tribuna de frente para a plateia, mediador em um dos lados. Caso de debate com seis candidatos, primeiro turno da eleição para a prefeitura de Porto Alegre, em 2008;
  - 7 - Debate Convencional com Mediador-Entrevistador - Candidatos frente à frente, em pé numa tribuna, Mediador-Entrevistador no meio e sentado. Ex. Barack Obama e McCain, nos EUA, em 2008;



- 
- 8 - Debate Coloquial Simples - Candidatos sentados junto a uma mesa/bancada e mediador no centro. Ex. debate do segundo turno, em 2006, entre Lula e Alckmin;
- 9 – Debate Coloquial Complexo - Candidatos sentados junto a uma mesa/bancada e mediador no centro. Ex. debate presidencial do primeiro turno, em 2006, com cinco participantes;
- 10 – Debate Interativo Simples - formato que permite deslocamentos e interações entre candidatos e mediadores. Ex. debate presidencial no primeiro turno, em 2006, participaram Cristovam Buarque, (PDT), Geraldo Alckmin (PSDB), Heloísa Helena (PSOL). Lula (PT) não compareceu e sua cadeira ficou vazia;
- 11 – Debate Interativo Complexo - formato que permite deslocamentos dos candidatos e interações/ perguntas enviadas por mídias diversas (feitas pelo do mediador) e/ ou formuladas pela plateia. Caso do último debate presidencial de 2010, entre Dilma (PT) e Serra (PSDB).

### **História dos debates político-eleitorais na mídia**

O debate vem da tradição política e da prática democrática. Mas sua aparição na televisão foi em 1960, durante a campanha presidencial nos Estados Unidos na qual concorriam Richard Nixon e o senador John Kennedy. Anos mais tarde, em 1974, a França realiza o primeiro debate na TV, disputa entre os presidenciáveis Valéry Giscard D'Estaing e François Mitterrand (VERÓN apud WEBER, 2010, p.147).





No Brasil houve tentativa para realizar um debate, em 1960, entre os candidatos à presidência, o Marechal Henrique Lott (PSD/ PTB) e Jânio Quadros (UDN). Entretanto, este último, que acabou vencendo as eleições, se recusou a participar. Durante os 25 anos de Regime Militar, sem eleição direta para presidente, foram três os debates, transmitidos pela televisão: em 1974, no Rio Grande do Sul, entre Nestor Jost (Arena) e Paulo Brossard (MDB) para o cargo de senador; em 1982 entre candidatos ao governo de São Paulo, o primeiro entre Franco Montoro (PMDB) e Reynaldo Barros (PDS). O segundo (mesmo com a proibição) entre Franco Montoro (PMDB), Jânio Quadros (PTB), Lula (PT), Reynaldo Barros (PDS) e Rogê Ferreira (PDT), na TV Band (LOURENÇO apud WEBER, 2010, p.147).

A partir de 1989, com a redemocratização do país e a retomada do voto popular para presidente, os debates eleitorais voltam à televisão brasileira. Naquele ano, 22 candidatos disputaram o cargo<sup>3</sup>. No primeiro turno da eleição foram realizados seis debates, com a participação de dez candidatos<sup>4</sup>. O melhor colocado nas pesquisas de intenção de voto, Fernando Collor de Mello (PRN), não participou de nenhum. No segundo turno Collor enfrentou o adversário Luiz Inácio Lula da Silva (PT) em

3 Em ordem decrescente conforme votação no primeiro turno: Fernando Collor de Mello (PRN), Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Leonel Brizola (PDT), Ulysses Guimarães (PMDB), Paulo Maluf (PDS), Guilherme Afif Domingos (PL), Mário Covas (PSDB), Roberto Freire (PCB), Ronaldo Caiado (PSD), Affonso de Camargo Neto (PTB), Enéas Carneiro (PRONA), Aureliano Chaves (PFL), José Alcides Marronzinho (PSP), Zamir José Teixeira (PCN), Fernando Gabeira (PV), Celso Teixeira Brant (PMN), Paulo Gontijo (PP), Antônio dos Santos Pedreira (PPB), Manoel de Oliveira Horta (PDC do B), Eudes de Oliveira Mattar (PLP) e Armando Correa da Silva (PMB).

4 Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Leonel Brizola (PDT), Ulysses Guimarães (PMDB), Paulo Maluf (PDS), Guilherme Afif Domingos (PL), Mário Covas (PSDB), Roberto Freire (PCB), Ronaldo Caiado (PSD), Affonso de Camargo Neto (PTB), Aureliano Chaves (PFL).





dois debates televisivos, promovidos por *pool* das principais emissoras brasileiras (Bandeirantes, Globo, Manchete e SBT). O primeiro debate foi realizado no dia 3 de dezembro, nos estúdios da TV Manchete (RJ) e o segundo, no dia 14 daquele mesmo mês, na TV Bandeirantes (SP) (MACHADO, 1991).

Passada a eleição que marcou a volta da democracia ao Brasil, houve interrupção nos debates de presidenciáveis na televisão, retomados somente em 2002. Rubim (2004, p. 11) estuda este processo e observa que “os debates entre presidenciáveis foram banidos pela negativa de FHC [Fernando Henrique Cardoso, candidato pelo PSDB] e pela conivência da mídia em 1994 e 1998”. Nessa eleição, as regras definidas pelo Tribunal Superior Eleitoral previam a inclusão de todos os candidatos nos debates, ou que fossem escolhidos por sorteio. Razão suficiente para o espetáculo democrático ser excluído da mídia eletrônica, como aponta Weber

o investimento da televisão nestes eventos obedece à lógica do mercado e da audiência presumida, ou seja, nem todos os perfis se encaixam e isonomia televisiva não existe. Naquele ano prevaleceu a decisão da TV associada ao discurso sobre liberdade de escolha e não houve debates, nem no segundo turno entre Lula (PT) e Fernando Henrique (PSDB). Este eleito, disputou com outros 11 candidatos, quatro anos mais tarde, a primeira reeleição da história do Brasil. Venceu no primeiro turno e mais uma vez sem debater com ninguém as suas propostas (2010, p.148).

Os debates na televisão voltam a integrar, pensamos que definitivamente, as campanhas eleitorais federais, estaduais e municipais, em 2002. Neste ano Lula (PT),





candidato pela quarta vez, disputa com Anthony Garotinho (PSB), Ciro Gomes (PPS), José Serra (PSDB) e Rui Costa Pimenta (PSTU) e vence a eleição presidencial. Foram realizados três debates no primeiro turno (Rede Bandeirantes, Globo e Record) e um no segundo turno, na TV Globo, com a participação dos candidatos Lula e Serra (WEBER, 2010).

Nas eleições presidenciais de 2006<sup>5</sup>, Lula (PT) é candidato à reeleição e vence. A disputa ocorre, principalmente, com Geraldo Alckmin (PSDB), Heloísa Helena (PSOL) e Cristovam Buarque (PDT). Sete debates foram organizados por diferentes emissoras de televisão, sendo dois no primeiro turno, em canal aberto (Bandeirantes e Globo) e um em canal fechado (TV Gazeta). No segundo turno, Lula e Alckmin se enfrentaram em quatro debates (Bandeirantes, Globo, Record e SBT) (WEBER, 2010).

A campanha presidencial de 2010 teve nove candidatos<sup>6</sup>, e nove também foi o número de debates no primeiro turno, oito televisionados e um transmitido pela internet. Apenas quatro candidatos (Dilma, Serra Marina e Plínio) compareceram aos confrontos no primeiro turno, em obediência à atual Lei Eleitoral que impede candidatos, cujos partidos não estejam representados na Câmara Federal, de

---

5 A eleição presidencial de 2006 foi disputada por oito candidatos: Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Geraldo Alckmin (PSDB), Heloísa Helena (PSOL), Cristovam Buarque (PDT), Ana Maria Rangel (PRP), José Maria Eymael (PSDC), Luciano Bivar (PSL) e Rui Costa Pimenta (PCO).

6 Candidatos em 2010 e seus partidos: Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV), Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), José Maria Eymael (PSDC), José Maria de Almeida (PSTU), Levy Fidelix (PRTB), Ivan Pinheiro (PCB), Rui Costa Pimenta (PCO).





participarem de debates televisivos. Pela ordem em que aconteceram os eventos no primeiro turno, a(s) mídia(s) promotora(s) e os participantes:

5 de agosto, TV Bandeirantes, presentes Dilma, Serra Marina e Plínio;

18 de agosto, primeiro debate online FSP/ UOL, com Dilma, Serra Marina, Plínio não compareceu;

23 de agosto, Emissoras TV Católicas de SP (TV Canção Nova e Rede Aparecida de Comunicação), com Serra Marina e Plínio, Dilma não compareceu;

8 de setembro – TV Gazeta/ Jornal O Estado de São Paulo - Serra Marina e Plínio, Dilma não compareceu;

13 de setembro, Rede TV!/ Folha de São Paulo, participaram Dilma, Serra Marina e Plínio;

21 de setembro, promovido pelo SBT Nordeste/Recife, com Serra Marina e Plínio, Dilma não compareceu;

23 de setembro, promovido pelo Universidade Católica de Brasília e transmitido pela TV Senado, com Dilma, Serra Marina, Plínio não compareceu;

26 de setembro, na TV Record, participaram Dilma, Serra Marina e Plínio;

30 de setembro, na TV Globo, com Dilma, Serra Marina e Plínio.

Ao segundo turno passaram os candidatos Dilma e Serra, que debateram suas propostas de campanha em quatro oportunidades: em 10 de outubro, na TV





Bandeirantes; no dia 17 de outubro em encontro organizado pelo jornal Folha de São Paulo e Rede TV! transmitido pelo UOL; em 25 de outubro na TV Record e o debate final, em 29 de outubro, organizado pela TV Globo.

### **Repercussões dos debates - 1989 e 2010**

Os debates são eventos que extrapolam a sua realização em si e a questão primeira que surge após o término é quem se saiu melhor, quem foi derrotado? Respostas diversas são dadas: a) pela mídia que apresenta a sua versão junto com imagens, análises e comentários em jornais, telejornais, blogs, sites especializados em jornalismo político, revistas; b) pelos debatedores que preparam as suas edições e as veiculam nos programas eleitorais (HGPE); c) pelas pesquisas; d) pelos espectadores-eleitores. Weber denomina “repercussão encadeada” o processo posterior ao debate político-eleitoral na televisão e o considera

como um dos mais importantes momentos da campanha eleitoral, o debate se constitui em matéria prima para o jornalismo, a propaganda, partidos e programação de mídia. A apropriação do debate obedecerá às regras de cada uma dessas instâncias num processo encadeado e fragmentário. O debate será editado, reeditado, recortado, refeito e aproveitado na conveniência da propaganda do partido/candidato, na ocupação da programação da emissora anfitriã, editorias de jornais, revistas, *web*. Utilizado, também, como material para pesquisas de opinião e análises sobre candidato e adversários. Os fragmentos serão conformados a objetivos editoriais, do candidato e da propaganda. Resignificados





estabelecerão um outro debate quando utilizados por militantes, candidatos e instâncias do campo da política, assim como da esfera pública. Os confrontos e pactos desencadeados na emissora terão continuidade do lado de fora (WEBER, 2010, p.170).

Em 1989, durante o primeiro turno, dez dos 22 candidatos participaram de debates que foram em número de seis. Collor, o melhor colocado nas pesquisas, não foi a nenhum deles, classificando os eventos como “programa de índio”. Mesmo que o número de debatedores fosse menos que a metade dos candidatos, houve excesso de participantes e com eles opiniões divergentes. Embora registrando boa audiência, os confrontos tiveram regras complicadas, foram monótonos em alguns momentos, superficiais em outros devido, principalmente, ao pouco tempo dado para cada intervenção. Por outro lado, os participantes tiveram dificuldade de expor de modo claro, simples, consistente e direto as suas proposições. Assim, “é pouco provável que os telespectadores tenham conseguido fixar opiniões de conteúdo em relação aos debatedores; o que fica deste tipo de debate é a imagem que os candidatos conseguem transmitir” (LIMA apud MACHADO, 1991, p. 57).

Curiosa foi a conclusão do senador Antonio Carlos Magalhães, participante do primeiro debate: Marília Gabriela, a mediadora, teria ganho o debate. Naquele ano também não havia cultura em relação a tempo e horário para os debates<sup>7</sup>. O segundo evento, no dia 20 de julho, aconteceu no final da noite e durou três horas e

---

<sup>7</sup> Atualmente, os debates na televisão duram cerca de duas horas e iniciam após 21h.





quarenta minutos, longo demais e pouco produtivo. Mas o saldo daqueles confrontos iniciais parece ser simbólico, alinhado ao clamor dos políticos (os mesmo que fizeram o “Movimento Diretas Já”) pela volta do exercício democrático ao país, privado do voto direto para a presidência por tanto tempo (MACHADO, 1991).

No segundo turno da campanha presidencial de 1989 houve dois debates e deles participaram os candidatos melhor colocados na primeira votação, o estreante Collor e Lula. A imagem de ambos não deixava dúvidas das suas origens político-partidárias e as classes sociais, culturais e econômicas que representavam. O confronto inicial teve como características o equilíbrio, o respeito às regras e a polidez entre os debatedores. Lula, apesar dos erros gramaticais e vocabulário básico, demonstrou raciocínio rápido, com uso de frases curtas e coloquiais, soube livrar-se das armadilhas de Collor. As pesquisas de opinião o apontaram como vencedor. O desempenho de Lula impressionou Collor, que divulgou, via assessoria, que nos próximos atos e debates da campanha pretendia apresentar ao eleitorado o radicalismo de esquerda do opositor (MACHADO, 1991).

As condições do último debate do segundo turno indicavam Collor em primeiro lugar nas pesquisas, mas apresentando gradativa queda. Lula estava em ascensão, fato que pode ter colaborado para o clima do debate ter sido hostil junto com as acusações contra Lula veiculadas naquela semana no programa do PRN, no HGPE. Havia muita expectativa por parte dos eleitores quanto ao desempenho dos candidatos, a partir dos resultados do primeiro debate e da grande repercussão que alcançou. O segundo





duelo, e último ato oficial da campanha, teve como marca o confronto direto entre os candidatos e ao eleitor coube decidir por identificação com o estilo de cada um dos candidatos, tradução que contou com o “auxílio” da mais poderosa emissora de televisão brasileira. No dia seguinte, a Rede Globo, em horário nobre, repercutiu o debate, apresentando a sua edição nos jornais *Hoje* e *Jornal Nacional*. Weber destaca “o espaço dedicado a este episódio pelo Memória Globo que necessita de 20 páginas para descrever e reproduzir partes do debate e argumentar sobre sua edição, incluindo depoimentos de jornalistas” (2010, p. 170).

Em 2010 foram nove os debates político-eleitorais realizados durante o primeiro turno, entre os quatro candidatos melhor colocados nas pesquisas, todos os eventos com regras bastante rígidas. Além da promoção e transmissão pela televisão, a marca original neste ano é a inclusão da Internet. Os portais iG, MSN, Terra e Yahoo se uniram e chegaram a anunciar o que seria “o primeiro debate online dos candidatos à Presidência da República”, totalmente realizado e transmitido pela internet no Brasil com a intenção de atingir 94% dos internautas. Mas Dilma Rousseff informou que não participaria do evento, que acabou cancelado depois da desistência de seu principal oponente, José Serra (MEIO & MENSAGEM, 2010).

O primeiro debate online da história da Internet brasileira entre candidatos à Presidência da República aconteceu, efetivamente, no dia 18 de agosto, ainda no primeiro turno, promoção do jornal Folha de S.Paulo e do portal UOL. Realizado no Tuca, teatro da PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo). O





debate teve a mediação do jornalista Fernando Rodrigues, foi transmitido ao vivo exclusivamente através da Internet pelo UOL e contou com a participação dos três principais presidenciais, Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV) (POLÍTICA LIVRE, 2010).

Neste turno observamos o deslocamento do centro geográfico de dois dos debates presidenciais para além do eixo Rio-São Paulo: um em Recife pelo SBT, outro em Brasília, transmitido pela TV Senado. Particularidade ainda desta campanha foi a tentativa de segmentar a discussão para o jovem. A MTV chegou a anunciar um debate para o dia 24 de agosto, privilegiando seu público, mas o evento acabou cancelado (Dilma e Serra não confirmaram presença).

No segundo turno de 2010, Dilma e Serra participaram de quatro debates, promovidos e transmitidos, respectivamente, pela rede de TV Bandeirantes, pelo jornal Folha de São Paulo/ Rede TV! e transmitido pelo portal de Internet UOL, na televisão Record e o último, pela Rede Globo. Outros dois debates, o segundo online, programado para 21 de outubro pelo jornal Folha de São Paulo e portal UOL, e o da rede de televisão SBT, para 22 de outubro, foram cancelados.

O embate final da campanha presidencial de 2010 aconteceu no dia 29 de outubro, promovido pela TV Globo, reuniu Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB). O cenário foi arena semelhante a do último encontro entre Lula e Alckmin, em 2006, facilitando a movimentação dos debatedores, cercados por 80 eleitores indecisos, selecionados pelo Ibope em todas as classes sociais e em diferentes estados do país.





Com mediação do jornalista William Bonner, o debate foi estruturado em quatro blocos, nos três primeiros os candidatos responderam perguntas dos indecisos sobre temas como saúde, educação, meio ambiente e políticas sociais. Na última parte, cada candidato teve dois minutos para as suas considerações finais. Um sorteio definiu o candidato que responderia a primeira pergunta e a partir daí, houve alternância entre eles. A cada vez os candidatos sortearam o eleitor da plateia para ler a sua questão em 30 segundos, tiveram dois minutos para a resposta, dois minutos para a réplica do adversário e, finalmente, dois minutos para a tréplica. Cada concorrente pode ser acompanhado por até onze assessores, apenas três tiveram acesso ao candidato no estúdio durante o programa. Além deles, os candidatos puderam convidar até 23 pessoas para a plateia. Ao término do debate, os presidenciáveis concederam entrevista coletiva de cinco minutos à imprensa (ZERO HORA, 2010).

O último debate entre Dilma e Serra foi do tipo com interatividade complexa, favorecendo a apresentação de ideias e metas. O formato impediu o confronto direto entre os candidatos, que se dirigiram exclusivamente a eleitores indecisos, os da plateia e os espectadores e ouvintes das emissoras (televisão e rádio) que transmitiram o evento. A impressão que ficou do debate foi de cautela e tom ameno, talvez por que os indecisos não gostem de posturas bruscas. Dilma na defensiva, Serra ligeiramente no ataque (mas sem exaltação evitando o tom agressivo de debates anteriores).

Dado o breve tempo do encerramento, entendemos que a campanha de 2010 ainda deva ser objeto de outros estudos acadêmicos. Por enquanto, parece-nos merecer





destaque, nestas duas décadas de intenso exercício político, democrático e eleitoral, a repercussão sobre as regras dos debates. Para cada encontro, independente de quem o promove, todos os detalhes são discutidos entre representantes das emissoras e dos candidatos para decidir regras para o evento. Tal elasticidade é observada pelo o jornalista Malin (1996): “se a cada debate se definem as regras, fica evidenciado que regras propriamente ditas não há”.

Ou haveria regras em excesso, caso de debates nos primeiros turnos quando participam mais de dois candidatos. Situação retratada pela charge “debate em debate”, do jornalista e professor Maringoni, publicada no site Carta Maior (2010). O “mediador” aparece em quatro quintos do espaço proferindo as regras do debate e até ironizando (como exemplo, “candidato que der risada perderá o direito ao lanchinho no intervalo”). No rodapé, após dar início ao “debate”, o mesmo está entre aos quatro principais candidatos do primeiro turno de 2010, ligado a um balão onde se lê a expressão “vaca amarela”. A mudez (não há qualquer sinal de texto entre os quatro adversários) seria o próprio paradoxo ou até um paroxismo de regras e debates.

No mesmo sentido, e sob o título “Esquerda e direita”, Elio Gaspari (2010) publica coluna, ainda no primeiro turno, sugerindo “se repensar a organização dos debates dos candidatos na televisão” justificando que “a decadência do atual modelo ficou patente” no encontro promovido pela Rede TV!, no domingo, 17 de outubro. Na ocasião, “não só Dilma Rousseff e José Serra não responderam a diversas perguntas, mas chegaram a informar que voltariam ao assunto ‘no próximo bloco’,





ou ‘da próxima vez, como se fossem apresentadores’. O jornalista argumenta que “as redes de televisão esforçam-se para preservar a neutralidade do formato e do cenário, mas ficam amarradas às condições negociadas com a direção das campanhas dos candidatos”. Para o autor, “essa anomalia engessa o debate e relega o moderador às funções de cronômetro”. O resultado, segundo ele, é que durante o debate “a audiência média da Rede TV! caiu à metade em relação à sua programação normal”.

Questões que podem ser integradas à discussão sobre o interesse do público e a consequente queda de audiência (caso da Rede TV!), seria a quantidade e a frequência dos debates promovidos tanto no primeiro turno, entre os quatro principais candidatos, quanto no período final da campanha de 2010, com dois adversários. Na última semana, por exemplo, houve dois debates em cinco dias (25 na Record e 29 de outubro na Globo).

Outro ponto a ser considerado é a rigidez de regras que, embora adequada à estética televisiva, contraria a própria natureza do evento, ou seja, o confronto, as cobranças, as provocações, a contestação do adversário. Uma pequena flexibilidade nos princípios acordados poderia até valorizar a disciplina dos participantes, as atribuições do mediador/ moderador e ser uma tentativa para evitar repercussões como a de alguns debates realizados em 2010, tidos como mornos, engessados, apáticos, empatados, enfadonhos.

Considerando que a próxima série de debates presidenciais deve ocorrer na campanha daqui a quatro anos, Gaspari (2010) entende que “há tempo para se pensar





no assunto”. O pesquisador apresenta o “que há de útil no modelo americano, com meio século de existência e aperfeiçoamentos” como possibilidade de ser aplicado no Brasil: os confrontos entre presidenciáveis nos Estado Unidos são realizados em auditórios de universidades, organizados por entidade bipartidária, a Comissão para Debates Presidenciais, e transmitidos por “quem quiser”. Em 2004, as regras negociadas com a direção das campanhas americanas tinham 31 páginas, foram publicadas e especificavam, por exemplo, “que os candidatos não podiam levar cola”, embora recebessem papel e caneta no início para fazer suas anotações. Naquele mesmo ano, “foi proibida a reprodução de trechos de áudio ou vídeo dos debates na propaganda dos candidatos”. Três debates envolveram Obama e McCain, em 2008, e os temas foram predefinidos. De acordo com o jornalista, “no Brasil esse mecanismo evitaria que um candidato repetisse propostas e denúncias feitas nos anteriores” (GASPARI, 2010).

### **Considerações finais**

A revisão das campanhas eleitorais do período 1989-2010 permite afirmar que os debates passaram a integrar a agenda da mídia. Cerimônias com ritos determinados ou criativamente acordados, são práticas comunicacionais, cívicas e políticas que podem e vêm sendo aperfeiçoadas. As emissoras que promovem debates e os candidatos que aceitam debater prestam um serviço à democracia brasileira e, por que não dizer, aos campos da comunicação e da história.





A atual diversidade de modelos e tipos de debates, mais canais para propagá-los, sua maior ocorrência e frequência nas campanhas eleitorais, seguem protocolos da comunicação midiática, buscando atrair a atenção e despertar o interesse do espectador, o que interessa também aos candidatos e à política. No entanto, o tema debate carece constante avaliação, importa que tais eventos não sejam banalizados para não se perder de vista a função primeira, levar ao cidadão-eleitor as diferentes propostas tornando-o mais apto a decidir o voto.

A televisão Bandeirantes segue a tradição de organizar o primeiro debate da campanha, foi assim em 17 de julho de 1989 e no dia 5 de agosto de 2010. Alterou-se a condição do melhor colocado nas pesquisas não comparecer aos debates no primeiro turno, estratégia de Collor e Fernando Henrique, que Lula e Dilma romperam definitivamente. Diante da quantidade de eventos promovidos no primeiro turno, a ausência de algum dos candidatos em um debate já não repercute tão negativamente quanto a “cadeira vazia” de Lula em 2006.

Comparando os últimos debates das campanhas de 1989 e 2010, observamos a mudança do modelo Convencional Simples, com os dois candidatos frente à frente e um mediador entre eles, sugerindo um enfrentamento direto e mais rigidez, para o tipo Interativo Complexo, da última campanha. Este formato permite deslocamentos e interação dos candidatos com a plateia de eleitores indecisos, que interroga e transfere suas dúvidas aos presidenciáveis. Cenário compatível com a liberdade democrática de cada um dos respectivos períodos e que reflete, também, as rotinas da mídia, cada vez mais buscando integrar espectador, programação, conteúdos.





As relações sociais, comunicacionais e as lutas políticas determinam as configurações dos debates e seus discursos que podem ser interpretados como momento de confrontação ideológica entre atores – partidos ou instituições – procurando apoio das massas, sedução de possíveis aliados ou desmoralização de adversários. O debate Collor e Lula, no contexto político de 1989, mais que tendências políticas opostas, marcou também posições de classe, ou seja, do rico, letrado, culto, empresário e do operário, trabalhador, pouco instruído. Em 2010, tais questões parecem que começam, gradativamente, a serem superadas no Brasil governado pelo PT. Não há mais “duelo final”, confronto entre candidatos e/ ou jornalistas. A marca agora é a interatividade com os eleitores e representantes dos indecisos, acenando para a valorização do outro na comunicação e na política. Também não há mais espaço único para veicular edição do debate final, como em 1989. Atualmente, com a multiplicação de canais e, principalmente, com as inúmeras possibilidades que a Internet oferece, há milhares de versões e comentários repercutindo imediatamente após o evento.

Como debates deixam repertório e referências para as próximas campanhas, cabe destacar dos espetáculos político-eleitorais de 2010 que os participantes, em muitos deles, pareceram engessados. Muitos discursos observados em 1989 e nas campanhas seguintes calaram, alguns eventos parecem até monocórdios diante das excessivas regras e do planejamento decidido por emissoras e assessorias política e de marketing dos candidatos e partidos. Tal condição pouco agrega para o esclarecimento do público e para a legítima disputa democrática.





## Referências

ABREU, Carmen Regina. *Importância e repercussão na mídia dos debates televisivos nas eleições brasileiras de 2006*. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS, 2008 (dissertação de mestrado).

ALBUQUERQUE, Afonso de. *'Aqui você vê a verdade na tevê': a propaganda política na televisão*. [S. l.]: Universidade Federal Fluminense, 1999.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

CARTA MAIOR. Disponível em <http://www.cartamaior.com.br/templates/index.cfm?alterarHomeAtual=1>, acesso 10 dez 2010.

COLETIVA. Disponível <http://www.coletiva.net>, acesso 10 dez 2010.

CHARAUDEAU, P. *Discurso político*. São Paulo: Contexto, 2006.

DOMENACH, J. M. *Propaganda Política*. São Paulo: DIFEL, 1959.

FAGEN, Richard. *Política e Comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.





FAUSTO NETO, Antonio, RUBIM, Albino, VÉRON, Eliseo. *Lula Presidente: Televisão e Política na Campanha Eleitoral*. São Leopoldo: UNISINOS, 2003.

FERRAZ, Francisco. *Manual completo de campanha eleitoral*. Porto Alegre, RS L&PM 2008.

FIGUEIREDO, Ney Lima. *Como Ganhar uma eleição: Lições de campanha e marketing político*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1990.

FIGUEIREDO, Rubens. *Manual prático de marketing político*. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, [19--].

GASPARI, Elio. Esquerda e direita. *Correio do Povo*. Porto Alegre, 20 out. 2010, p.2.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo, SP Paulus, 2004.

KLAUS,G. *El Lenguaje de los políticos*. Barcelona: Anagrama, 1979.

LIMA, Venício A. de (org). *Mídia nas eleições de 2006*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.





LIMA, Venício. *Mídia: Teoria e política*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2001.

MACHADO, Maria Berenice. *O duelo final: Collor e Lula*. Monografia. Porto Alegre: UFRGS, 1991 (monografia).

MALIN, Mauro. Mais do que disputa de audiência. IN: *Observatório da Imprensa*, disponível [www.observatoriodaImprensa.com.br](http://www.observatoriodaImprensa.com.br), acesso, 12 dez. 1996.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: A vida pelo vídeo*. São Paulo: Editora Moderna, 1988.

MATOS, Heloiza (Org.). *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo, SP: Scritta, 1994.

MEIO & MENSAGEM. Disponível [www.meioemensagem.com.br](http://www.meioemensagem.com.br), acesso 08 jun e 04 ago 2010.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Disponível <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/>, acesso 15 dez 2010.





ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: Princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2002.

PINTO, Céli Jardim. *Com a palavra o Senhor Presidente José Sarney*. São Paulo: Hucitec, 1988.

POLÍTICA LIVRE. Disponível [www.politicalivre.com.br](http://www.politicalivre.com.br), acesso 18 dez. 2010.

RUBIM, Antonio (org.). *Mídia e eleições de 1998*. Salvador: Universitária/UFPB, 2000.

RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org.). *Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil: Ensaio sobre Mídia, Cultura e Política*. São Paulo. Hacker Editores, 2004.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1998.

THIOLENT, Michel. *Opinião Pública e Debates Políticos*. São Paulo: Polis, 1986.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Disponível <http://www.tse.gov.br/internet/index.html>, acesso 15 nov 2010.

ZERO HORA. Disponível [www.zerohoradigital.com.br](http://www.zerohoradigital.com.br), acesso 29 out 2010.





WEBER, Maria Helena ; ABREU, Carmen R. . Debate político-eleitoral na televisão: jogo de cena e dispositivo estratégico. In: MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. (Org.). *Mídia, representação e democracia no Brasil* - estudos sobre comunicação política. São Paulo: Hucitec, 2010, v. 1.

WEBER, Maria Helena. *Comunicação e Espetáculos da Política*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.







## Cerveja x Refrigerante: apontamentos sobre 40 anos de similaridades na estética de suas propagandas

Sergio Marilson Kulak<sup>1</sup>

Márcio Ronaldo Santos Fernandes<sup>2</sup>

### Dos pressupostos teóricos e dos elementos gráficos avaliados

As propagandas brasileiras vêm se destacando em todo o mundo e o grande motivador desse destaque é a criatividade aplicada a ela. Neste estudo, avaliaremos as semelhanças no discurso gráfico de dois segmentos de bebidas: a cerveja, com as marcas Antarctica, Brahma, Kaiser, Nova Schin e Skol; e os refrigerantes, representados pelas marcas Coca-Cola, Fanta, Guaraná Antarctica, Pepsi e Sukita. Para isso, utilizaremos os recursos estéticos presentes nas peças e através destes será destacada a evolução presente em ambos os segmentos desde a década de setenta até os dias atuais. Mas, afinal, o que seriam os elementos estéticos? Segundo MARTINO *apud* BROOK (2008, p.5), Estética é a impressão causada nos sentidos por um elemento externo, ou

---

1 Discente do 3º ano de Publicidade e Propaganda da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná, e bolsista de Iniciação Científica do Conselho Nacional de Desenvolvimento Tecnológico (CNPq). E-mail: sergiokulak@gmail.com.

2 Orientador do trabalho de Iniciação Científica, professor efetivo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) e doutorando em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: marciortf@globo.com.





seja, são todos os elementos presentes na propaganda, como por exemplo, as cores e a trilha sonora.

Vale lembrar que toda propaganda tem por objetivo atrair o consumidor buscando vender seu produto e/ou serviço. Neste sentido, Rafael SAMPAIO (2003, p.26) define a propaganda como a manipulação planejada da Comunicação, visando à promoção de comportamentos em benefício do anunciante que o utiliza, ou seja, uma estratégia de mercado que se vale da persuasão para vender.

A partir de uma análise mais aprofundada vemos a importância de cada elemento presente em uma publicidade, pois a relação que cada um exerce dentro da propaganda é de extrema importância, afinal, a peça depende destes elementos para exercer a persuasão diante o consumidor, para convencê-lo da compra e também fixar a sua marca no seu inconsciente.

Informar é transmitir conhecimentos. [...] Persuadir supõe convencer e, para tanto é preciso motivar. Em publicidade se utiliza a informação que motiva que induz o público a adquirir o produto que satisfará suas necessidades fisiológicas ou psicológicas. Fica bem claro que a publicidade é, portanto, informação persuasiva. (GOMES, 2003, P. 35).

Como citado anteriormente, para que essa persuasão seja exercida na peça, é necessária a utilização de elementos estéticos. O presente trabalho analisa como informações extremamente eficazes nesse processo persuasivo, dentre outros





elementos, o uso de personalidades famosas, da trilha sonora, das estratégias de vendas, dos recursos gráficos, locação, e cores, esta última com importância fundamental, pois além de garantir a expressividade do filme, exerce reações psicológicas naquele que o assiste.

Sobre o indivíduo que recebe a comunicação visual, a cor exerce uma ação tríplice: a de impressionar, a de expressar e a de construir. A cor é vista: impressiona a retina. É sentida provoca uma emoção. E é construtiva, pois tendo um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem que comunique uma idéia. (FARINA, 1986, p.27)

É notória a existência de muitas semelhanças nos dois segmentos analisados. Quanto ao uso de personalidades famosas, vemos a existência até do mesmo garoto propaganda fazendo comerciais tanto para a cerveja quanto para o refrigerante, como no caso do jogador de futebol Ronaldo Nazário que em meados de 2009, participou da campanha “Brahmeiros”, da cerveja Brahma, e também da campanha “Aposta do Ronaldo” para o Guaraná Antarctica em 2010. As semelhanças vão além, o uso do humor nas estratégias de venda ou na interação via internet que é iniciada pelas propagandas televisivas, entre outros.

A linguagem utilizada também é relevante, pois os dois segmentos apresentam um discurso muito parecido, com apelo focado em matar a sede ou beber com a galera, por exemplo, o texto publicitário apresenta-se objetivamente, incitando o expectador a consumir o produto, operando sobre o individualismo.





O uso de animações também merece destaque, aquele que foi o auge do início da década para a indústria cervejeira, principalmente nas marcas Brahma e Skol, hoje é muito utilizada pela marca Fanta, do grupo Coca-Cola, criando um universo envolvente e com grande aceitação, principalmente pelo público infantil, já que existe uma gama de elementos característicos deste *target*<sup>3</sup>.

Através destes e demais recursos estéticos presentes no mercado, as campanhas publicitárias passaram a explorar com muito mais vigor a estética visual como elemento de persuasão. Diz SAMPAIO (ibidem, p. 22):

A propaganda é hoje uma atividade bastante complexa, que conta com alta tecnologia, muita experiência acumulada e requer talentos específicos para manipulá-la de forma mais convincente (...) Por outro lado, à medida que a propaganda evolui, as barreiras levantadas pelos consumidores se aprimoram. Por isso, a propaganda precisa estar descobrindo novas maneiras de romper essas defesas.

### **Estudos de caso: apontamentos comparativos entre os dois segmentos**

Com o passar dos anos, a estética dos comerciais, de modo geral, foi evoluindo. Os elementos estéticos passaram a ser explorados com muito mais eficácia, tanto nos comerciais de refrigerante quanto de cerveja. Para podermos explanar as características destes dois segmentos, foram selecionadas 16 peças televisivas analisadas segundo

<sup>3</sup> Público-Alvo.





os seguintes critérios: locação, trilha sonora, cores, contexto cronológico, recursos gráficos, estratégia de vendas e utilização de personalidades famosas, conforme descrito anteriormente.

Como ponto de partida, temos a engarrafadora Antarctica com seu comercial Antarctica – A cerveja nossa (Figura 1), de 1974, que utiliza um apelo um tanto único, todos felizes bebendo cerveja. Na peça, a população se reúne na praça central da cidade para inauguração da nova estátua, todos comemoram bebendo a cerveja Antártica, até o momento em que o prefeito vai discursar, é então que a estátua o interrompe e fala “Nós viemos aqui pra beber ou pra conversar?”, a propaganda encerra com todos correndo fugindo da praça.

Na propaganda de refrigerante o apelo não é diferente. O que vale destacar aqui, é que a peça da Antarctica é de 1974, já a do Guaraná Antarctica é de meados de 2009 e traz um apelo muito parecido, embora seja 35 anos mais nova. Nela também existe a presença de uma personalidade famosa da esfera musical: a cantora Cláudia Leite, a propaganda mostra várias pessoas, todas jovens, aproveitando o fim de semana na praia, piscina, estrada, entre outros, sempre acompanhados do Guaraná Antarctica, tal como na cerveja. Logicamente existem adaptações, até mesmo por tratar-se de épocas diferentes, mas o principal apelo do comercial é exatamente o mesmo, divirta-se com os amigos bebendo a nossa cerveja/ refrigerante.





1974- Cerveja Antarctica, a cerveja nossa

**Figura 1**, disponível em:  
[http://cosmo.uol.com.br/blog/blog\\_post.php?blog\\_id=12&post\\_id=10808](http://cosmo.uol.com.br/blog/blog_post.php?blog_id=12&post_id=10808)



2009 Guarana Antarctica - Fim de Semana

**Figura 2**, disponível em:  
<http://guaranaantartica.com.br/videos/fim-de-semana.aspx?page=3&a=Acervo>





Quanto à trilha sonora vemos uma grande diferenciação entre os segmentos, a cerveja se utiliza muito do som instrumental ao fundo, existindo uma dominação narrativa, já os comerciais de refrigerante utilizam abundantemente o *jingle*<sup>4</sup>. Neste ponto, vemos que as estratégias de aproximação com o *target* se diferenciam, os refrigerantes buscam na sua maioria, envolver o expectador através da musicalidade usando-a como forma de entretenimento, conquista e persuasão. DIEGUEZ (2006, p. 103) diz que:

A música propicia um estado de torpor, ou excitação, capaz de gerar estados mentais fantasiosos. Assim, utilizada, como o é, na publicidade, ela reforça a “travessia” mítica, permitindo ao sujeito deslocar o seu desejo para o objeto, através da idéia que ao objeto está atrelada, em poucos segundos, com a vantagem de ficar ecoando na memória. Uma boa música publicitária cria sinapses, deixando suas impressões para sempre (...) Dificilmente serão esquecidas: ao ouvir-se a música, a imagem é evocada e, com ela, o produto.

Nas peças de cerveja analisadas apenas duas propagandas utilizam o *jingle* - Antarctica: A cerveja nossa (figura 1) e Raios-X (figura 5) - na primeira peça são cantados os 60 segundos do comercial com a história toda narrada em forma de música, já na segunda os primeiros 30 segundos são narrados enquanto nos outros trinta são cantados os benefícios da marca. Nas peças de refrigerante, temos grandes clássicos da propaganda brasileira que usam este tipo de recurso, como por exemplo,

---

4 Mensagem publicitária na forma de música em que se cantam os benefícios da marca.



a peça Pipoca e Guaraná criada em 1991 pela DM9DBB para o Guaraná Antarctica, com a letra *“Pipoca na panela começa a arrebentar, Pipoca com sal, Que sede que dá. Pipoca e guaraná que programa legal, só eu e você e sem piruá! Que tal? Quero ver pipoca pular (pipoca com guaraná), eu quero ver pipoca pular (pipoca com guaraná), quero ver pipoca pular, pular... Soy loca por pipoca e guaraná. Ah, ah, Guaraná!”*.



1991 Guaraná Antarctica - Pipoca e Guaraná

**Figura 3**, disponível em: <http://guaranaantarctica.com.br/videos/pipoca-com-guarana.aspx>

Outra propaganda do segmento já havia feito muito sucesso anteriormente. Ela foi veiculada em 1972 pela Pepsi e o mote era a liberdade durante o período da ditadura militar, nota-se também que a peça segue a mesma linha da cerveja Antarctica e do comercial de 2009, todos felizes bebendo Pepsi, segue a letra abaixo:

*“Hoje existe tanta gente que quer nos modificar, não quer ver nosso cabelo assanhado com jeito nem quer ver a nossa calça desbotada, o que é que há? Se o amigo esta nessa ouça bem, não ta*



*com nada! Só tem amor quem tem amor pra dar, quem tudo quer do mundo sozinho acabará. Só tem amor quem tem amor pra dar, só o sabor de Pepsi lhe mostra o que é amar. Só tem amor quem tem amor pra dar, nós escolhemos Pepsi e ninguém vai nos mudar”.*



1972 Pepsi

**Figura 4**, disponível em:  
<http://infantv.com.br/pepsi.htm>

Deste modo, vemos que a utilização da música pelos refrigerantes não é algo recente, muito pelo contrário, é algo que está presente desde o início da década de setenta e se utiliza até hoje. As peças de cerveja preferem à narração, algumas apresentam a música como elemento de venda, mas existe uma superioridade de música instrumental ao fundo enquanto segue a narrativa.

No que diz respeito à locação, existe uma similaridade entre ambos, predominância de espaços externos sob influência de sol e calor, o que gera naquele



que assiste a propaganda o desejo de uma bebida refrescante, podendo se enquadrar aqui tanto cerveja quanto refrigerante. Nas peças de cerveja, quando optam por um ambiente interno, a preferência é pela utilização de um bar ou algo do tipo, geralmente na *happy hour*, como na peça de 1997 da Skol, intitulada Raios-X (Figura 5), nos comerciais de refrigerante quando existe o plano interno, ele varia entre casa e festas. Vale destacar que em todas as peças analisadas, de ambos os segmentos, o ambiente é festivo, descontraído e convidativo e em sua grande maioria repleta de pessoas em um clima alegre, como na já citada Fim de Semana (Figura 2).



1997 Skol Raios X

**Figura 5**, disponível em:  
<http://fnazca.com.br/index.php/1997/09/01/raios-x/>

Quanto à cor, outro elemento de extrema importância em qualquer propaganda independentemente de segmento, pois ela influenciará muito no processo de conquista





do seu público, com diferentes impactos psicológicos em cada ser humano. Diz FARINA (idem, p. 167)

Com referência às áreas publicitárias, de promoção de vendas, vários fatores se conjugam para determinar a cor exata que será a portadora da expressividade mais conveniente a cada tipo específico de mensagem para um produto a ser consumido ou serviço a ser utilizado. Na realidade, a especificidade daquilo que será anunciado tem íntima conexão com a cor empregada, quer seja para transmitir a sensação de realidade, quer para causar impacto.

Nas peças publicitárias de cerveja, as mesmas cores aparecem com grande frequência, até mesmo em propagandas de marcas diferentes. No caso da cerveja, existe uma predominância do amarelo em variações com o dourado, que além de ser a cor da própria bebida, ilustra nas peças o clima quente e seco; o vermelho também possui uma representatividade significativa, também por suas reações psicológicas, vale ressaltar que embora o vermelho traga uma gama de representações, ele é muito utilizado nas peças da Brahma, porém, as outras marcas não o usam com tanta frequência, já que a cor também serve de associação com a marca, na cerveja Antarctica, por exemplo, seus comerciais apresentam tons mais azuis, cor que representativa da marca, a Skol por sua vez, tons mais amarelados, o que realça a sensação do ambiente quente e seco.





2001 Brahma - Vingança

**Figura 6**, disponível em:  
<http://fnazca.com.br/index.php/2001/07/01/vinganca>

Nos refrigerantes, o elemento cor não é tão explorado quanto nas peças de cerveja, existe um apelo ao clima quente para gerar naquele que assiste a propaganda o desejo de se refrescar, porém em uma pequena parcela dos filmes analisados. O que se nota nas peças é o uso das cores representativas da marca, assim como no caso da cerveja, nas peças da Fanta existe uma grande quantidade da cor laranja, por exemplo, na Pepsi do azul, Coca-Cola do vermelho e assim por diante.

Outro importante elemento analisado é o uso dos recursos gráficos, nas peças de cerveja, seu uso iniciou em 1997, com a peça Raios-X da Skol (Figura 5) com algumas partes do filme simbolizando o interior humano onde a Skol passava



“redondamente”, ou seja, suave, agradando ao consumidor, enquanto as demais marcas descem quadradas, batendo nas paredes do canal, descendo “rasgando” como no dito popular.

Apesar de seu início em 1997, a computação gráfica teve seu auge nos anos de 2000, 2001 e 2002, com as peças da tartaruga da Brahma (figura 6) e dos caranguejos (figura 7), também da cerveja Brahma. Nelas, os protagonistas são confeccionados por *softwares* e, diferentemente da propaganda Raios-X da Skol, as peças levam computação gráfica durante todo o filme. Hoje a maioria das peças utilizam este recurso de maneira mais sutil, praticamente deixando de criar animações em 3D, usando-a mais para criar um ou outro efeito com pouca representatividade dentro do filme.



2000 Brahma - Caranguejo

**Figura 7**, disponível em:  
<http://fnazca.com.br/index.php/2000/12/31/caranguejo-sonho/>



Nas propagandas de refrigerante, a exploração destes recursos gráficos é muito mais forte nos dias de hoje do que no início da década, diferentemente da cerveja. Muitas peças trazem elementos que utilizam os recursos gráficos, mas também com pouca importância, o que vale destacar aqui são as propagandas da Fanta, que desde 2006 utilizam destes recursos em 3D (Figura 8), a Coca-Cola também vem utilizando muito estes elementos nos últimos anos, ela foi a pioneira a utilizar o 3D, com as peças do Papai Noel e dos ursos polares de natal. Assim vemos que uma estratégia utilizada pelas cervejas no início da década, e, diga-se de passagem, que gerou muito resultado, vem sendo utilizado pelos refrigerantes no final da década, e mesmo depois de tanto tempo, trazendo resultados significantes.



2008 Fanta - Dança Maluca

Figura 8, disponível em:  
<http://beingmoredavid.com.br/pt/mather/#/trabalhos/Ogilvy&Mather-RJ>





2008 Coca-Cola - Fábrica da Felicidade

Figura 9, disponível em:  
[http:// bluebus.com.br/show/2/81981/coca\\_cola\\_enxergou\\_a\\_propaganda\\_como\\_uma\\_fabrica\\_de\\_felicidade](http://bluebus.com.br/show/2/81981/coca_cola_enxergou_a_propaganda_como_uma_fabrica_de_felicidade)

Quanto às estratégias de vendas vemos que existe uma grande similaridade, o que se percebe hoje, é que os refrigerantes usam muitas vezes das táticas que as cervejas utilizaram no passado, por exemplo, no caso dos recursos em 3D, como já citado. Com tudo, não é só o refrigerante que busca as estratégias da cerveja no passado, o oposto também ocorre, embora com menos frequência, como no caso da Cerveja Nova Schin com a peça Amendoim, de 2006, nela um casal está fazendo compras, a esposa pega itens como macarrão e leite condensado nas prateleiras perguntando se precisa comprar, nisso foca o rosto do homem dando zoom até o que seria sua consciência, que é composta por centenas de homens, que a cada pergunta respondem: Não! Nova Schin, ou seja, para não comprar nada além da cerveja, finalmente a esposa pega o terceiro produto, amendoim, perguntando novamente sobre a compra, quando toda a



consciência iria responder não, um deles levanta-se e interfere dizendo que Nova Schin e amendoim combinam, todos então começam um coro: “Nova Schin, Amendoim”. Então o personagem olha para sua esposa e diz: Amendoim? Combina! Logo após, assina a peça com Pensou novo, Nova Schin. Sendo assim, é notório na peça a ligação com o filme Pipoca e Guaraná (figura 3), pois seu discurso remete a combinação entre o alimento com a bebida tal como na peça de 1991.



2006 Nova Schin - Amendoim

Figura 10 disponível em:  
[http:// ciadecinema.com.br/classicos/2005](http://ciadecinema.com.br/classicos/2005)

Em relação ao uso de personalidades famosas, vemos que os dois segmentos usam diversas personalidades de diferentes esferas, atores, cantores, jogadores, uma vez que estes passam credibilidade e aceitação do produto, fazendo com que o público alvo do filme gere identificação com a marca. Destaca-se aqui a utilização do mesmo





protagonista tanto para cerveja quanto para refrigerantes, no caso do jogador de futebol Ronaldo Nazário, que protagonizou diversos comerciais para a Brahma em diferentes períodos, e também para o Guaraná Antarctica, conforme descrito anteriormente.

Outra característica existente em ambos os segmentos é a intertextualidade. Entende-se por intertexto o conjunto de discursos a que um discurso remete e no interior do qual ele ganha seu significado pleno, conforme FIORIN *apud* COVALESKI (2007). Nos exemplos a seguir tanto cerveja (Skol) quanto refrigerante (Guaraná Antarctica), utilizam muito intertextualidades com o futebol em seus comerciais, e quanto trata-se de seleção brasileira, o principal foco da propaganda é sobressair-se perante nosso maior adversário, a Argentina. Na peça *Pesadelo do Maradona* (Figura 11), veiculada em 2006, pelo Guaraná Antarctica, aparece um estádio lotado e ao fundo o hino do Brasil, então como em uma transmissão de jogos, a câmera vai passando pelos jogadores, a começar por Ronaldo Nazário, Kaká, até vir Maradona, ídolo da seleção Argentina, tido por muitos como o maior jogador de futebol de todos os tempos, cantando o hino brasileiro e uniformizado com a camisa da nossa seleção, ele então acorda, vendo que se tratava de um sonho, em seguida ele se senta na cama com um pijama listrado em azul e branco, remetendo ao uniforme argentino, olha para o lado onde estão várias latas de Guaraná Antarctica vazias e diz: “Caramba, que pesadelo. Creio que estou bebendo muito Guaraná Antarctica!”. A peça finaliza com a locução: Os maiores craques do mundo um dia já sonharam em jogar na nossa seleção! Guaraná Antarctica e Seleção Brasileira, ninguém faz igual!





2006 Guaraná Antarctica - Pesadelo Maradona

Figura 11, disponível em:  
<http://guaranaantartica.com.br/videos/comercial-maradona.aspx?page=6&a=Acervo>

Na peça da Trave da Skol (Figura 12), também de 2006, a propaganda inicia com a cobrança de falta, onde o jogador argentina marca um “golaço”, então aparece o torcedor brasileiro, como uma skol mão e diz: “se o cara que inventou a Skol tivesse inventado o futebol, ele não seria assim! Seria assim” a partir daí aparecem vários lances onde a trave ganha vida e todo lance em que os argentinos vão marcar o gol, ela muda de lugar, corre ou gira não deixando o adversário concluir a jogada. Logo após, o Brasil vai para o ataque marca um gol e vem comemorar com a trave, assina a peça: Com Skol o Brasil fica redondo. Na cena final do filme a trave passa uma rasteira no jogador argentino fazendo-o cair no chão.





2006 Skol - Trave

**Figura 12**, disponível em:

<http://ocomercial.net/search/label/Skol?updated-max=2008-07-07T09%3A45%3A00-03%3A00&max-results=20>

Assim como o futebol, tanto as cervejas quanto os refrigerante se utilizam de festas como carnaval, festas juninas, natal, eventos esportivos como copa do mundo, olimpíadas, entre outros. Situações em que vive o seu público-alvo, seja diariamente ou em épocas especiais, a intertextualidade gera uma aproximação sinestésica (sensorial) das pessoas com o produto.

Nos filmes mais recentes, além da intertextualidade trabalha-se muito com o humor, como por exemplo, na peça Trave (Figura 12), citada acima, sua utilização justifica-se pela busca da conquista do consumidor através do entretenimento.





A propaganda com humor tem que atender a duas premissas: chamar a atenção do consumidor e fazê-lo se identificar de forma mais próxima do retratado pelo anúncio. Neste enlace atua o humor. Facilita o estímulo à comunicação. “Ao emocionar e surpreender, o humor na propaganda pode seduzir o consumidor. Se chegar a exaltar e entusiasmar, ele pode conquistá-lo por muito mais tempo”. (ROSSI *apud* MACEDO, 2010, p. 42)

Nos refrigerantes temos um *case*<sup>5</sup> clássico veiculado em 1999, cujo mote é o humor, o tio da Sukita: O filme mostra uma jovem moça, em torno de vinte anos que entra no elevador onde está um homem mais velho, aparentando ter entre 45 e 50 anos, assim que a jovem entra o homem exclama estar quente do elevador, ela tomando sua sukita só concorda balançando a cabeça, em seguida o homem pergunta se a sukita está gostosa, ela então concorda apenas com um “aham”, ele então pergunta se ela é nova prédio, novamente ela concorda com um “aham”, quando então ele iria perguntar se poderia, ela o interrompe dizendo: “Tio, aperta o 21 pra mim”assina a peça com o slogan, quem bebe sukita não engole qualquer coisa.

---

5 Termo utilizado para definir uma história, geralmente de sucesso, vivida por uma empresa ou marca.





1999 Sukita - Tio da Sukita

Figura 13, disponível em:  
<http://publistorm.com/na-estante-tio-da-sukita/>

Fica evidente que o senhor, mais velho, busca entrar no universo dos mais jovens, primeiramente no diálogo com a moça no elevador, seus gestos e expressões geram certo insinuação para a jovem, com a interrupção impede que ele sequer entre em seu universo, fazendo a piada chamando-o de tio.

No caso da cerveja, o humor vem como marca registrada nas peças de hoje, uma evolução que vem ocorrendo desde meados da década passada. A peça Choque (figura 14), da Skol, mostra isso claramente: seus produtores se utilizaram também da intertextualidade para chegar ao humor. No filme, há cinco mulheres assistindo a um estudo no qual um rato, mesmo após ter levado um choque elétrico, vai em



busca do alimento, pois a recompensa é boa. Após isso, elas comentam que o roedor é um animal estúpido por ter esse tipo de atitude. Em seguida, o filme corta para uma cozinha, onde estão seus maridos. Um deles vai buscar cerveja e toma um choque, avisando que a geladeira está com problema, mas ainda sim pegando outra lata da bebida, levando outro choque. Adiante, vem um segundo homem, que também leva o choque e ainda um terceiro que igualmente sofrendo uma descarga elétrica, exatamente como no estudo visto por suas mulheres.



2007 Skol Choque

**Figura 14**, disponível em:  
<http://fnazcacom.br/index.php/2007/06/09/choque/>

Assim, vemos na análise que tanto cerveja quanto refrigerante, apresentam em suas peças brincadeiras e descontração quando se trata de humor, o que se destacada também é que em nenhum momento a insinuação para a compra da marca é forte,





principalmente no caso da cerveja. Como no exemplo do choque onde os produtores apenas mostram que, no caso, valeria a pena tomar o choque já que a recompensa também é boa. Dessa forma, o filme insinua que a marca é excelente, nada muito explícito, mas, ao entreter o *target*, faz assimilar a marca em seu subconsciente. Quanto aos refrigerantes, a assimilação da marca ocorre por mostrar situações que ocorrem no dia-dia, como homens mais velhos dando em cima de moças mais jovens, e ela escapando das tentativas com humor.

### **Das considerações finais**

A partir da análise feita por diversos elementos, percebeu-se a existência de muitas similaridades quanto às propagandas dos dois segmentos: cerveja e refrigerantes. Nota-se também que o discurso de ambas é muito parecido, quer seja no foco de beber com os amigos, de matar a sua sede ou da intertextualidade, entre outros.

Vale ressaltar que na grande maioria das vezes, o refrigerante buscou inspiração nas peças de cerveja do passado, pois vemos que existe uma similaridade atemporal, ou seja, algumas peças que foram veiculadas anos atrás, são praticamente reproduzidas, porém, mudando o foco do discurso, que antes era da cerveja para o refrigerante. Algumas vezes, vê-se também que a cerveja resgata antigas estratégias dos refrigerantes, como no exemplo do filme pipoca e guaraná (figura 3) e da peça Nova Schin Amendoim (figura 10) onde o filme também busca a combinação entre alimento e bebida.





Conclui-se ainda que as peças de hoje utilizam-se de diferentes elementos para convencer o consumidor, enquanto as mais antigas lançavam mão de um apelo um tanto único – todos felizes, bebendo cerveja/ refrigerante. Os comerciais atuais usam um recurso mais suave, recorrendo aos implícitos, fazendo com que a propaganda não só venda como também fique na memória do consumidor.

Plínio CABRAL (1977, p.76) relata que a TV reúne os elementos mais importantes na composição da mensagem: imagem, cor, som e movimento. O presente estudo apontou como os filmes exploraram e exploram esses recursos, principalmente as contemporâneas, que na maioria das vezes utilizam roteiros mais expressivos e extrovertidos, que prendem o expectador fazendo com que ele se identifique profundamente com o que está vendo.

Conclui-se ainda que, no que tange às cores, na década de 70 esse recurso ainda não era evidente nos comerciais dos dois segmentos, passando a ser o elemento de maior influência dentro das peças a partir de 1980. Quanto à trilha sonora, a enriquecimento é evidente, desde as músicas até a sua exploração contextual.

Por fim, diz-se que os recursos estéticos (visuais) sempre serão utilizados em quaisquer peças – independentemente do suporte escolhido - como elementos de importância capital, pois garantem a aceitação e o convencimento do público-alvo. Considerando ainda a grande concorrência existente entre os segmentos, e também dentro deles, conclui-se ainda que a tendência seja uma evolução ainda maior de suas propagandas, com peças cada vez mais interessantes e criativas, lotadas de elementos





mais envolventes, dinâmicos e persuasivos que, conseqüentemente, contribuirão para o aprimoramento contínuo da estética da propaganda brasileira, reconhecida internacionalmente a pelo menos três décadas.

### Referências

BROOK, B. C., et al. As propagandas de cerveja na Televisão brasileira: elementos de argumentação e estética para atrair o Consumidor. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31, 2008, Natal. *Anais eletrônicos...* Natal: UFRN/Intercom, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1868-1.pdf>>. Acesso em: 29/05/2009.

CABRAL, P. *Propaganda: técnica da comunicação industrial e comercial*. São Paulo: Atlas, 1977.

CARRASCOZA, J. A. *Do caos à criação publicitária – processo criativo, plágio e ready-made na Publicidade*. São Paulo: Saraiva, 2008.

CESAR, N. *Direção de arte em propaganda*. Rio de Janeiro: Saraiva, 2003.

CHAUÍ, M. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Ática, 2006.





COVALESKI, R. Elementos intertextuais na relação dialógica da publicidade com o cinema. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007, Santos. *Anais eletrônicos...* Santos: Intercom, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1211-1.pdf>>. Acesso em 11/11/2009.

DIEGUEZ, G. K. O discurso publicitário: desvendando a sedução. *Comum*, Rio de Janeiro, n.27, p 86-108, jul-dez. 2006.

ESTRELLA, C. et al. *Comunicação e imagem*. Rio de Janeiro: Editora Rio, 2006.

FARINA, M. *Psicodinâmica das cores em Comunicação*. São Paulo: Edgar Blücher, 1986.

GOMES, N. *Publicidade: comunicação persuasiva*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

HOLLIS, R. *Design gráfico – uma história concisa*: São Paulo: Martins Fontes, 2005.

MACEDO, A. C. B. *Propaganda e humor: suavizando as relações de gênero*. Tese (Mestrado em Comunicação) Universidade Paulista, São Paulo, 2010. Disponível em <[http://www.unip.br/ensino/pos\\_graduacao/strictosensu/comunicacao/download/comunic\\_anacarolinabernardomacedo.swf](http://www.unip.br/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/download/comunic_anacarolinabernardomacedo.swf)>. Acesso em 5 jul. 2010.





PREDEBON, J. *Curso de Propaganda: do anúncio à comunicação integrada*. São Paulo: Atlas, 2004.

SAMPAIO, R. *Propaganda de A a Z*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.







## Pistas para (re)construir una historia de la radiodifusión en Jujuy

Marcelo A. Brunet

Para comprender los primeros pasos de la radiodifusión en el extremo norte de Argentina (tomando como caso la actividad radiofónica en la periférica provincia de Jujuy), opté por organizar una secuencia de hitos o momentos que nos guiarán con más orden por el recorrido histórico necesario para contextualizar este objeto de estudio que se desprende de una tesis doctoral en curso de elaboración. Propondré entonces los siguientes apartados: Los pioneros por una radio jujeña (de 1937 a 1938), La radio del gobierno jujeño (de 1940 a 1942), La radio de Buenos Aires en Jujuy (de 1946 a 1970), El Radio Club (de 1950 a nuestros días), Las propaladoras (de 1952 a 1976), La radio comercial jujeña (de 1970 a nuestros días).

Jujuy es una provincia periférica, situada en la Región del Norte Grande Argentino. Limita al oeste con Chile por la Cordillera de los Andes, al norte con Bolivia, al este y al sur con la provincia de Salta.

El valor que puede tener este artículo, tal vez esté dado por la escasa preocupación por la historia de las radio de provincia, y por consiguiente la escasa producción de bibliografía sobre el tema. Al mismo tiempo, en Argentina existe una importante cantidad de material que refiere a la historia de la radio en Buenos Aires, la cual, en muchos casos plantea a la radio *porteña* o metropolitana como antonomástica





de la radio argentina, sin prestar atención a las particularidades de las denominadas radios del “interior”.

### **Los pioneros por una radio jujeña (de 1937 a 1938)**

La radiodifusión en la provincia de Jujuy presenta un desarrollo tardío con respecto a otras provincias de la región norte de Argentina. Por ejemplo, LV7 de la provincia de Tucumán se fundó el 29 de noviembre de 1928<sup>1</sup>, LV12 de Aconquija, Tucumán el 17 de marzo de 1937 y LV9 de Salta en 1934<sup>2</sup>, mientras que en Jujuy, las primeras transmisiones experimentales de aficionados datan de 1937<sup>3</sup>.

Los registros documentales y hemerográficos indican que la primera emisora montada en San Salvador de Jujuy, capital de la provincia de Jujuy fue una, estructurada bajo el modelo de radiotelefonía (no de radiodifusora masiva). Se trataba de la radio de la empresa aérea Panagra que operaba en el Aeroclub Jujuy ubicado en la zona de Alto Comedero. Por entonces se informaba que “desde ayer se encuentra, el Técnico

---

1 La fecha es deducida de artículos periodísticos de La Gaceta de Tucumán ya que los libros sobre historia de la radio no se ponen de acuerdo con el dato. En el diario tucumano encontramos: “Cumple hoy 42 años de vida LV7, Radio Tucumán. Fundada por los señores Avelino Muñoz Aldao, que la dirigiera hasta hace poco, y Alberto González Acha, ya fallecido, salió al aire por primera vez el 29 de noviembre de 1928 bajo el nombre de Tucumán Broadcasting” (La Gaceta, 1970, 29 de noviembre). En otro artículo se lee “Desde aquel 29 de noviembre de 1928, se hace interminable el desfile de inquietudes y de esfuerzos, apuntalados con el apoyo incondicional de autoridades, banca, industria, comercio y el Gran Público que siempre nos acompañó” (La Gaceta, 1968, 29 de noviembre). “El 46° aniversario celebró ayer LV 7 Radio Tucumán” (La Gaceta, 1974, 30 de noviembre, p. 4).

2 En el caso de LV9 de Salta, la fecha que ofrezco es la que indica Andrea Matallana (2006: 203) pues en Ricardo Gallo (Vol. II, 2001: 72) aparece sin datos.

3 Para Leopoldo Abán (1988), estas transmisiones recién se registran en 1939 (p. 142), pero el resto de las fugaces referencias bibliográficas coinciden en ubicar estas experiencias a finales de 1937.





de la Compañía Panagra, señor C. V. Cornwell quien ha iniciado hoy la instalación del aparato receptor y transmisor en el aeródromo del Aero Club Jujuy”<sup>4</sup>. El sentido de aquella instalación para los jujeños era expresado por el diario El Día así, “viene a colocar a Jujuy en un nivel de progreso que verdaderamente ha de causar intensa sensación de alegría por esa maravilla que llega a nuestro ambiente”<sup>5</sup>. La inauguración de la estación se concretó el 14 de julio de 1937.

[...] fue inaugurada ayer por el jefe de Comunicaciones de dicha Compañía, señor J. Ross. A últimas horas de la tarde, el señor Ross después de verificar el funcionamiento del aparato se puso en comunicación con las otras estaciones de la Compañía, logrando comunicarse con la de Córdoba, Tucumán, Mendoza y Buenos Aires.

Enseguida y por invitación de dicho señor, el Presidente del Aero Club local, Ingeniero Adrián García del Río y el Secretario de la misma, señor Hugo F. Cornejo, mantuvieron una conferencia con el Director de Aeronáutica Civil, señor Francisco Méndez Goncalvez y con el Presidente de la Compañía Panagra, señor Eduardo Bradley, quienes en el curso de la conferencia tuvieron frases de elogio para las actividades desarrolladas por el Aero Club local y para el Gobierno de la Provincia que tan eficazmente colabora en el desarrollo de la aviación Civil y Comercial<sup>6</sup>.

Si bien para esta investigación no se hallaron referencias hemerográficas sobre la instalación de una emisora tipo broadcasting en 1937 (tal vez por tratarse de

4 El Día, 1937, 19 de junio, p. 1

5 1937, 4 de junio, p. 1.

6 El Día, 1937, 15 de julio, p. 1.





una experiencia no muy difundida dado su estado experimental y de características artesanales); según las pocas referencias bibliográficas de textos no específicos sobre tema (Abán, 1988; Paleari 1992; Montalvetti, 2005) y testimonios orales, éstas se registraron en Jujuy en 1937; y sus primeras transmisiones eran producto del entusiasmo de algunos aficionados encabezados por Mario Caballero Fascio.

Caballero Fascio era hijo de Gregoria María Mercedes Fascio y Manuel Caballero Bertrés, y descendiente lejano del fundador de San Salvador de Jujuy<sup>7</sup>, Francisco de Argañarás y Murguía. Nació el 18 de enero de 1916 y falleció el 26 de junio de 1990.

A los 21 años y junto a amigos como Guillermo Augusto Torres, Leopoldo Budde y Néstor Zenarruza, fabricó un equipo transmisor con la intención de instalar la primera radio jujeña. “Se trataba de un pequeño transmisor de dos válvulas con un micrófono construido con una cápsula telefónica obsequiada por el Ing. Piai de la empresa de teléfonos jujeña, además de un tocadiscos que contenía un solo plato” (Montalvetti, 2005: 472), dispositivos, que funcionaban con electricidad de corriente continua que era la que se suministraba a los domicilios jujeños por aquella época.

Los equipos de la precaria primera emisora jujeña fueron instalados en el salón anexo de la capilla de Santa Bárbara de calle Lamadrid, cerca del centro de la ciudad y la pequeña antena fue montada entre la torre de la capilla y la casa de un vecino, el Dr. Jorge Cornejo Arias.

---

<sup>7</sup> Se trata de la tercera fundación de la ciudad (la primera data de 1561 y la segunda de 1575), ocurrida el 19 de abril de 1593, luego que habitantes de los pueblos originarios resistieran las dos primeras.





Al tratarse de transmisiones de aficionados sin ninguna legalidad, se llegó a presentar la emisora como perteneciente a otro país para evitar sanciones, camuflándose como una radio de onda corta. Relata Montalvetti que “los tres aficionados [por Fascio, Zenarruza y Torres] decidieron que las primeras salidas al aire se identificaran como ZP 9 Emisora de Asunción del Paraguay. Pero esta maniobra fue pronto descubierta, debido a que el éxito de las transmisiones hizo olvidar la discreción comprometida” (Montalvetti, 2005: 472).

La experiencia fue corta, pero generó adhesión en el público jujeño que incluso llegó a colaborar con la donación y el préstamo de discos. Las transmisiones duraban entre dos y tres horas diarias entre las 18 y las 20 o 21 horas. La radio era interpretada como un símbolo de progreso para una ciudad que muy de a poco comenzaba a crecer y expandirse. Por ejemplo, en 1937 comenzaron a circular los primeros colectivos urbanos, de lo que dio cuenta El Día en 1937: “desde mañana se pondrá en circulación en esta ciudad un regio coche micro ómnibus que ha sido adquirido por la empresa Gil y Robles [...] no hay dudas que este acontecimiento significa un esfuerzo para la empresa que lo adquirió y un notable progreso para Jujuy”<sup>8</sup>.

### **La radio del gobierno jujeño (de 1940 a 1942)**

Dado a que, entre otros factores, ya no se podía mantener la radio en la clandestinidad, y alentado por la instalación y consolidación de radios en otras

---

<sup>8</sup> 16 de junio, p. 4.





provincias del norte argentino, Mario Caballero Fascio inició en 1938 diversas gestiones para instalar una radio en la legalidad. Desde algún sector del periodismo de la época apoyaron su iniciativa. Es el caso del diario La Voz del Norte que el viernes 29 de diciembre de 1939 publicaba una editorial al respecto:

[...]Se habla de instalar una estación radiodifusora, con propósitos de divulgar el conocimiento de las riquezas panorámicas y climáticas de Jujuy, mediante el desarrollo de un programa de acción inteligente y visionario que lleve en si la virtud de demostrar que no en vano la provincia puede considerarse como la perla del Norte y, por ende, región propicia para el turismo.

Era ya tiempo de que alguna iniciativa surgiera con ánimos tan dignos de apoyo como cuanto signifique atraer hacia la provincia contingentes de veraneantes que año a año se vuelcan hacia otros centros menos atractivos y menos beneficiados por las maravillas de la Naturaleza, como consecuencia, más que nada de la propaganda amplia que se realiza en tal sentido. Nosotros, en cambio, con rincones tan bellos como los de la Quebrada de Humahuaca, nos cruzamos de brazos, como si, confiados en la generosidad de los dones de la región, esperáramos que de otras provincias nos lleguen los turistas sin que les recordemos que en Jujuy podemos ofrecerles lo mejor.

Con una broadcasting bien atendida, por la que se propale todo cuanto constituya un incentivo de atracción, habremos dado un gran paso en la conquista del turismo. Para que esos anhelos de sabernos visitados con grado de privilegio lleguen a cristalizarse, se impone arrimar un apoyo entusiasta a favor del éxito de la empresa en perspectivas. En esa forma será dable conseguir





que Jujuy ocupe el lugar que le corresponde como provincia vanguardista por la benignidad de su clima y la maravilla de sus cerros y colinas.

Obra de buen gobierno ha de ser el fomento del turismo, porque con ello se propugna por el acrecentamiento del comercio. No basta que poseamos una tierra que solace el espíritu más indiferente. De nada nos ha de servir un gran hotel ni los baños termales para dar acogida al visitante, si, en cambio, se descuida un renglón tan importante como lo es la propaganda. Tenemos otras provincias –Córdoba y Buenos Aires, por ejemplo- cuyos gobiernos se gastan millones de pesos al año en propaganda para captar el turismo: Y consiguen, por ese medio, lo que no se logra por ningún otro. Esa es la causa de popularidad de los balnearios de Mar del Plata y las Sierras de Córdoba.

Jujuy, en situación ventajosa para disputar el turismo a cualquier centro del país, tendrá, pues, en la broadcasting cuyo funcionamiento se gestiona, un vehículo eficaz de propaganda. Los poderes públicos así deben comprenderlo<sup>9</sup>.

El imaginario periodístico indica que se estaba pensando en una emisora de onda corta capaz de cubrir grandes distancias y de llevar el mensaje a todo el país para captar el turismo interno. Esto en un contexto político donde se discutían las inversiones para incentivar el turismo y se había inaugurado hacía pocos años el importante hotel Termas de Reyes, concesionado por Juan Masuelli. “El lujurante panorama de las Termas de Reyes, es uno de los más hermosos de Jujuy. Si Ud. busca

<sup>9</sup> La Voz del Norte, 29 de diciembre de 1939, p. 8.





salud y un lugar encantador, las Termas de Reyes es un prodigio de la Naturaleza para todas las gentes. Visítelo” publicaba el diario El Día<sup>10</sup>. El Hotel fue inaugurado a fines de junio de 1937 y se promocionaba como un lugar donde “los turistas y pensionistas contarán con comodidades y una esmerada atención del personal. El Hotel de las Termas tendrá diariamente un excelente menú. Se preparan minutas a toda hora. Licores de las mejores marcas. Conservas de superior calidad, etc.”<sup>11</sup> Por entonces la iniciativa privada de los tres amigos encabezados por Mario Caballero Fascio debió ceder terreno para buscar ayuda en el gobierno de Pedro Buitrago<sup>12</sup> (y no en el de Bertrés, como sostiene Abán, 1988: 142). Así lo hace saber también La Voz del Norte en un artículo titulado “Se gestiona instalar una broadcasting en Jujuy. El gobernador Dr. Buitrago se interesa por esa iniciativa”:

Su característica será L.V. 13 Radio Provincia de Jujuy. Habiéndose iniciado el trámite de rigor ante la dirección de Correos y Telégrafos de la Nación.

Desde hace varios días el señor Mario Caballero Fascio venía realizando las gestiones necesarias para instalar en nuestra ciudad una estación radiodifusora, que operara en banda de onda larga. Los trámites del caso parecen haber llegado a un punto halagador. Entrevistado con el Gobernador de la provincia, doctor Pedro Buitrago, el primer mandatario se mostró entusiasmado por la empresa, por cuanto entra en el propósito de su gestor destinar la broadcasting de manera preferente, a realizar propaganda a favor del turismo.

---

10 1937, 12 de junio, p. 2.

11 El Día, 1937, 28 de junio, p. 2

12 Gobernador de Jujuy entre 1936 y 1940.





Según las referencias que obran en nuestro poder, el doctor Buitrago y el señor Caballero Fascio se han dirigido ya al director general de Correos y Telégrafos de la Nación, doctor Adrián C. Escobar, solicitando el permiso reglamentario para la instalación y funcionamiento de esa estación radiodifusora, la que operará con la característica de L.V. 13 radio Provincia de Jujuy.

Se espera en consecuencia, la contestación de la mencionada repartición nacional, para poner manos a la obra y poder, así brindar a Jujuy una broadcasting a tono con los merecimientos de esta provincia<sup>13</sup>.

Pero el gobernador Buitrago, quien brinda su apoyo a Caballero Fascio no ve concretada la obra, pues quien podrá hacer uso del medio será el sucesor de Eliseo Peña, Raúl Bertrés<sup>14</sup>, cuyo acto de asunción se transforma en la primera transmisión de LV13 Radio Provincia de Jujuy, el 1 de mayo de 1940.

Unos días antes ya se anunciaban en la prensa las transmisiones de puesta a punto:

[...] esta tarde se harán las primeras experiencias para poner en funcionamiento la broadcasting jujeña L.V. 13, diseñada y construida por los técnicos radio-electricistas Mario Caballero Fascio, Leopoldo Budde y Guillermo Torres.

[...] hace algún tiempo habíamos informado que los técnicos nombrados habían construido un aparato radio-transmisor de regular potencia y que los primeros experimentos realizados

---

13 La Voz del Norte, 1939, 29 de diciembre: 6.

14 Gobernador de Jujuy entre 1940 y 1942.





habían dado resultados satisfactorios por lo que se solicitó la autorización necesaria para efectuar transmisiones diarias, en forma de broadcasting oficial de la provincia.

[...] por el momento, el alcance de la recepción de nuestra estación radio-transmisora llega a los 70 kilómetros, de manera que en nuestra ciudad es posible escucharla con gran potencia y en forma muy nítida y más fuerte que en la forma en que se escucha a Radio El Mundo o Belgrano, por ejemplo<sup>15</sup>.

El permiso otorgado a esta radio era provisorio y le fue comunicado al gobernador interino Eliseo Peña, mediante telegrama, el día 29 de abril de 1940.

La primera transmisión de LV13 Radio Provincia de Jujuy sería el traspaso de mando del gobernador interino a Raúl Bertrés. Al respecto, La Voz del Norte anticipaba esa programación especial:

[...] la primera transmisión se efectuará mañana a las 15 horas, directamente desde la Legislatura de la provincia, donde se instalarán dos micrófonos ex profeso.

Luego, a las 18 horas, aproximadamente, la transmisión se efectuará desde el Salón de la Bandera, en la Casa de Gobierno, en ocasión de la recepción ofrecida a las nuevas autoridades.

La transmisión estará a cargo de un conocido relator del ambiente, quien irá narrando todos los pormenores de los actos, tales como la llegada de las autoridades, el discurso del Dr. Bertrés, y el nombre de las piezas musicales a ejecutarse en la recepción, etc. para que las personas que sintonicen sus radio-receptores, estén

---

15 La Voz del Norte, 1940, 30 de abril: 5.





al tanto de la forma en que se desarrollan los actos y de acuerdo a lo que se acostumbra en otras capitales<sup>16</sup>.

La misma nota periodística se mostraba muy optimista sobre la primera transmisión y anticipaba “Será un éxito”, luego veremos que no fue tan así:

Tenemos fundados motivos para creer que esta primera transmisión habrá de constituir un éxito, para lo cual no se ha escatimado ningún esfuerzo y los aparatos, tales como los micrófonos, conexiones y demás, son objeto de continuos ajustes<sup>17</sup>.

Aquel optimismo de las transmisiones de prueba se traslada un día después al anuncio de la primera emisión oficial, aunque en virtud del tipo de habilitación, todavía de carácter experimental:

[...] se han ultimado todos los detalles a objeto de que la transmisión experimental que efectuará hoy, por espacio de varias horas, la estación radio-transmisora jujeña L.V: 13, sea un éxito. Sus técnicos diseñadores y constructores [...] han efectuado ayer a la tarde y anoche, transmisiones experimentales, las que han dado muy buenos resultados; confiándose en que la prueba enérgica a que será sometido el aparato transmisor, hoy, dé la pauta de la potencia de nuestra pequeña, pero potente broadcasting jujeña. Las pruebas efectuadas ayer, han satisfecho a sus directores técnicos que confían en que la prueba de hoy sea un verdadero éxito, pues no se han escatimado ni esfuerzos ni fatigas para

---

16 *Ibíd.*

17 *Ibíd.*





que podamos contar dentro de muy poco tiempo, con una broadcasting que nada tenga que envidiar a las de otras provincias. [...] La transmisión de hoy, empezará a las 14 horas con grabaciones fonoelectricas, continuándose sin interrupción hasta las 16 horas, en que se transmitirá desde el recinto de la Legislatura de la Provincia, hasta las 18 aproximadamente y directamente desde el Salón de la Bandera, desde esta hora hasta las 20 aproximadamente<sup>18</sup>.

La transmisión de LV13 se emitió en la frecuencia de 1430 kilociclos-segundo, y según el optimismo de los medios gráficos de la época podía cubrir hasta el entonces pueblo de San Pedro de Jujuy (a 60 km de San Salvador) hacia el este, y hasta la localidad de Volcán (a 49 km de San Salvador) por el norte.

El acto de jura del gobernador Raúl Bertrés se concretó en la Legislatura de la Provincia de Jujuy, por entonces en calle Alvear, a las 16:30 horas (y no a las 15 horas como estaba previsto inicialmente) del 1 de mayo de 1940. Los estudios de transmisión de la radio se encontraban ubicados en el segundo piso de la casa de gobierno.

El primer locutor de la radio, quien relató el acto de asunción, fue Carlos R. Mazzuchelli, un hombre que también se dedicaba al periodismo gráfico.

Las primeras palabras transmitidas por una radio legalmente habilitada en la provincia de Jujuy fueron las de Mazzuchelli presentando el discurso-programa del Gobernador Raúl Bertrés pronunciado en la Legislatura:

---

<sup>18</sup> La Voz del Norte, 1940, 1 de mayo: 5.





Honorable Legislatura: El pueblo de Jujuy ha dado su veredicto en expresión de voluntad categórica. Ha pensado en un partido y en un hombre, como guía de su destino. El último decenio ha sido de prueba y ha dejado su lección y su dolor. La Provincia ha aprovechado aquella y ha tenido la experiencia de que lo adventicio puede florecer en esperanzas, pero no se mide ni fructífera, así en el árbol como en la sociedad. Y vuelvo los ojos a la obra bruscamente interrumpida, el pueblo de Jujuy ha manifestado su decisión de encauzar su vida por el viejo cauce democrático, bajo el signo de un partido que velará por todos, pobres y ricos, para hacerles llegar el amparo de la ley, que es la suprema garantía del derecho, de la paz y de la prosperidad [...] [...] Sólo deseo esto para mi conciencia y para el bien de mi pueblo: No ser un gobernador más. No ser un hombre alejado de las vitales palpitaciones del corazón de mis comprovincianos, no pasar por la vida efímera y la significación momentánea del poder que ejerzo.

Deseo ser un gobernador de quien se diga: Fue un patriota, un dedicado a sus tareas, un hombre de ley.

Señores legisladores, principiemos a cumplir con nuestra misión: trabajar por el bien y la prosperidad de Jujuy. He dicho [...]”<sup>19</sup>

La primera transmisión tuvo algunos inconvenientes técnicos que hicieron que no se pudiera emitir toda la ceremonia a plena potencia. Según La Voz del Norte “La transmisión efectuada desde la Legislatura fue débilmente escuchada debido a una falla del aparato transmisor”<sup>20</sup>, a pesar de lo cual el mismo medio calificó de “muy

19 Crónica, 1940, 3 de mayo: 1, 4.

20 La Voz del Norte, 1940, 1 de mayo: 5.





satisfactorias” estas primeras pruebas al aire, ya que “en algunas oportunidades la transmisión [...] resultó perfecta, siendo acogida con beneplácito general”<sup>21</sup>.

LV13 comenzó la cobertura de los actos de asunción del nuevo gobernador radical alrededor de las 14 horas, pero a raíz de un desperfecto del que no se conocen detalles “sólo podían captar la onda los radiorreceptores de gran potencia y de mucha sensibilidad”<sup>22</sup>.

Podemos sospechar que técnicamente la radio aún no estaba preparada para resolver una transmisión desde exteriores, por ello la primera parte del evento que se desarrolló en la Legislatura presentó problemas, mientras que la segunda parte de los actos de traspaso de mando ya en casa de gobierno, en cuyo segundo piso se encontraban los estudios y los equipos transmisores de la emisora, resultaron impecables. “El desperfecto pudo ser subsanado a las 18 horas, iniciándose una buena transmisión, llegando la voz del speaker en forma correcta y muy nítida, lo mismo que con las grabaciones fono eléctricas” (ibíd.).

Por los mismos motivos, cerca del final de la emisión se leyó un boletín elaborado por el diario La Voz del Norte, dando cuenta de la primera parte de los actos de asunción del nuevo gobernador. “En vista de que los detalles del juramento del Dr. Raúl Bertrés y del Ingeniero Alberto R. Pasquini no habían podido ser escuchados por gran parte de los propietarios de radio receptores, que habían sintonizado L. V. 13, la Dirección de la broadcasting resolvió solicitar un boletín noticioso a la Dirección de

---

21 La Voz del Norte, 1940, 3 de mayo: 1.

22 Ibíd.





LA VOZ DEL NORTE”<sup>23</sup>. La lectura del boletín se concretó minutos antes de las 20 horas, convirtiéndose en el primer informativo de radio en Jujuy, que luego adquirió continuidad a las 20:30 horas, a partir del 6 de mayo de 1940. “Desde anoche nuestro diario ofrece un noticioso por los micrófonos de la broadcasting local L. V. 13 [...] En lo sucesivo, todos los días, a la hora indicada, se irradiará este parte noticioso en el que solamente haremos una reseña del movimiento de carácter administrativo; en razón de que el permiso acordado por la Dirección de Correos y Telégrafos de la Nación [...]”<sup>24</sup>.

La necesidad social de una emisora local se hizo sentir y la inauguración de LV13 generó gran ansiedad. “Gran expectativa había logrado rodear la salida al éter de la voz de nuestra broadcasting y no fueron pocas las llamadas dirigidas a nuestro diario, solicitándonos informes acerca de la altura del dial en que se escuchaba a L. V. 13 y la hora en la que se ejercitaría la transmisión”<sup>25</sup>.

La programación, mientras duró la experiencia estuvo estructurada a partir de música clásica y popular, en vivo y grabada, informativos, servicios a la comunidad y radioteatros. Además de Carlos Mazzuchelli, otros locutores fueron: Juan H. Passini Bonfanti, Manuel Corte y David Aguirre (Montalvetti, 2005).

La vida de LV13 se prolongó hasta comienzos de 1942, año en que se inicia una sucesión de intervenciones nacionales<sup>26</sup> que terminan en 1946. Los vaivenes de la

23 Ibid.

24 La Voz del Norte, 1940, 7 de mayo: 7.

25 La Voz del Norte, 1940, 3 de mayo: 5.

26 Los interventores nacionales de ese periodo fueron, en 1942 Nicolás González Iramáin, Roberto Repetto, Francisco Galíndez; en 1943 Argentino Garriz, Fernando Navarro, Manuel Suiro, Carlos Kunz, Emilio Forcher y el 1945 César Méndez Chavarria.





política impactan directamente sobre la radio que dependía del Estado jujeño, y que además ocupaba como estudios y planta transmisora un espacio en el segundo piso de la casa de gobierno. La situación política impactó sobre la novel emisora y repercutió en su economía, tanto que los locutores organizaron eventos para recaudar fondos y poder sostener la propuesta radial.

### **La radio de Buenos Aires en Jujuy (de 1946 a 1970)**

Entre 1942 y 1946 Jujuy se queda sin emisora local. Recién en el año 1946 se instala LW8, emisora perteneciente a la Red Argentina de Emisoras Splendid S.A. (RADES). Para el diario “Jujuy” el 27 de octubre de 1946 “un acontecimiento por demás auspicioso tiene lugar en el día de hoy, con la inauguración de la emisora L. W. 8 de Jujuy [...] por cuanto indica el progreso que en todos los órdenes se va registrando en la vida jujeña”<sup>27</sup>.

Para los jujeños de la época volver a contar con una radio en ese contexto resultaba ser tenidos en cuenta en la escena nacional por una gran cadena de broadcastings. “La habilitación de esta emisora constituye un paso más en el adelanto de la provincia [...] enviamos nuestro cordial saludo al nuevo colega del aire que se inicia en la vida diaria lugareña [...]”<sup>28</sup>.

La programación del primer día fue la siguiente:

---

<sup>27</sup> Jujuy, 1946, 27 de octubre, p. 6.

<sup>28</sup> Jujuy, ibíd.





9:55 - Iniciación de la transmisión: Marcha Militar.  
10:00 – Cadena Radio Splendid: Boletín informativo.  
10:04 – Informativo local de la oficina de prensa de LW8.  
10:15 – Cantor Rufino Geréz.  
10:25 – Recitador Rodoo Pioli Bouvier.  
10:30 – Variedades selectas, grabaciones.  
10:45 – Música española, grabaciones.  
11:00 – Ritmo de Jazz, grabaciones.  
11:15 – Cancionista Cora Yolanda Lenz.  
11:30 – Conjunto Folclórico Los Changos Humahuaqueños.  
11:45 – Valses célebres, grabaciones.  
11:54 – Cadena Radio Splendid: Boletín Asoc. Radiodifusoras Argentinas.  
12:00 – Cadena Radio Splendid: Boletín informativo.  
12:04 – Audición Club de la Amistad: disertación de la señora de Chagra.  
12:09 – Variedades selectas, grabaciones.  
21:00 – Cadena radio Splendid desde Buenos Aires, especialmente dedicada a la inauguración de LW8. Palabras del Director General de Correos y Telecomunicaciones, doctor Oscar Nicolini. Palabras del Presidente de la Red Argentina de Emisoras Splendid, ingeniero Devoto. Palabras del Gobernador de la Provincia de Jujuy, ingeniero Alberto J. Iturbe.





21:30 – Bendición de la emisora a cargo del Obispo Diocesano Monseñor Enrique L. Muhn. Palabras del Ministro de Gobierno de la Provincia de Jujuy, José H. Martiarena. Palabras del Gerente de LW8, José Alberto Rivera.

21:45 – Actuación del conjunto folclórico del doctor José Torres Aparicio. Recitador José Lozano Muñoz.

22:00 – Profesor Laureano Rodríguez. Conjunto del doctor José Torres Aparicio.

22:30 – Músicaailable por orquestas típicas, grabaciones.

24:00 – Fin de la transmisión. Marcha militar. (Jujuy, 1946, 27 de octubre: 6)

El primer locutor de la emisora fue Carlos Cura, hombre conocido en Jujuy por difundir, de adolescente, en Mateo y con un megáfono las películas de los cines de la época. También supo instalar una pequeña propaladora (o radio poste) en los altos del Hotel Vía Libre (Montalvetti, 2005) que se hallaba frente a la estación del ferrocarril.

Si bien LW8 fue oficializada el domingo 27 de octubre de 1946, el festival inaugural se realizó el 11 de noviembre de ese año en los salones de la Sociedad Española.

Un mes antes de su apertura, la radio convocó por medio de los diarios a los artistas, comerciantes y periodistas locales. A los artistas los invitaba “a todas aquellas personas que sientan alguna inquietud artística o cultural, a colaborar en las audiciones que se están programando [...]. Si se tratara de aficionados poseedores de algún arte vocal, instrumental, declamatorio, etc. deberá pedir hora por teléfono (al





781) para ser escuchado”<sup>29</sup>. A los comerciantes les decía “[...] estando esta Emisora preparando sus programas para salir al éter, tiene sumo placer en ofrecer al comercio en general de Jujuy, espacios para PROPAGANDA”<sup>30</sup>. Durante los primeros años de funcionamiento, esta radio comercial, se sostuvo vendiendo espacios publicitarios con una tarifa que cubría el rango entre \$0,35 y \$10.000. Los primeros auspiciantes fueron “[...] Zarif Hermanos, Panadería Labarta, Mueblería Vinograd, De Miguel Hermanos, Juan García Rubio, Antonio Taibo, Mueblería Pedicone, Peluquería y Casa de Peinados para Damas Roberto, Conservatorio Ivanisevich, Módena y Cía., Sastrería Barrau, Pérez de Arenaza y Cía., Casa Yécora, Ágnel Marciani, Casa Mesples, Fiad y Cía., Manuel Oliveira [...]”<sup>31</sup> y otros que se fueron sumando con el paso del tiempo.

Y a los periodistas les proponía “esta Emisora, en su afán de servir al pueblo jujeño, tendrá en sus programas diarios, un espacio dedicado a cada Departamento o centros poblados de la Provincia, que se llamará El Diario Oral de Jujuy donde se darán noticias locales y de interés general, para cuyos fines pide a todos los que deseen colaborar remitiendo informaciones para este fin, lo hagan a la Sección Prensa de esta Emisora”<sup>32</sup>.

La emisora fue instalada en calle Ramírez de Velazco N° 253 y su teléfono era el 781. Según relata Ramón “Rudy” Casas, uno de los primeros locutores de la emisora, “[...] no teníamos campo de antena [...], estaba puesta en una casona más vieja que

29 La Opinión, 1940, 26 de septiembre, p 1.

30 La Opinión, ibíd.

31 Crónica, 1946, 28 de octubre, p. 1

32 La Opinión, ibíd.





tenía un patio grande en la vereda de enfrente de la misma radio en la Ramírez de Velazco [...]”<sup>33</sup>. En la memoria de Casas, el periodo de LW8 bajo la tutela de RADES no fue mayor a cinco años para pasar a depender luego de la red de radio El Mundo, también de Buenos Aires.

José A. Rivera fue el primer director-gerente de LW8 de Jujuy. Se trataba de un hombre extrovertido y con una veta artística, que en una entrevista concedida al diario jujeño *Crónica*, hizo que lo catalogaran de esteta. Rivera sabía de la necesidad gubernamental de difundir la cultura de la provincia con fines de promoción turística, tal vez por eso apenas llegado a Jujuy se encargó de alimentar esperanzas; “[...] deseo hacer obra cultural y quiero hacer conocer en el país las semblanzas de esta tierra tan rica en tradiciones espirituales legendarias, donde todavía se mantiene el ambiente incontaminado de la influencia exóticas de la nueva sensibilidad que deforma y desnaturaliza la luz fisonómica de la idiosincrasia nativa”<sup>34</sup>.

En ningún momento de la entrevista explicita los fines comerciales de la Cadena RADES, se preocupa por marcar el supuesto sesgo nativo que le dará a la radio, “[...] he venido pues a trabajar por la cultura estética jujeña, a darla a conocer tal cual es, por lo que mis colaboradores, el cuerpo de mis asesores, estará integrado por jujeños, pues yo y el técnico (sic) seremos los únicos con carta de ciudadanía porteña [...]”.

La entrevista está cargada de adjetivaciones y se percibe cierta demagogia por parte de Rivera, pero que le sirve para que el periodista valore la propuesta foránea

33 Entrevista del autor a Ramón “Rudy” Casas, 19 de octubre de 2008.

34 *Crónica*, 1946, 1 de septiembre, p. 1.





a partir de prometer la participación jujeña en la programación. “Sabe que en Jujuy no hay profesionales de la música nativa y no ignora que los que la cultivan son aficionados, y la mayoría sin técnica ni escuela, pero el mérito de los nativos reside en las exteriorizaciones, en el caudal emotivo que dilatan”. La nota remata pidiendo la participación nativa en los espacios de la radio, convencido que “la Radio Splendid L.W. 8 – Jujuy, está pues, llamada a ser la institución cultural que ha de sacar del olvido la preciosa herencia de un pasado remoto, rico en matices estéticos y que si todavía se conservan, es gracias a la ley del atavismo que en este caso es símbolo germinal de argentinidad”<sup>35</sup>.

Sin embargo, poder contar con equipos transmisores industrializados y no artesanales como los de la anterior LV13, constituía todo un avance para los jujeños que comenzaban a valorar la calidad del sonido y el pasaje a la profesionalidad de la programación. “Ha dejado entre todo el público de esta ciudad, una buena impresión la emisora inaugurada. Su tono, su claridad, la emisión vocal del locutor y de las personas que se enfrentan al micrófono y la ausencia de todo ruido parásito [...]”<sup>36</sup>.

Tan asombrados de la nueva tecnología estaban que trasladaban al terreno radiofónico la histórica rivalidad con la vecina provincia de Salta<sup>37</sup>: “Radio Jujuy se

35 *Ibíd.*

36 *Crónica*, 1946, 28 de octubre, *op.cit.*

37 Para Brunet y Burgos (2001), esta oposición de los jujeños a los salteños es constructora de identidad y se puede “leer” en ámbitos tan diversos como la política o el fútbol. Para los autores, la rivalidad puede rastrearse hasta el año 1834 “cuando Jujuy se proclamó provincia autónoma, rompiendo los lazos políticos que la unían con Salta” (p. 37). Se trataría de la perdurabilidad de “lazos segmentarios” que mantenían pueblos preindustrializados compitiendo como oponentes por la subsistencia, para pasar luego a tener que convivir con “lazos funcionales” impuestos por la nación cohesionadora donde cada provincia aporta lo suyo al Estado nacional. Brunet y Burgos sostienen que la





ha presentado con mejor prestancia que la difusora de Salta, la cual tiene programas precarios y deficiente nitidez en su sonoridad”<sup>38</sup>.

En 1948 Radio Splendid es expropiada por el gobierno nacional y pasó a integral la Comisión Administradora de Emisoras Comerciales y de Televisión, funcionando por otro como reproductora de parte de la programación de Radio El Mundo.

### **El Radio Club (de 1950 a nuestros días)**

Tal vez habría que abrir un paréntesis para desarrollar la historia del Radio Club Jujuy, pues ya no se trata de comunicación masiva unidireccional, sino de intercambio de técnicos aficionados, en sistemas interactivos punto a punto. Es decir más cercanos a la telegrafía que a la radiodifusión. Sin embargo considero que para este trabajo académico resultará útil detenernos brevemente aquí.

Si bien por 1950 hacía tiempo que había concluido la experiencia de LV13 Radio Provincia de Jujuy, su mentor, Mario Caballero Fascio aún seguía siendo un referente en materia de comunicaciones eléctricas en Jujuy y radioaficionado (cuya señal distintiva era LU7TA<sup>39</sup>). Él, junto a otros aficionados entre los que se encontraban Néstor Zenarruza, Arturo Easlade, Enrique Brandán, Antonio G. López, Fernando Delgado, Maximiliano Busti, Álvaro Cuellar, Asencio Sánchez, Jorge González López,

---

diferenciación y rivalidad entre jujeños y salteños en el terreno simbólico (y a veces no tanto) se inscribe en un contexto de enfrentamientos territoriales, étnicos y políticos.

38 *Ibíd.*

39 Comunicación personal de Enrique Belaunde con el autor.





Enrique Martínez y otros, comenzaron a reunirse en la Escuela de Educación Técnica N° 1 “Escolástico Zegada”, y luego de algunos encuentros dieron nacimiento al Radio Club Jujuy, LU4TC, el 29 de julio de 1950. Su primer Presidente fue Mario Caballero Fascio.

La sede del Radio Club fue nómada por mucho tiempo hasta que el gobierno de la provincia les donó un terreno en la esquina de Alberdi e Independencia.

También en 1950 se crea la Dirección de Comunicaciones de la provincia de Jujuy.

### **Las propaladoras (de 1952 a 1976)**

Las propaladoras<sup>40</sup> (o radio poste) en la provincia de Jujuy tuvieron su desarrollo y auge entre las décadas de 1950 y 1960, pero algunas se extendieron hasta la intervención militar de las comunas que las autorizaban a funcionar en 1976 con la última dictadura militar.

En general se trató de iniciativas con un alto potencial generador de experiencia, recursos humanos y capitales luego invertidos nuevamente en el sistema mediático jujeño.

Los casos que se estudian en este trabajo son tres que considero representativos de la provincia, dos en la zona denominada El Ramal jujeño, zona de Valles donde se destacan los departamentos de San Pedro y Ledesma, y uno de ciudad capital de la provincia, San Salvador de Jujuy.

40 Se denomina propaladora al sistema de audio montado por medio de cables y altavoces distribuidos en postes de alumbrado y troncos de árboles que difunde señal de audio desde un estudio de transmisión similar a de una radio. Comunimente se encontraba en pueblos y ciudades pequeñas.





En la ciudad de Libertador General San Martín, departamento Ledesma se dio el caso de la propaladora City Publicidad. En la ciudad de San Pedro de Jujuy en el departamento San Pedro se gestó el caso de Walber Publicidad y en la capital provincial se consolidó la experiencia de CARF Publicidad.

En principio, los tres medios se erigieron como propuestas discursivas locales sostenidas por el ingreso publicitario. Los casos de City y Walber fueron de mayor relevancia para sus públicos en función de la escasa posibilidad de acceder a otros medios, dada la ubicación geográfica, cuya distancia dificultaba la recepción de la emisora capitalina de amplitud modulada (AM).

Por otro lado, la evolución de CARF en San Salvador, capital de la provincia de Jujuy, permitió a su fundador insertarse en la sociedad que instalaría el primer canal de televisión de la provincia de Jujuy.

En su mayoría, los capitales y recursos humanos generados en las propaladoras de pueblo, fueron luego aportados a la fundación de canales de televisión y emisoras radiales.

### **La radio comercial jujeña (de 1970 a nuestros días)**

Por el Acuerdo N° 30 del 13 de junio de 1967, modificado por los Acuerdos posteriores N° 47 y 63 del mismo año, el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONART) llamó a concurso público para adjudicar licencias de estaciones de radiodifusión en Capital Federal (ubicada en Buenos Aires) y en ciudades del resto del país.





Es así que en Jujuy se licita una frecuencia de radio para la explotación comercial con la señal distintiva ya existente de LW8. La licencia es concedida a la Sociedad Radio Visión Jujuy S. A. (por entonces con 22 socios, el principal era propietario de la propaladora Carf Publicidad) mediante el decreto N° 7482 del 27 de noviembre de 1968, que ya se había hecho de la licencia de la estación de televisión local LW80.

Entonces, la emisora LW8 que venía funcionando y estaba a cargo de la Comisión Administradora de Emisoras Comerciales y de Televisión desde 1948, pasa a denominarse LW6 temporalmente.

José Ramón Casas, locutor de aquella emisora relata “[...] entonces en ese momento ellos empiezan a utilizar la sigla LW8. Y para nosotros poder continuar un año más, en vez de LW8 nos ponen LW6 y en ese periodo chico vuelve a ser de [la cadena] Splendid. Eran circunstancia políticas [...]”<sup>41</sup>.

El 28 de abril de 1970 la vieja LW8 pasa a denominarse LW6, y en diario Pregón, pedía “Tome nota! Desde hoy LW6 Radio Jujuy de la Red Azul y Blanca de Emisoras Argentinas en su nueva frecuencia: 830 Kilociclos”<sup>42</sup>.

Mientras tanto, la inauguración oficial de LW8 en 630 Kcs de la empresa Radio Visión Jujuy se concretó el 6 de junio de 1970. El slogan era “Su nuevo radio de acción”.

Más tarde, el 1 de agosto de 1971, aquella LW6 producto del desplazamiento por la llegada de la frecuencia comercial, mutará a LRA 22 Radio Nacional Jujuy,

---

41 Entrevista del autor con José Ramón “Rudy” Casas, 9 de octubre de 2008.

42 1970, 28 de abril, p. 2





ubicándose en el 790 Khz del dial y formando parte del Sistema Nacional de Radiodifusión.

### **A modo de cierre**

Este travelling por la historia de la radio en la provincia de Jujuy aporta datos sobre las particularidades de la radio en el norte argentino, atravesada por contextos de periferia que repercuten en lo económico, social, cultural y político en una zona de frontera.

Los momentos en los que nos detuvimos a describir la historia de la radio en la provincia de Jujuy, ayudan a organizar el conocimiento que aún es escaso para luego problematizar su abordaje.

Estas líneas pueden servir para disparar nuevas preguntas, profundizar los estudios sobre la historia de los medios en la región y ayudar a relatar la historia más reciente de las emisoras de frecuencia modulada, además de mantenernos alertas para ir tomando nota de la veloz modificación del mapa mediático (al menos en Argentina) a partir de la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (ley N° 26533).

### **Referências**

ABÁN, Leopoldo. *Itinerario Cronológico de Jujuy (desde 1561 a 1969)*. Jujuy, Argentina: edición del autor, 1988.





BELAUNDE, Enrique R. *Retratos del siglo que pasó*. Jujuy, Argentina: edición del autor, 2004.

BONFANTI, Francisco. *Piedra basal de la fundación de San Pedro*. Salta, Argentina: Stampa Impresiones, 2009.

BRAVO, Enrique. *Señoras y Señores... la radio está en el aire*. Buenos Aires, Argentina: C&R ediciones, 1998.

BRENCA DE RÚSSOVICH, R.; LACROIX, M. L. Radio y Poder en la Argentina 1920-1953 (Notas para una historia de la radio en la Argentina). *Cuaderno de Periodismo N° 1 FCS UNLZ*, 1995.

BRUNET, Marcelo; BURGOS, Ramón. Los cantos en el fútbol: el caso de Gimnasia y Esgrima de Jujuy. En Aisenstein, Ángela, Di Giano, Roberto, Frydenberg, Julio y Guterman, Tulio (comps.). *Estudios sobre deporte* (pp. 33-43). Buenos Aires: Libros del Rojas. UBA, 2001.

CONTI, Viviana. “Repetidas crisis. Jujuy, una provincia con fuertes desigualdades”. En *Atlas total de la República Argentina: Jujuy. Tomo 14* (pp. 24-31). Buenos Aires. Arte Gráfico Editorial Argentino, 2008.





GALLO, Ricardo. *La Radio. Ese mundo tan sonoro*. (Tomo 1. Los años olvidados). Buenos Aires, Argentina: Ed. Corregidor, 1991.

\_\_\_\_\_. *La Radio. Ese mundo tan sonoro*. (Tomo 2. Los años 30). Buenos Aires, Argentina: Ed. Corregidor, 2001.

MATALLANA, Andrea. *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros, 2006.

MONTALVETTI, Martha. *Una larga historia, Jujuy, su gente*. Jujuy, Argentina: Editorial Milor, 2005.

PALEARI, Antonio. *Jujuy. Diccionario General*. Jujuy, Argentina: Ed. Gobierno de Jujuy, 1992.

PAZ, Gustavo L.. “La Provincia en la Nación. La Nación en la Provincia”. En Teruel, Ana y Lagos, Marcelo (directores). *Jujuy en la historia. De la colonia al siglo XX*. (pp. 139-183) Jujuy: EdiUNJu, 2007.

ULANOVSKY, Carlos *et al.* *Estamos en el aire. Una historia de la televisión en la Argentina*. Buenos Aires: Planeta, 1999.





## Hemerografía

Una broadcasting para Jujuy. (1939, 29 de diciembre). *La Voz del Norte*, p. 8.

Se gestiona instalar una Broadcasting en Jujuy. El gobernador Dr. Buitrago se interesa por esa iniciativa. (1939, 29 de diciembre). *La Voz del Norte*, p. 6.

Esta tarde inicia la broadcasting de Jujuy L.V. 13. sus transmisiones experimentales. (1940, 30 de abril). *La Voz del Norte*, p. 5.

La Broadcasting jujeña L.V. 13 transmitirá los actos de hoy. (1940, 1 de mayo). *La Voz del Norte*, p. 5.

Discurso del doctor Bertrés ante la Legislatura reunida en Asamblea. (1940, 3 de mayo). *Crónica*, pp. 1 y 4.

Tuvo proyecciones apoteósicas la asunción del mando por el Dr. Raúl Bertrés. (1940, 3 de mayo). *El Radical*, pp. 1 y 5.

Resultó un espectáculo grandioso la asunción del mando de la provincia por el Dr. Raúl Bertrés e Ing. Pasquini. (1940, 3 de mayo). *La Voz del Norte*, p. 1.





Fueron satisfactorias las pruebas efectuadas por L.V. 13. (1940, 3 de mayo). *La Voz del Norte*, p. 5.

Un noticioso por L.V. 13. (1940, 7 de mayo). *La Voz del Norte*, p. 7.

Radio LW8 de Jujuy al servicio de Jujuy. (1946, 26 de septiembre). *La Opinión*, p. 1.

Inicia sus actividades la emisora L. W. 8. (1946, 27 de octubre). *Jujuy*, p. 6.

L. W. 8 Radio Jujuy. (1946, 25 de octubre). *La Opinión*, p. 3.

La radio local. (1946, 1 de octubre). *La Opinión*, p. 3.

La Red Argentina de Emisoras Splendid S. A. (RADES). (1946, 25 de octubre). *La Opinión*, p. 7.

La Red Argentina de Emisoras Splendid. (1946, 22 de octubre). *Jujuy*, p. 3.

La Radio L. W. 8 – Jujuy de la Red de Emisoras Splendid. (1946, 1 de septiembre). *Crónica*, p. 1.





Estuvo en el Aire L. W. 8 Radio “Jujuy”. (1946, 28 de octubre). *Crónica*, p. 1.

Próximamente se inaugurarán las Termas de Reyes. (1937, 12 de junio). *El Día*, p. 2.

Ya quedaron inauguradas las Termas de Reyes. (1937, 28 de junio). *El Día*, p. 2.

Un micro ómnibus en Jujuy. (1937, 16 de junio). *El Día*, p. 4.

La estación de radio de la “Panagra” en nuestro Aeródromo. (1937, 4 de junio). *El Día*, p. 1.

La estación de Radio de la Panagra en nuestro Aeródromo va a ser inaugurada. (1937, 19 de junio). *El Día*, p. 1.

En el día de ayer quedó inaugurada la Estación de Radio de la “Panagra” en nuestro Aeródromo. (1937, 15 de julio). *El Día*, p. 1.

Tome Nota!. (1970, 28 de abril). *Pregón*, p. 2.

Su nuevo Radio de acción (1970, 5 de junio), *Pregón*, p.5.





Desde hoy en el aire la nueva radio local (1970, 6 de junio), *Pregón*, p. 7.

Progreso (1970, 6 de junio), *Pregón*, p. 6.





## *Parte 3*

---







## Apresentação Parte 3

Chegamos a terceira e última parte de *Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos memoráveis*. Em *Reflexões acerca da relação entre História, Memória e Mídia*, como a denominamos, você, leitor, encontrará cinco artigos, de autores preocupados em não apenas estabelecer relações entre história, mídia e memória, mas também em refletir em como isso se dá na mídia e em como essa conexão tem efeitos na sociedade.

Assim, essa parte de número três têm início com o artigo “Teorias da Publicidade na América Latina: a perspectiva da recepção em Eliseo Verón”, de Rodolfo Londero, que tem como objetivo apresentar e discutir, como o próprio título indica, as teorias de Eliseo Verón, sobretudo a partir dos textos desse teórico que versam sobre a recepção. Dessa forma, em seu artigo, Londero discorre acerca das dificuldades e dos limites da problemática da recepção, bem como questiona a pertinência metodológica da classificação sugerida por Verón.

Na sequência, Cláudia Herte de Moraes, em “Acesso aos bens culturais, diversidade cultural e políticas públicas”, discorre sobre a importância da inclusão cultural, da democratização do acesso aos bens culturais e à formação cultural dos jovens brasileiros. Para a autora, ao estudar a relação entre Comunicação, Educação e Cultura têm-se a possibilidade de verificar que os produtos culturais são resultantes de inúmeras variáveis, mas essencialmente possibilita-se recolocar a questão da esfera de produção/consumo, itens indissociáveis de um mesmo fenômeno. Assim, acredita





Cláudia, o acesso democratizado aos bens culturais deve ser entendido como forma de desenvolvimento social.

Preocupações que também perpassam a reflexão de número três: “Educação e Comunicação nos movimentos sociais rurais”. Seu autor, Emerson dos Santos Dias, depois de quase uma década coletando dados e pesquisando o processo de formação dos jovens do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), percebeu que a interação entre três frentes usadas pelo grupo (impor-se no cenário socioeconômico nacional e internacional, desenvolver projetos paralelos às ações da linha de frente e expor deficiências do Estado em outras áreas) resulta no avanço da mobilização social dentro de arenas públicas que extrapolam a reivindicação pela reforma agrária apenas. Uma breve análise sobre este processo histórico está concentrado neste artigo, que trata do conflito – seja ele físico, social ou político quando destacado na mídia –, mas, principalmente, do sistema educacional próprio como tática eficiente para estabelecer e ampliar a comunicação e a difusão (interna e externa) dos preceitos e objetivos dos sem-terra.

Já as argentinas Alejandra Garcia Vargas e Patria Román-Velásquez partem das chamadas ‘comemorações do bicentenário da Independência’ de vários países latinos. em 2010. Fato histórico definido, as autoras recorrem aos estudos culturais para discutir o papel das cidades na vida contemporânea e como a mídia discorre sobre isso. Termos como culturas híbridas e mediações são utilizados em “Estudos Culturais Urbanos na América Latina: comunicação, cidade e política: para discutir espaços urbanos (e suas ocupações ao longo do tempo).





Por fim, apresentamos uma nova discussão de Emerson dos Santos Dias, intitulada “O relato como notícia e história: a relação entre moradores e Tenentistas durante a ocupação de Foz do Iguaçu”. Neste texto, o autor parte de algumas premissas – como a de que a Coluna Prestes foi um marco entre as grandes mobilizações nacionais e a de que os rebeldes percorreram 25 mil quilômetros pelo Brasil e também dentro de países vizinhos – para mostrar que, no entanto, o grupo tomou forma a partir da união de forças da Divisão do Rio Grande com a Coluna Paulista, ocorrida na região de Foz do Iguaçu, conhecida como “Tríplice Fronteira”. A partir daí, Emerson procura evidenciar o processo de fusão dos movimentos paulista e gaúcho a partir da memória dos moradores de Foz e região, registrada em jornais locais, entre setembro de 1924 e abril de 1925.

Nossa “conversas contemporâneas em comunicação”, título da coleção de coletâneas organizadas e lançadas por membros do Grupo de Estudos Conversas Latinas em Comunicação”, por hoje, fica por aqui. Mas, certamente, novas conversas já estão se estabelecendo e, assim, encaminhando novas reflexões. Debates de idéias que farão parte de novas coletâneas. Nos encontramos em outro e-book ou livro. Até lá!

Os organizadores







## Teorias da publicidade na América Latina: a perspectiva da recepção em Eliseo Verón

Rodolfo Rorato Londero

“Ora, os pesquisadores ‘acadêmicos’ se interessam pouco pela publicidade” (VERÓN, 2004a, p. 272) – é assim que Eliseo Verón conclui “A publicidade ou os mistérios da recepção” (1994), artigo que tomaremos aqui como base das reflexões do autor sobre publicidade e recepção. E os poucos pesquisadores que se interessam pela publicidade muitas vezes compartilham daquilo que Quesnel denomina acertadamente como “publifobia”:

Culpados ou não, os publicitários procuram juízes que sejam justos, mas só encontram acusadores. Do lado dos intelectuais, de Toynbee a Marcuse e de Valéry a Sauvy, passando por Galbraith, Etienne, Henri Lefebvre, Serge Tchakhotine, Vance Packard e Jacques Ellul, filósofos, sociólogos, economistas, historiadores, moralistas, professores e jornalistas denunciam à profia a publicidade, máquina de lavagem cerebral, empresa de imbecilização e de embrutecimento das massas (QUESNEL, 1974, p. 80).

A título de exemplo, podemos acrescentar entre os acusadores Haug: se “o capitalismo necessita radicalmente do mundo das aparências” (HAUG, 1997, p. 70),





como afirma em *Crítica da estética da mercadoria* (1971), é porque a base do capitalismo é o valor de troca, e não o valor de uso; a aparência torna-se então o principal elemento para incrementar o valor de troca das mercadorias, e a publicidade a principal técnica para esta empreitada. Ao contrário dos acusadores, entretanto, existem aqueles que entendem a publicidade somente enquanto funções: para Colley, por exemplo, a publicidade desempenha sete funções: (1) liderança econômica; (2) antagonismo comercial; (3) incentivo; (4) criar hábitos; (5) inovação; (6) informação; e (7) expansão do consumo (QUESNEL, 1974, p. 82-83).

Certamente Verón encontra-se distante destas duas abordagens: ao introduzir o estruturalismo na Argentina nos anos 1960-70 – é o tradutor da primeira edição espanhola de *Antropologia estrutural* (1958) de Lévi-Strauss –, ele tanto se posiciona “contrário à pesquisa engajada e metodologicamente frágil que se fazia na América Latina” quanto se prepara “para causar polêmica na Argentina, onde o funcionalismo era a abordagem sociológica dominante” (DALLA COSTA; MACHADO; SIQUEIRA, 2006, p.67). Também é “um dos precursores da pesquisa de recepção” na América Latina (DALLA COSTA; MACHADO; SIQUEIRA, 2006, p.70): em balanço sobre os problemas da recepção na Argentina, Grimson e Varela indicam a instância do reconhecimento, termo que Verón (2004b, p.216) prefere ao invés de recepção, como “uma das articulações teóricas mais sistemáticas e originais no campo, tanto na Argentina como na América Latina” (GRIMSON; VARELA *apud* JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p.75). Nos anos 1980-90, quando “passou a ser solicitado





por empresas que desejavam conhecer mais a fundo os modos como seus produtos eram recebidos pelos consumidores potenciais”, Verón “começou a elaborar, então, modelos semiológicos para a descrição das formas dos produtos que seriam anunciados pela publicidade” (DALLA COSTA; MACHADO; SIQUEIRA, 2006, p.72). É esta contribuição tardia de Verón que nos interessa aqui<sup>1</sup>, principalmente os artigos compilados na terceira parte de *Fragmentos de um tecido* (2004), mais recente livro do autor lançado no Brasil.

Para situar historicamente as contribuições teóricas de Verón a respeito dos problemas da recepção, uma primeira pergunta se faz necessária: quais são as relações entre suas abordagens e as tradições internacionais? Em *Comunicação e recepção* (2005), Jacks e Escosteguy recorrem ao conhecido artigo de Jensen e Rosengren para indicarem cinco tradições internacionais sobre os problemas da recepção: *pesquisa dos efeitos, usos e gratificações, crítica literária, estudos culturais e análise da recepção* (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 20). As autoras também citam que estas tradições são divididas em dois tipos: “as teorias de tipo sociológico vem sendo desenvolvidas principalmente pela pesquisa dos efeitos e pela dos usos e gratificações e as de tipo humanístico derivam mais dos estudos culturais e da crítica literária” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 20). Esta divisão é satisfatória principalmente se consideramos o primeiro tipo, pois ainda que existam diferenças entre as abordagens behavioristas inaugurais da pesquisa dos efeitos e os estudos sobre usos e gratificações, ambas se baseiam no mesmo modelo de comunicação, predominante entre os sociólogos norte-americanos da *Mass*

---

1 Para um balanço geral da trajetória intelectual de Verón, ver Gonçalves (1996).





*Communication Research*: o modelo da Teoria Matemática da Comunicação (ARAÚJO, 2001, p. 121). Proposto originalmente por Shannon e Weaver, o modelo se faz presente nas cinco perguntas de Lasswell que definem o processo comunicativo: “Quem diz o quê, em que canal, para quem e com que efeito?” (LASSWELL, 1977, p. 103). Segundo Rüdiger, ao estabelecer o emissor como ponto de partida e o receptor como ponto de chegada, o modelo privilegia os processos comunicativos que “têm como objetivo obter uma dada reação ou conduta das pessoas” (RÜDIGER, 2003, p. 23), ou seja, os processos que buscam efeitos. Embora os estudos sobre usos e gratificações afirmem que “os meios de comunicação de massa são eficazes se o receptor lhes atribui essa eficácia” (WOLF, 2003, p. 60), deslocando o receptor para a dianteira do processo comunicativo, eles não escapam das limitações do modelo referido, tratando-se ainda de processos que buscam efeitos. Neste sentido, os estudos sobre usos e gratificações também são pesquisas dos efeitos, apesar de inverterem as perguntas originais de Lasswell: “Quem usa qual mídia, sob quais circunstâncias, por quais razões e com quais efeitos?” (ROSENGREN *apud* MARTINO, 2009, p. 189). Ou como afirmam Jacks e Escosteguy, a pesquisa dos efeitos e a dos usos e gratificações “fazem parte de uma mesma tradição teórica, associada ao paradigma funcionalista, embora haja uma mudança no entendimento da atividade do receptor na última tendência” (JACKS; ESCOSTEGUY, p. 102).

Se as duas primeiras tradições sobre os problemas da recepção compõem, *grasso modo*, a meta-tradição dos efeitos, então quais as relações entre as abordagens de Verón





e esta meta-tradição? No parágrafo inicial de “Quando ler é fazer” (1984), Verón cita três gerações da semiologia: a primeira geração (anos 1960), centrada exclusivamente no texto, ou melhor, no sentido conotativo do texto, portanto *imanentista*; a segunda geração (anos 1970), enfocada não no sentido, mas na produção do sentido; e a terceira geração (anos 1980), localizada não na produção do sentido, mas na “consumação” do sentido, ou seja, nos “efeitos do sentido” (VERÓN, 2004b, p. 215-216). É claro que, ao contrário das tradições até então referidas, a disciplina-base de Verón é a semiologia, portanto cabendo a seguinte questão: “O estudo dos efeitos faz, ou não, parte do campo da semiologia?” (VERÓN, 2004b, p. 237).

[...] se o semiólogo ‘deixa os efeitos para os outros’, isso implica um corte bizarro da realidade. Na verdade, haverá uma causalidade significativa? Eu acredito nisso. Neste caso, haveria um especialista das causas (o semiólogo) que não poderia interrogar-se sobre os efeitos e especialistas dos efeitos (os outros) que não teriam nada a saber sobre as causas. Esta situação, esta estranha distribuição de competências, resulta no que Roland Barthes denunciou há muito tempo: os que se ocupam dos efeitos das mensagens sem interrogar-se sobre a natureza das causas são inevitavelmente levados a naturalizar o signo (VERÓN, 2004b, p. 238).

Ao propor o estudo dos efeitos como campo da semiologia, Verón consegue superar o impasse pós-estruturalista inaugurado pela famosa sentença derridiana “não há nada fora do texto”: o significante não remete ao significado, mas a outros significantes. Na ilustração de Martino, “no dicionário Michaelis, por exemplo, a





palavra ‘gato’ é explicada por outras 464 palavras. É de se pensar que cada uma dessas palavras seja explicada por outro número grande de expressões. (...) Os sentidos são constituídos a partir de outros sentidos” (MARTINO, 2009, p. 225-226). Anderson denuncia isto como *atenuação da verdade*, onde a linguagem forma “[...] um sistema puro e simples de significantes flutuantes, sem absolutamente nenhuma relação determinável com qualquer referente extralingüístico” (ANDERSON, 1984, p. 53). Esta ausência de “qualquer referente extralingüístico” é o que Verón acusa de “corte bizarro da realidade”. Ou o que Sfez (2007) chama de tautismo, aglutinação entre tautologia e autismo: o significante é o significante (tautologia) e não há nada além do significante (autismo).

Ao denunciar a naturalização do signo por aqueles que apenas se ocupam dos efeitos das mensagens, como os sociólogos norte-americanos da *Mass Communication Research*, Verón também demonstra como o sentido precede o efeito: sobre o comportamento de compra como *preferência*, o autor afirma em “Imprensa escrita e teoria dos discursos sociais” (1988) que

a preferência opera em um campo de oferta determinado (a “zona de concorrência direta”), ela é, portanto, mais ou menos consciente, mais ou menos explícita, mais ou menos refletida, mas *inteiramente opaca* em relação aos mecanismos significantes que a criam (VERÓN, 2004c, p. 253; grifo do autor).





A preferência nada diz sobre os sentidos que originam esta preferência. Isto leva a Verón (2004c, p. 253-255) concluir que as atuais pesquisas de mercado, sejam elas a tradicional “análise e interpretação de dados quantitativos de enquete” ou os estudos qualitativos “inspirados pela maior parte da psicologia social das motivações”, são ineficazes.

Se a divisão das tradições em tipo sociológico e tipo humanístico é adequada para o primeiro tipo, pois abarca tradições que compartilham os estudos dos efeitos, a mesma não é para o segundo tipo, já que envolve tradições pautadas muitas vezes por metodologias díspares (análise textual na crítica literária, etnografia da audiência nos estudos culturais). Entretanto, tanto a crítica literária quanto os estudos culturais concordam em suas críticas às tradições de tipo sociológico, principalmente ao modelo predominante já referido<sup>2</sup>. A respeito da crítica literária, em seu *Tratado geral de semiótica* (1975), Eco adiciona ao final do modelo, logo após o destinatário, o “texto interpretado” (ECO, 2000, p. 221), ou seja, a mensagem decodificada a partir dos códigos e subcódigos selecionados pelo destinatário. Percebemos neste pequeno acréscimo o papel participante que Eco atribui ao destinatário no processo comunicativo: ao invés de ocupar a etapa final do processo, sendo o *alvo* do emissor, o receptor *coopera* com o emissor para atingir o novo *alvo*, o texto interpretado. Usamos o verbo “cooperar”, pois é disto que Eco trata em *Lector in fabula* (1979), obra citada

2 No caso dos estudos culturais, podemos adiantar as críticas inventariadas por Hall: “Esse modelo tem sido criticado pela sua linearidade – emissor/mensagem/receptor; por sua concentração no nível da troca de mensagens; e pela ausência de uma concepção estruturada dos diferentes momentos enquanto complexa estrutura de relações” (HALL, 2003a, p. 387).





por Verón em “As mídias na recepção” (1991). Na verdade, ao se referir ao “interesse crescente pelos problemas da recepção” nas “ciências da comunicação” dos anos 1970 e 1980, Verón critica que, “sob o manto tanto da fenomenologia (Iser) como da semiótica (Eco), as ‘teorias da recepção’ evitaram com a maior frequência uma pesquisa sobre o que fazem concretamente os receptores de um discurso” (VERÓN, 2004d, p. 273). Segundo Verón, tanto Eco quanto Iser, ambos inseridos na tradição da crítica literária, interessam-se pelo “receptor virtual”, pelas “estruturas enunciativas que constroem o destinatário (ou os destinatários) *pré-visto(s)*” pelo autor, portanto por uma análise “que não constitui de modo algum uma problemática da recepção” (VERÓN, 2004d, p. 273). Especificamente sobre Eco, Verón afirma que “Eco não estuda a recepção, estuda o modelo de leitor abstrato tal como aparece no texto e isso não é estudar a recepção” (VERÓN *apud* GONÇALVES, 1996, p. 154). Isto é patente na definição de *cooperação textual* que Eco apresenta na obra supracitada:

Antes de mais nada, como cooperação textual não se deve entender a atualização das intenções do sujeito empírico da enunciação, mas as intenções virtualmente contidas no enunciado. (...) A cooperação textual é fenômeno que se realiza, repetimo-lo, entre duas estratégias discursivas e não entre dois sujeitos individuais (ECO, 1986, p. 46).

O objetivo não é o “sujeito empírico”, mas as intenções potencialmente derivadas do enunciado. Sendo assim, as estratégias discursivas são a do Autor-Modelo e a do Leitor-Modelo. Trata-se, portanto, não apenas de receptor virtual, mas também





de emissor virtual. Esta centralidade do texto também está presente em Iser, em sua obra igualmente citada por Verón, *O ato da leitura* (1976): “Como atividade comandada pelo texto, a leitura une o processamento do texto ao efeito sobre o leitor” (ISER, 2001, 83).

Notamos até então que as contribuições de Verón em relação à tradição da crítica literária são de ordem crítica, mas isto não impede de identificarmos semelhanças conceituais entre Verón e os autores citados. Eco, por exemplo, afirma categoricamente que “*a competência do destinatário não é necessariamente a do emitente*” (ECO, 1986, p. 38; grifo do autor). Iser, em um passo a mais, demonstra como esta assimetria entre emissor e receptor é o motor do processo comunicativo: “Do mesmo modo, são os vazios, a assimetria fundamental entre texto e leitor que originam a comunicação no processo da leitura”, pois “o vazio mobiliza representações projetivas” por parte do leitor (ISER, 2001, p. 88). Tudo isto remete ao conceito veroniano de *circulação* que “se define como a defasagem, num dado momento, entre as condições de produção do discurso e a leitura feita na recepção” (VERÓN, 2004e, p. 53). O termo “circulação” é bem apropriado, pois se trata tanto das prospecções que o emissor faz do receptor quanto das projeções que o receptor faz do emissor. É por isso que, para Verón, “não se trata de ‘estudar a recepção’; é a *articulação* entre produção e recepção dos discursos a questão fundamental” (VERÓN, 2004d, p. 274).

Devemos entender, entretanto, que a defasagem entre produção e recepção não nos permite pensar em “possibilidades de interpretação mais ou menos ‘aberrantes’”, como propõe Eco (1986, p. 39). Para Eco, são estas possibilidades aberrantes que





levam o autor a prever “um Leitor-Modelo capaz de cooperar para a atualização textual como ele, o autor, pensava, e de movimentar-se interpretativamente conforme ele se movimentou gerativamente” (ECO, 1986, p. 39). Em primeiro lugar, como nos mostra Verón, não se trata de estudar o processo comunicativo em etapas diacrônicas e separadas (primeiro o movimento gerativo/produção, depois o interpretativo/recepção), mas de forma articulada. Em segundo lugar, a interpretação é aberrante somente do ponto de vista do emissor. O próprio Eco reconhece isto, ainda que não abandone o adjetivo polêmico: “Mas há que entender ‘aberración’ exclusivamente como traição às intenções do emissor”<sup>3</sup> (ECO, 2000, p. 222). Eco parece não abandonar a noção de interpretação aberrante porque é ela que “obriga” o leitor a cooperar justamente para evitá-la.

Outro ponto discutível em *Lector in fabula* é a retomada da famosa divisão entre texto aberto e texto fechado: sobre certos autores de textos fechados, dentre eles os publicitários, Eco afirma que eles

[...] fixam com perspicácia sociológica e com brilhante mediedade estatística o seu Leitor-Modelo: dirigir-se-ão, sucessivamente, a crianças, a melomaniacos, a médicos, a homossexuais, a surfistas, a empregadas domésticas da pequena burguesia, a aficionados de roupas inglesas, pescadores submarinos. Conforme dizem os publicitários, escolherão para si um *target* (e um ‘alvo’ pouco ajuda, pois espera ser atingido). Farão com que todo termo, que toda maneira de dizer, que toda referência enciclopédica,

---

3 Tradução livre de: “Pero hay que entender ‘aberración’ exclusivamente como traición a las intenciones del emisor”.





seja aquilo que previsivelmente o seu leitor pode entender. Empenhar-se-ão no sentido de estimular um efeito preciso; para estar seguros de que se desencadeará uma reação de horror, dirão antecipadamente que ‘a esta altura aconteceu algo de horrível!’. Em certos níveis, o expediente terá êxito (ECO, 1986, p. 41).

Este expediente do texto fechado resulta em mensagem redundante, como Eco a define em “A estrutura do mau gosto” (1964): mensagem que “procura estabelecer uma absoluta identidade entre a relação que o autor institui entre significantes e significados e a que instituirá o decodificador” (ECO, 1979, p. 94). Ou seja, se a codificação do significante A visa o significado B, a decodificação do significante A será o significado B. Mas então em quais níveis o expediente do texto fechado não tem êxito? Para Eco (1986, p. 41), isto ocorre quando a competência do *alho* não é prevista com suficiência, mas também – devemos acrescentar – quando o *alho* não está disposto a cooperar ou quando o *alho* promove a abertura do texto fechado – ao contrário do texto fechado, o texto aberto resulta em mensagem poética, “caracterizada por uma *ambigüidade* fundamental”, onde a codificação do significante A visa mais de um significado (B, C, D..), eliminando assim “a possibilidade de uma decodificação unívoca” (ECO, 1979, p. 95). Como veremos adiante, tanto a indisposição (*pertinência nula*) quanto a abertura (*pertinência interdiscursiva*) são consideradas por Verón em sua abordagem do objeto publicitário. Ainda sobre a abertura, Eco conclui paradoxalmente o seguinte: “Não há nada mais aberto que um texto fechado. Só que a sua abertura é efeito de iniciativa externa, de um modo de usar o texto, e não de ser suavemente usado por ele. Mais do





que de cooperação, trata-se de violência” (ECO, 1986, p. 42). Entretanto, do mesmo modo que a interpretação aberrante, a violência somente é violência do ponto de vista do emissor.

Iser apresenta conclusões ainda mais radicais no capítulo “A interação do texto com o leitor”, em *O ato da leitura*: ao desqualificar o conceito ingardeniano de *pontos de indeterminação* para compreender a literatura, Iser afirma que “o equivalente mais próximo do conceito [...] encontra-se na publicidade, principalmente naquela em que o texto e a música agem em conjunto, omitindo-se deliberadamente o nome do produto, para que, pela audição da melodia, o receptor identifique a marca” (ISER, 2001, p. 101). Ao identificar nos textos pontos que serão preenchidos ou completados, o conceito “é usado como um conceito de comunicação sem que o seja. Pois ele não descreve a interação entre texto e leitor, mas sim a atualização, no processo da leitura, de aspectos potencialmente contidos no texto” (ISER, 2001, p. 95). Se não é conceito de comunicação, então é conceito de causalidade derivado da “concepção bem mecanicista do preenchimento dos pontos de indeterminação” (ISER, 2001, p. 100). Logo, se o equivalente desta concepção mecanicista se encontra na publicidade, então Iser entende o receptor da publicidade como o cachorro de Pavlov.

Se a classificação da publicidade como texto fechado nos leva à conclusão semelhante, considerando o mecanicismo da mensagem redundante, isto não representa, entretanto, a totalidade do pensamento de Eco a respeito da publicidade: em *A estrutura ausente* (1968), por exemplo, Eco (1987, p. 157) destaca a complexidade da





publicidade quando tenta conciliar “as mais previsíveis expectativas” (código retórico) com “soluções [...] que se imponham pela originalidade” (código estético). Neste sentido, a publicidade não adota apenas o código retórico (texto fechado/mensagem redundante), mas também o código estético (texto aberto/mensagem poética).

Mesmo esta perspectiva complexa de Eco esbarra nas limitações da crítica literária, centradas na análise textual. São estas limitações que a tradição dos estudos culturais pretende superar, principalmente entre as pesquisas agrupadas como *etnografia da audiência*: segundo Jacks e Escosteguy,

a trajetória de pesquisa na área [dos estudos culturais] fez surgir uma linha de investigação denominada etnografia da audiência, desenvolvida para conhecer, na prática, as conexões entre leitura e sociedade. Essa perspectiva é ensaiada ainda na década de 80, colocando sob suspeita as teorias estruturalistas e semióticas a respeito do poder do texto (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 40).

Também neste mesmo período (anos 1980), ainda que distinto dos estudos culturais, o projeto teórico-metodológico de Verón apresenta guinada semelhante: segundo Gómez de la Torre,

nos anos 80 o autor tem um rompimento não só com o *marxismo*, mas também com o *estruturalismo* e com a *semiologia* de Saussure. É interessante como, nesse processo, ele abre sua perspectiva semiótica, passando dos esquemas semiológicos tipo Greimas para uma visão mais sociológica e histórica da produção de sentido (*discursos sociais*), e valorizando esses conjuntos de sentido





na sua realidade empírica, nos meios ou nas falas das pessoas (GÓMEZ DE LA TORRE, 2001; grifos do autor).

Entretanto, esta guinada não é suficiente para desbancar o poder do texto, pois a teoria dos discursos sociais que Verón propõe ainda é dotada de “uma essencialidade logocêntrica, redutora” (GÓMEZ DE LA TORRE, 2001). Como veremos adiante ao abordar as relações entre o autor e a tradição da análise da recepção, isto se evidencia na primazia metodológica que Verón confere à análise dos discursos.

Mas retornemos aos estudos culturais para verificar como também se realizam encontros entre os conceitos desta tradição e os de Verón – entretanto, sem que existam referências efetivas. Estes encontros se devem tanto às heranças em comum do paradigma estruturalista (no caso dos estudos culturais, ver HALL, 2003b) quanto aos interesses em comum de classificar os modos de recepção. Sobre este último tema, o “ponto de partida” nos estudos culturais é “Codificação/Decodificação”, ensaio publicado originalmente por Hall em 1973 (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 39-40). Neste ensaio Hall propõe que as decodificações se realizam a partir de um dos três códigos: (1) *código dominante*, quando o receptor “decodifica a mensagem nos termos do código referencial no qual ela foi codificada” (HALL, 2003a, p. 400); (2) *código negociado*, quando o receptor “confere posição privilegiada às definições dominantes dos acontecimentos, enquanto se reserva o direito de fazer uma aplicação mais negociada às ‘condições locais’” (HALL, 2003a, p. 401), ou seja, o receptor decodifica predominantemente a mensagem, mas a ressignifica a partir do seu local de





consumo (identidade cultural, classe sócio-econômica, contexto histórico, etc.); e (3) *código de oposição*, quando o receptor “destotaliza a mensagem no código preferencial [dominante] para retotalizá-la dentro de algum referencial alternativo” (HALL, 2003a, p. 402).

A classificação dos modos de recepção que Verón propõe em “A publicidade ou os mistérios da recepção” apresenta algumas diferenças em relação à de Hall: ao invés de generalista, a classificação de Verón é voltada exclusivamente para a publicidade; ao invés de adotar o conceito de *código*, Verón propõe o conceito de *pertinência*. “Diremos que uma mensagem publicitária é pertinente quando a ‘leitura’ que dela é feita pelo receptor associa a mensagem, direta ou indiretamente, a eventuais comportamentos de compra desse último ou de seus parentes” (VERÓN, 2004a, p. 268-269). Caso se pense este conceito em relação ao de Hall, podemos afirmar, em um primeiro momento, que a pertinência ocorre quando o receptor decodifica a mensagem publicitária a partir do código dominante e – devemos acrescentar – quando associa esta decodificação ao possível comportamento de compra. É neste adendo que a proposta de Verón vai além, pois se interessa tanto pelo nível semântico quanto pelo nível pragmático, enquanto que a proposta de Hall se interessa apenas pelo primeiro. Como já mostramos em Verón, Hall também propõe a primazia do sentido em relação ao efeito – “Antes que essa mensagem possa ter um ‘efeito’ (qualquer que seja sua definição), satisfaça uma ‘necessidade’ ou tenha um ‘uso’, deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada”





(HALL, 2003a, p. 390) –, mas isto não justifica o abandono dos estudos do efeito ou, o que é mais grave, a separação entre estes estudos e os estudos do sentido. Neste ponto, ao integrar o nível semântico e o pragmático, a proposta de Verón novamente está na frente, ainda que não enfatize esta integração.

São três os tipos de pertinência: (1) *pertinência forte*, podendo ser *direta* quando o “indivíduo faz parte do alvo” (VERÓN, 2004a, p. 269) ou *indireta* quando consumidor e comprador não é o mesmo indivíduo – por exemplo, para o dia das mães, “muitas mensagens publicitárias se dirigem não aos consumidores e os definidores de compra implícitos (por exemplo, as mulheres), mas aos homens que, com a cumplicidade dos filhos, serão os compradores” (VERÓN, 2004a, p. 269-270); (2) *pertinência nula*, podendo ser *objetiva* quando fatores da situação objetiva do indivíduo invalidam o comportamento de compra – por exemplo, um anúncio de cortador de grama “se nosso indivíduo mora em Paris em um três peças e não tem residência secundária” (VERÓN, 2004a, p. 270) – ou *subjetiva* quando a invalidação do comportamento de compra “se explica por razões puramente subjetivas” – por exemplo, o “motorista que, tendo grandes preconceitos em relação aos carros franceses, jamais comprará um deles” (VERÓN, 2004a, p. 270); e (3) *pertinência interdiscursiva*, quando

as mensagens não têm pertinência forte (nem direta, nem indireta) em relação aos comportamentos de compra do indivíduo, concernentes aos produtos em questão, contudo eles podem ter efeitos mais ou menos complexos, mais ou menos imediatos, sobre outros comportamentos de compra do mesmo indivíduo.





Um só exemplo: é certo que entre os fatores que influenciaram a percepção das campanhas publicitárias de lançamento de primeiros produtos de cuidados para homem (além dos produtos clássicos pós-barba), encontra-se a experiência passada, de recepção, pelos homens, da publicidade endereçada às mulheres no setor cosmético, que é um dos setores que mais comunica. As repercussões interdiscursivas de uma publicidade em outra são múltiplas e complexas, fazem-se de um setor a outro do consumo e até entre setores muito distanciados (VERÓN, 2004a, p. 271).

Percebemos nas definições de Verón que a integração entre o nível semântico e o pragmático é apenas subentendida, mas não aprofundada, o que nos leva a refletir sobre possíveis relações entre sua classificação e a de Hall: por exemplo, pertinências interdiscursivas provavelmente derivam de decodificações a partir do código negociado, como mostra o exemplo acima apresentado por Verón, pois o sentido da mensagem dirigida ao público feminino é negociado a partir do local de gênero do público masculino. Mas somente podemos propor tais relações enquanto possibilidades, pois não existem causalidades definidas entre os códigos e as pertinências. Se em um primeiro momento afirmamos que a pertinência ocorre quando o receptor decodifica a mensagem publicitária a partir do código dominante, em um segundo momento devemos afirmar que ela também ocorre quando o receptor decodifica a mensagem a partir do código de oposição: é o caso, por exemplo, do resenhista erudito que vê o anúncio do último lançamento de Paulo Coelho e o compra para criticá-lo em seu blog de literatura. São estes casos que colocam o semiólogo em uma “posição





desconfortável”, pois “ele afirma, de uma parte, que uma mensagem nunca produz só um efeito, que vários efeitos são sempre possíveis, e assegura, de outra parte, que uma mensagem nunca produz um efeito qualquer” (VERÓN, 2004b, p. 238). Em todo caso, temos aqui uma proveitosa combinação de metodologias para futuras pesquisas.

Mas ainda há outro problema a respeito das classificações debatidas, pois tanto Verón quanto Hall, ainda que enfoquem a recepção, parecem destacar a primazia do emissor no processo comunicativo. Se em Verón não precisamos de explicações elaboradas para logo entender que a pertinência forte é pertinente ao emissor, em Hall algumas poucas palavras são necessárias: “A menos que seja disparadamente aberrante, a codificação produz a formação de alguns limites e parâmetros dentro dos quais as decodificações vão operar” (HALL, 2003a, p. 399). Isto não difere muito da cooperação textual proposta por Eco, o que faz Lewis afirmar, em entrevista com Hall, “que já existe um significado preferencial [dominante]: aquele com que nós em seguida negociamos, concordamos ou ao qual nos opomos” (HALL, 2003c, p. 371). Ou seja, o ponto de partida da decodificação é o código dominante, sendo sucedido pelo mesmo código ou pelos outros dois. Em resposta a Lewis, Hall afirma que “o preferencial no âmbito da decodificação significa algo diferente do preferencial na codificação. De certa forma, posso rejeitar [*deprefer*] sua preferência e renovar a minha preferência [*reprefer*]” (HALL, 2003c, p. 372). É por isso também que Verón indica lógicas diferentes atuando na produção e no reconhecimento: na primeira trata-se de *focalização*, pois, “do ponto de vista da produção, o discurso publicitário é inteiramente





submetido à dominação da *especificidade do alvo*” (VERÓN, 2004a, p. 265); na segunda trata-se de *desfocalização*, pois, “do ponto de vista dos receptores que somos, *uma proporção importante das mensagens publicitárias que consumimos (proporção que, pelo que sei, jamais foi medida) atinge-nos fora de toda probabilidade de um comportamento posterior de compra dos produtos em questão*” (VERÓN, 2004a, p. 267; grifo do autor). Ou seja, enquanto a produção do discurso publicitário se focaliza nas especificidades do alvo, a recepção deste discurso muitas vezes o desfocaliza, pois não se trata do alvo (pertinência nula objetiva) ou se trata do alvo, mas sem nenhuma pertinência (nula subjetiva) – “detesto a cerveja, mas nenhuma das variáveis que descrevem meu perfil social indica isso” (VERÓN, 2004a, p. 270) – ou em pertinência para outros comportamentos de compra (interdiscursiva). Neste sentido, para Verón,

as discussões que opõem os adeptos de uma interpretação da publicidade como fenômeno ‘puramente de *marketing*’ e aqueles que lhe atribuem a importância de um fato sociocultural global repousam, pois, muito freqüentemente, sobre um mal-entendido, pois a publicidade é *as duas coisas ao mesmo tempo* (VERÓN, 2004a, p. 267; grifo do autor).

A publicidade é as duas coisas ao mesmo tempo, pois se trata tanto da lógica de focalização (fenômeno de *marketing*) quanto da lógica de desfocalização (fato sociocultural global). Sobre as técnicas de *marketing* não precisamos dizer muito, apenas lembrar que, “no início de cada campanha, toda a máquina de produção da





comunicação publicitária tem uma só obsessão: focar a mensagem no alvo, fazer chegar a ele o discurso mais adequado, a fim de otimizar as chances de obter o efeito buscado: o ato de compra” (VERÓN, 2004a, p. 266). Sobre o fato sociocultural global que é a publicidade, vários autores já comentaram, inclusive incidindo no mal-entendido denunciado por Verón: é o caso de Quesnel, para quem a publicidade “é algo diferente de uma técnica ou de uma arte da persuasão lucrativa” (QUESNEL, 1974, p. 81), pois, na verdade, “comporta uma axiologia, um sistema de valores, de atitudes éticas, econômicas e estéticas que caracterizam ‘nosso’ modelo de civilização” (QUESNEL, 1974, p. 85). Isto é verdade, principalmente se concordarmos que a publicidade nos “faz crer nos grandes mitos de nossa época – no Progresso, na Abundância, nos Lazares, na Juventude, na Felicidade” (QUESNEL, 1974, p. 86) – neste sentido, a publicidade desfocaliza, pois o comportamento de compra é secundário –, mas é apenas parte da verdade, pois a publicidade também é uma técnica de persuasão.

Sobre a tradição internacional da análise da recepção, Jacks e Escosteguy afirmam que

para Jensen e Rosengren, a análise da recepção questiona tanto a validade da análise interpretativa de conteúdo como fonte de conhecimento sobre usos e efeitos dos conteúdos dos meios de comunicação, feita na área das humanidades, sobretudo, aquela originada nos estudos literários, quanto a metodologia predominante na pesquisa empírica praticada nas ciências sociais. Em outras palavras, a análise da recepção pode ser definida como “análise da audiência – com – análise de conteúdo”, o que tem





dupla natureza, qualitativa e empírica (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 42).

Ou seja, a análise da recepção combina as tradições de tipo sociológico e as de tipo humanístico. Entretanto, se reconhecemos que a pesquisa dos efeitos e a dos usos e gratificações formam uma mesma tradição, isto também é plausível entre a análise da recepção e os estudos culturais, pois ambas se enfocam “na articulação entre os sentidos de um texto midiático e a recepção do mesmo” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 102). No caso dos estudos culturais, contudo, “ao longo dos anos 80, esse foco vai esmaecendo e em seu lugar atenta-se para o receptor e seu contexto, diminuindo o interesse pelo conteúdo dos meios” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 102). Daí as autoras concluírem que o desenvolvimento da análise da recepção e o dos estudos culturais são diferentes, impedindo entender ambos como partes da mesma tradição.

A metodologia proposta por Verón assemelha-se à combinação realizada pela análise da recepção, mas apresenta um desvio oposto ao dos estudos culturais: ao invés de abandonar o texto, toma-o como o centro da pesquisa. Em “Quando ler é fazer”, para testar o contrato de leitura, ou seja, o lugar que o enunciador propõe ao destinatário (VERÓN, 2004b, p. 233), Verón apresenta a seguinte metodologia:

Uma análise do dispositivo de enunciação é o que chamo de uma análise na *produção*: mas o contrato se cumpre, mais ou menos bem, no leitor: no *reconhecimento*. Devemos, pois, ir ver, junto aos leitores do universo de concorrência estudado, o que se passa com os contratos propostos pelos suportes que fazem





parte desse universo, qual a eficácia relativa de cada contrato, seus pontos fortes e seus pontos fracos. É o objetivo da fase de prática que completa sempre a análise semiológica. Assim, somos levados a lidar, para cada suporte estudado, com seus leitores e seus não-leitores, seja em entrevistas semidirigidas, seja em grupos projetivos: tendo a análise semiológica permitido determinar as dimensões fundamentais de cada contrato, trata-se de testá-las. Toda uma série de exercícios projetivos é preparada a partir de materiais extraídos dos suportes estudados: o discurso dos leitores e dos não-leitores é assim induzido a propósito de elementos que ilustram cada aspecto do contrato de leitura [...] (VERÓN, 2004b, p. 234-235; grifos do autor).

Se a definição no plano conceitual de contrato de leitura aproxima-se da de cooperação textual, isto já não ocorre no plano metodológico: enquanto para Eco o “sujeito empírico” encontra-se excluído da análise, para Verón ele entra na análise do reconhecimento através de “entrevistas semidirigidas” ou “grupos projetivos”. Isto é necessário, pois é esta análise prática que completa a análise semiológica da produção, evitando o que Verón denuncia como “corte bizarro da realidade”, citado anteriormente. Mas devemos questionar, entretanto, por que “a interpretação dos dados da prática é inteiramente orientada pelos resultados da análise semiológica” (VERÓN, 2004b, p. 235). Este procedimento certamente evita algumas falhas da metodologia dos estudos sobre usos e gratificações, centrada exclusivamente em entrevistas: para Wolf, neste caso, “os relatórios pessoais – que constituem a principal fonte de dados – podem, portanto, fornecer imagens estereotipadas do consumo, mais





do que descrever processos reais de fruição” (WOLF, 2003, p. 69); mas ao estabelecer a primazia da análise semiológica, a orientação metodológica de Verón apenas transfere a responsabilidade das “imagens estereotipadas” para o analista. Porém, o que nos garante que os analistas estão mais preparados que os consumidores para evitarem “imagens estereotipadas”? Não é o caso então de inserir também na proposta metodológica os emissores, ao invés de apenas as mensagens produzidas por eles<sup>4</sup>? Se isto delonga demasiadamente a pesquisa, pelo menos não contradiz o próprio Verón (2004d, p. 281) quando entende a oferta (produção) e a apropriação (reconhecimento) como duas complexidades que se encaixam. Logo, a mensagem não é o ponto de partida, mas o local de encaixe entre estas duas complexidades. Se desde *Opinião pública* (1922) de Lippmann sabemos que as “imagens estereotipadas” são inevitáveis, então que as imagens dos emissores e as dos receptores sejam livremente confrontadas nos locais de encaixe, e não submetidas às imagens do analista. O programa metodológico desta proposta ainda está por vir...

## Referências

ANDERSON, Perry. *A crise da crise do marxismo*: introdução a um debate contemporâneo. São Paulo: Brasiliense, 1984.

---

4 Talvez Verón desconsidere isto porque certamente compartilha da visão barthesiana da morte do autor: enquanto oblíquo aonde foge o sujeito (BARTHES, 1988, p. 65), o texto pouco diz sobre quem o produz.





ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.

BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso; MACHADO, Rafael Costa; SIQUEIRA, Daniele. *Teoria da comunicação na América Latina: da herança cultural à construção de uma identidade própria*. Curitiba: Ed. UFPR, 2006.

ECO, Umberto. A estrutura do mau gosto. In: \_\_\_\_\_. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1979. p. 69-128.

\_\_\_\_\_. *Lector in fabula: a cooperação interpretativa nos textos narrativos*. São Paulo: Perspectiva, 1986.

\_\_\_\_\_. Algumas verificações: a mensagem publicitária. In: \_\_\_\_\_. *A estrutura ausente: introdução à pesquisa semiológica*. São Paulo: Perspectiva, 1987. p. 156-184.

\_\_\_\_\_. *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Editorial Lumen, 2000.





GÓMEZ DE LA TORRE, Alfredo Efendy Maldonado. Formulações teóricas instigantes: alguns aspectos configuradores das propostas de Verón. *Ciberlegenda*, Niterói, n. 5, 2001. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/efendy1.htm>>. Acesso em: 19 dez. 2010.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. Eliseo Verón: ecletismo e polêmica. *Comunicação e sociedade*, São Bernardo do Campo, n. 25, p. 143-163, jun. 1996.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: \_\_\_\_\_. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003a. p. 387-404.

\_\_\_\_\_. Estudos Culturais: dois paradigmas. In: \_\_\_\_\_. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003b. p. 131-159.

\_\_\_\_\_. Reflexões sobre o modelo de Codificação/Decodificação: uma entrevista com Stuart Hall. In: \_\_\_\_\_. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003c. p. 353-386.

HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: Editora da UNESP, 1997.





ISER, Wolfgang. A interação do texto com o leitor. In: LIMA, Luiz Costa. *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

LASSWELL, Harold D. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, Gabriel (org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1977.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da comunicação: idéias, conceitos e métodos*. Petrópolis: Vozes, 2009.

QUESNEL, Louis. A publicidade e sua “filosofia”. In: MARCUS-STEIFF, Joachim. *Os mitos da publicidade*. Petrópolis: Vozes, 1974.

RÜDIGER, Francisco. *Introdução à teoria da comunicação*. São Paulo: Edicon, 2003.

SFEZ, Lucien. *A comunicação*. São Paulo: Martins, 2007.

VERÓN, Eliseo. A publicidade ou os mistérios da recepção. In: \_\_\_\_\_. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004a. p. 264-272.





\_\_\_\_\_. Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. In: \_\_\_\_\_. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004b. p. 215-238.

\_\_\_\_\_. Imprensa escrita e teoria dos discursos sociais: produção, recepção, regulação. In: \_\_\_\_\_. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004c. p. 239-263.

\_\_\_\_\_. As mídias na recepção: os desafios da complexidade. In: \_\_\_\_\_. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004d. p. 273-284.

\_\_\_\_\_. Dicionário das idéias não-feitas. In: \_\_\_\_\_. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004. p. 49-75.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.





## Acesso aos bens culturais, diversidade cultural e políticas públicas

Cláudia Herte de Moraes

Discutimos neste artigo a necessidade de entender a cultura em seu seu valor intrínseco, bem como propriamente um recurso para o fomento ao desenvolvimento social. Apresentamos a argumentação de que o domínio do poder simbólico, exercido por meio do acesso à cultura é decorrente, invariavelmente, da concentração do poder político por determinados grupos sociais, daqueles que se aproximam sabidamente do poder do Estado através do poder econômico que exercem socialmente.

Na área cultural, para a grande parte dos brasileiros, há poucas opções, muitas vezes restringindo-se ao que é programado pelas grandes redes de televisão aberta, que atinge 99% do território nacional. Dentro deste contexto, explicitamos a busca da democracia como principal forma de oxigenar a sociedade como um todo, especialmente em relação à cultura, um direito de cada cidadão brasileiro.

O artigo apresenta as bases teóricas em relação à constituição da identidade cultural e das relações de poder; a ideia da democracia cultural e da interculturalidade como pressupostos da inclusão e desenvolvimento social. Exemplificamos o papel de um projeto cultural que ocorre no interior do Brasil no qual os participantes são





jovens de comunidades rurais. Os resultados indicam que a valorização do local e da diversidade cultural fazem parte do processo de construção da identidade, indicando a cultural como um bem a ser produzido e experienciado por todos.

### **O domínio do poder simbólico**

Ferguson & Golding (1998) apontam que, nos anos 1980, o começo da expansão do poder dos Meios de Comunicação de Massa, principalmente a TV e sua influência no consumo dentro da sociedade, não foi acompanhada do avanço de estudos na área. Faltaria, à época, cumprir o objetivo de identificar de forma correta o poder do social dos MCM para o estudo da cultura levando em conta os problemas de desigualdade e democracia, o governo e o consumo. Segundo os autores, houve um afastamento do econômico e do social, por força de uma discussão contra o materialismo/marxismo, estudando-se a cultura sem os efeitos de classe.

Mesmo atualmente, em que os questionamentos sobre os termos “Comunicação” e “Massa” (como vemos em Thompson, 2008) sejam pertinentes, ainda se verifica a concentração do ponto de vista da produção de conteúdo simbólico. E os meios tradicionalmente conceituados como “de massa” são veículos apropriados para a busca de certa homogeneidade (ou nivelamento cultural)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Para Ortiz (1994) é preciso inclusive abandonar a oposição entre homogêneo/heterogêneo na medida em que as estratégias são de complementariedade entre o global e o local. Além disso, há a promoção de grupos específicos a nível global, tal qual jovens, velhos etc que compartilham gostos semelhantes. O termo nivelamento cultural pretende “apreender o processo de convergência de hábitos culturais, mas preservando as diferenças entre os níveis de vida.” (ORTIZ 1994 apud CANCLINI, 2006a, p.135)





Nos mesmos anos 1980, passou-se a considerar a recepção dos meios como um processo aberto e dinâmico. “Redescobrem-se as inserções culturais dos receptores, que utilizariam sua vivência, sua identidade cultural, como ‘mediação’ para interpretar os produtos midiáticos e resistir a inculcações” (BRAGA & CALAZANS, 2001, p.22).

Ao festejar espaços ou brechas para a resistência, cabe ressaltar aqui que a relação entre política e cultura carrega em si a problemática das relações de poder na sociedade. “A unidade sem preconceitos da indústria cultural atesta a unidade em formação política. Distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revistas de diferentes preços, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar consumidores a fim de padronizá-los”. (ADORNO, 2002, p.11).

Podemos verificar a importância do poder instituído socialmente, e que pode influenciar a constituição de políticas culturais de determinados momentos sócio-históricos. Por isso, cabe refletir sobre o conceito de poder: “No sentido mais geral, poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e suas conseqüências [sic]” (THOMPSON, 2008, p.21). Deste entendimento mais genérico, depreende-se que o poder é um fenômeno que se caracteriza por estar presente em inúmeras atividades, ações e encontros sociais, políticos, ou até mesmo individualmente nos encontros cotidianos.

É, insensivelmente, a televisão que pretende ser um instrumento de registro tornar-se um instrumento de criação da realidade.





Caminha-se cada vez mais rumo a universos em que o mundo social é descrito/prescrito pela televisão. A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política (BOURDIEU, 1997, p.29).

Thompson (2008), afirma que a organização da sociedade moderna se dá em torno de quatro poderes: o econômico, o político, o coercitivo e o simbólico. O autor acredita que há uma possível dominação do poder simbólico na contemporaneidade. Há, claramente, entre eles, interconexões importantes e intermitentes, complexas e variáveis, sendo assim, de fato, impossível dissociá-los<sup>2</sup>. Levantaremos aqui as principais relações entre o político e o simbólico, por servirem ao nosso horizonte empírico-conceitual na explicitação da fundamental importância da democratização do acesso à cultura.

Para Thompson, as interações simbólicas possibilitam um aumento considerável do patrimônio cultural. O poder simbólico ou cultural está em pé de igualdade com os outros três referenciados. Ele é exercido a partir de recursos de fixação e transmissão do conteúdo simbólico (ou “capital cultural” – citando Bourdieu).

As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a

---

<sup>2</sup> Muito resumidamente, pode-se dizer que o poder econômico provém da atividade econômica produtiva, que extrai matéria-prima e a transforma em bens de consumo; o poder político relaciona-se da atividade de coordenação dos indivíduos e da regulamentação dos padrões de interação social. A capacidade de o Estado exercer autoridade irá determinar ainda o poder coercitivo – uso ou ameaça da força física; e o simbólico que cultiva a crença na legitimidade do poder político. (THOMPSON, 2008, pp.22-24)





crer e a descreer, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva. Usarei “poder simbólico” para me referir à capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas (THOMPSON, 2008, p.24).

E quais as possíveis implicações do exercício do poder simbólico pelos meios de massa, na representação social? Todas as vezes que assistimos a uma produção audiovisual, estamos envolvidos com uma gravação, a própria realidade natural dos telejornais é, em verdade, realidade construída. Em relação ao audiovisual, em especial a televisão, cabe levar em consideração a existência de uma significativa parcela da população que acessa esta produção cultural, conforme levantamento do IBGE:

A TV aberta é o principal veículo condutor de conteúdos culturais, em um país ainda marcado pelos reduzidos níveis de escolaridade, encontrando-se presente em pelo menos 95,2% dos municípios que têm a recepção de pelo menos um canal de TV aberta, embora tenha ocorrido uma pequena retração em relação a 1999 (-3,2%). O caráter audiovisual que marca nossa cultura complementa-se pela existência, em 82,0% dos municípios, de videolocadoras, com um constante crescimento desde 1999 (28,3% até 2006). As recentes mudanças tecnológicas associadas aos conteúdos audiovisuais em curso (TV digital, TV pública) provavelmente terão um impacto em outros indicadores apresentados pela pesquisa, como o aumento percentual de





municípios que têm emissoras geradoras de imagens de TV (9,6%) e TVs comunitárias (2,3%). (IBGE, 2006, p.99)

Assim como a TV, o cinema e os desenhos animados são considerados instrumentos pelos quais as crianças e jovens tendem a imitar as ousadas ações vistas na tela. Estudiosos, legisladores e movimentos socioculturais<sup>3</sup> afirmam que é necessário que haja maior responsabilidade dos meios de comunicação audiovisuais, aos quais toda a sociedade tem acesso, sendo que esse controle deve ser ainda maior no caso das crianças e dos jovens, por estes serem de uma faixa etária de fácil influência por parte da televisão e do cinema mundial.

Crianças e adolescentes, pródigos em aceitar novidades e influenciar o universo familiar, são alvos permanentes. Os canais abertos e pagos brasileiros exibem diariamente 180 horas de desenhos animados e seriados, intercalados por anúncios que incutem marcas, sabores e hábitos. (MORAES, 2006, p.38)

A mídia é bastante responsável pela disseminação da cultura audiovisual da qual fazemos parte. Todavia, se por um lado há popularização no acesso aos conteúdos disponibilizados por meios audiovisuais como a TV, por outro também há uma assimetria no acesso aos meios e centros produtores desses conteúdos. A

---

<sup>3</sup> Destacam-se, no Brasil, as propostas da Agência de Notícias dos Direitos da Infância – ANDI (<http://www.andi.org.br/>); Intervenções (<http://www.intervenções.org.br/>); Projeto de Lei 5269/01, que tramita no Congresso Nacional ([http://www.camara.gov.br/sileg/prop\\_detalhe.asp?id=32898](http://www.camara.gov.br/sileg/prop_detalhe.asp?id=32898)) que dispõe sobre a veiculação de programação educativa para crianças, por meio dos canais de radiodifusão de sons e imagens (televisão), e estabelece sanções pelo seu descumprimento.





visibilidade ocupada pelos materiais produzidos por regiões periféricas é muito inferior se comparada a desses centros. Essa é a realidade explicitada por Canclini (2006b), quando compara a estrutura do cinema norte-americano à do cinema latino-americano. A diminuição das salas de cinema nos países latinos, combinou-se a uma falta de políticas públicas que privilegiassem a produção cultural local.

Quando falamos de Brasil, observa-se que há a mesma centralização, desta vez focada nas regiões mais desenvolvidas e nas grandes cidades. Que resultados esta polarização na produção e oferta de bens culturais traz à sociedade como um todo? Podemos pensar que uma parte das pessoas seja por ela influenciada, e a partir desta programação de massa se volte para problemas genéricos ou distantes de sua própria realidade? Ou, ainda, pelo fato de não vivenciarem a realidade que é retratada (e reconstruída) pela mídia e bens culturais, acreditam fielmente em sua verdade única?

Pensamos que, antes mesmo de se tentar uma resposta a tais questões, é preciso realizar um deslocamento teórico para compreender que, embora diante desta avassaladora carga simbólica dos grandes centros, é possível (e preciso) a busca estratégias para entender e atuar sobre as formas de expressão da sociedade. Especialmente, em relação ao suporte audiovisual, proporcionando que todos sejam capazes de entender minimamente o processo de construção/representação da realidade ofertado pelos meios de comunicação.

O modelo de televisão não está sendo modificado substancialmente, mesmo com as grandes modificações tecnológicas as quais temos vivenciados nos últimos





anos. Para Martin-Barbero (2001), é preciso abandonar o mediacentrismo, pois a mídia está sendo reconvertida aos sistemas econômico, cultural e político. “Quanto à relação dos “usuários” com a televisão, no que diz respeito às grandes maiorias, não só na propaganda sobre a descentralização e a pluralização, parecem apontar para um aprofundamento da estratificação social, pois a oferta diferenciada de produtos de vídeo está ligada ao poder aquisitivo dos indivíduos.” (MARTIN-BARBERO, 2001, p.294)

### **A emergência da economia da cultura**

Assim como a discussão da comunicação e da cultura não pode ser de outra forma que não interdisciplinar, o surgimento de uma nova economia, voltada aos bens intangíveis da cultura não pode negar a existência de um arcabouço teórico que transborda aos efeitos relacionados à geração de renda e movimentação econômica decorrente das atividades culturais. Desta forma, pensamos que o fato de a economia estar, aos poucos, se abrindo para estes aspectos, é extremamente positivo. Com isso, a comunicação e a cultura também devem ser pensadas como espaços de inclusão social, e de geração de desenvolvimento local.

(...) a economia da cultura oferece todo o aprendizado e o instrumental da lógica e das relações econômicas - da visão de fluxos e trocas; das relações entre criação, produção, distribuição e demanda; das diferenças entre valor e preço; do reconhecimento do capital humano; dos mecanismos mais variados de incentivos,



subsídios, fomento, intervenção e regulação; e de muito mais – em favor da política pública não só de cultura, como de desenvolvimento. (REIS, 2009, p.24)

Observamos o esquema formulado por REIS (2009), no qual estão relacionados os aspectos econômicos de bens e serviços e os aspectos de valoração destes bens. Para o entendimento da segunda parte, as “criações e tradições” são resultados de processos ligados à Comunicação, unindo os aspectos da educação, da difusão democrática e do consumo cultural, que estabelecem valores culturais à sociedade. Aqui, portanto, a área da Cultura e da Comunicação encontra-se com a Economia, criando-se o que é definido como Economia da Cultura.



Fonte: Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável. Ana Carla Fonseca Reis





Ao relacionarmos a cultura ao desenvolvimento, também é importante precisar o que entende-se por desenvolvimento, um termo que tem diversas acepções e usos. Portanto, partimos desta definição que abarca o viés da comunicação e da cultura e que se alia à economia da cultura: o real desenvolvimento deve agregar a expansão da liberdade que vai além da possibilidade de escolha mas “na capacidade de refletir a respeito do que se quer escolher, ao invés de escolher o que os outros (a mídia, a opinião pública, a crítica especializada) nos levam a querer”. (SEN apud REIS, 2009, p.32)

Em favor de uma conceituação não só econômica do desenvolvimento cultural, assinala-se que a cultura e as comunicações contribuem para o desenvolvimento comunitário, para a educação dirigida à saúde e ao bem-estar, para a defesa dos direitos humanos e para o entendimento de outras sociedades. Há a transversalidade da cultura que a inter-relaciona com as demais áreas da vida social (Yúdice, 2004). (CANCLINI, 2006b, p.31)

Algumas ações revitalizadoras, para Canclini (2006b) incluem a de formação de públicos culturais e usuários de novas tecnologias comunicacionais: “colocar a aprendizagem da interculturalidade, da inovação e do pensamento crítico no centro das ações educativas” (2006b, p.32).





Neste aspecto, podemos observar uma infinidade de movimentos e espaços culturais que se organizam à margem da grande mídia. Entre eles, deve-se especial atenção ao audiovisual. É preciso visualizar “junto com as redes de meios mais institucionalizados (cadeias de rádio e televisão, circuitos de cinema e vídeo), os procedimentos informais – às vezes ilegais – em que os infopobres conseguem acesso à informação e ao entretenimento, e se comunicam com eles.” (CANCLINI, 2006b, p.35). De acordo com o autor, tanto o patrimônio histórico, quando as artes e os meios audiovisuais e recursos da informática fazem parte da continuidade identitária, constituindo-se por isso recursos para uma participação cidadã, no exercício das diferenças e do direito de expressão e comunicação.

### **Cidadania e democracia cultural**

A comunicação é hoje ponto central e estratégico nos modelos de sociedade, especialmente quando se trata de propor uma sociedade mais justa e qualificada, com sua cidadania alerta. Martín-Barbero (2006) aponta para uma Outra Comunicação, esta proposta nos Fóruns Sociais Mundiais, movimento iniciado em Porto Alegre. A comunicação é lugar de duas oportunidades estratégicas: “primeira, a que a digitalização abre, possibilitando a aposta numa linguagem comum de dados, textos, sons, imagens, vídeos, desmontando a hegemonia racionalista do dualismo que até agora opunha o inteligível ao sensível e emocional, a razão à imaginação, a ciência à arte, e também a cultura à técnica, e o livro aos meios audiovisuais; segunda: a configuração de um novo espaço público e de cidadania, desde as redes de movimentos sociais e de meios





comunitários, como o espaço e a cidadania que o próprio FSM tornou possível, sustenta e conforma” (2006, p.52-53).

Para Venício Lima (2001), a Comunicação transformou-se em principal mediadora e construtora dos cenários de representação pública na atualidade. Ao fazer este movimento, ela traz consigo ainda a centralidade da disputa de poder, do espaço do político. Sabemos que é nesta disputa que se constrói a cidadania. A cidadania, para Marshall (1967 apud PERUZZO 2005), tem suas divisões: a civil, pelo acesso aos direitos indispensáveis da liberdade individual, incluindo o trabalho e a propriedade; a política: pela participação do poder político pelo governo ou pelo voto; e a social: através de direitos e obrigações de participação igualitária a padrões de vida básicos, como por exemplo, a saúde e educação. De que forma a Comunicação e a Cultura funcionam neste sentido?

Contemporaneamente, a sociedade dispõe de meios para gravação e armazenamento, que crescem geometricamente entre os jovens, principalmente por suas possibilidades de compartilhamento, portabilidade e reprodução/replicação. São as características da internet e da digitalização que agem cotidianamente na forma de compartilhamento de diversos conteúdos especialmente dos audiovisuais.

Contudo, há a concentração de produção do que é “compartilhado”. “Em face da concentração monopólica e transnacional das indústrias culturais, a possibilidade de interferência do público (ou de frações dele) nas programações depende não somente da capacidade criativa e reativa dos indivíduos, como também de direitos coletivos e





controles sociais sobre a produção e a circulação de informações e entretenimento” (CANCLINI, 2004, p.148 apud MORAES, 2006, p.46)

Como em outras tantas áreas, a desigualdade está relacionada ao problema.

Os dados mostram que o brasileiro tornou-se, por força de vários fatores como a renda, etc, um consumidor doméstico de cultura. Considerando a relação entre renda e aquisição de bens que propiciam acesso aos bens culturais por meios eletrônicos, temos que a exclusão cultural é especialmente expressiva naqueles segmentos que não conseguem possuir o aparato básico constituído por Tv, vídeos, internet, toca-discos, etc. Deste ponto de vista, inclusão cultural seria, basicamente, dotar o brasileiro de condições de aquisição desses aparelhos propiciadores da fruição cultural. E não podemos deixar de perceber, sob esse aspecto, o quão democrático (inclusive) é o mercado informal. (DÓRIA, 2007, p.6)

Aqui, especialmente, no “Acesso à cultura”, não apenas relacionada aos aparelhos domésticos, os dados são contundentes. Segundo o IPEA (2007), um estudo do IBGE revelou que 10% dos mais ricos são responsáveis por cerca de 40% de tudo o que é consumido culturalmente no país. Além disso, este consumo é assimétrico, ou seja, as regiões metropolitanas concentram cerca de 40% do total. Quem está fora das grandes cidades e/ou não for da elite econômica brasileira provavelmente tem pouquíssimo ou nenhum acesso à cultura.





A desigualdade de renda deriva da desigualdade de acesso a um vasto e heterogêneo conjunto de ativos que constituem a riqueza: educação, propriedade, crédito, conhecimento, infra-estrutura etc. Reduzi-la passa, assim, por democratizar o acesso a esses ativos. Há um consenso, desde o princípio da década de 90, que as estratégias de ampliação do acesso à oferta destes ativos, no Brasil, têm necessariamente que contemplar um vasto e diferenciado conjunto de atores, compartilhado entre diferentes níveis de governo, entidades da sociedade civil e empresas privadas. Este consenso vem com o processo de democratização do país, onde surgem vários novos atores sociais que lutam por um espaço público ampliado e por ver atendidas as suas reivindicações. (PORTO, 2004, online)

Torna-se essencial, para Martin-Barbeto (2001), de entender a cultura política voltada às políticas culturais, que deve ultrapassar a administração de instituições culturais e a distribuição de bens. Por isso, o autor acredita que é o espaço de produção da ordem na sociedade e de reconhecimento mútuo seja o princípio de organização da política cultural. Passamos a perceber a natureza comunicativa da cultura: “seu caráter de processo produtor de significações e não de mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor” (MARTIN-BARBERO, 2001, p.289)

Tais pressuposições levam a crer que educar para os meios, em especial o audiovisual, pode ser uma forma de reduzir essa assimetria anteriormente





mencionada. O processo de inclusão pode ocorrer de diversas formas, entre as quais, a familiarização com equipamentos e técnicas de narrativas e produção de peças em formato audiovisual. Essa prática viabiliza a chance de grupos como os de cidades de interior e comunidades rurais dessas cidades, antes alheios aos métodos de produção, terem acesso não só a esses conceitos de representação e construção de realidade, mas também à execução de produtos audiovisuais. Produtos esses que materializem sua visão acerca dos mais diversos contextos sociais nos quais estão inseridos.

Numa sociedade democrática (e a cultura pode contribuir para tornar mais democrática a sociedade, enriquecendo o imaginário das pessoas, assim as capacitando para decidir melhor suas vidas), quem tem mais a ganhar com a cultura é o povo, ou o público, como um todo. (RIBEIRO, 2003, online)

Pode-se entender que a relação do poder político com a cultura e sua democratização é realizada na própria cultura. Assim, a sociedade deve apropriar-se da produção cultural, tanto quanto lhe seja importante, não deixando apenas para a política a ideia da resolução plena das desigualdades.

Falando de autonomia relativa da cultura, pretendo dizer que a cultura (no sentido mais amplo, isto é, no sentido da esfera em que se formam as ideologias e se produzem os conhecimentos) não pode nem deve ser reduzida integralmente à esfera do político. A redução de todas as esferas em que se desenrola a





vida do homem em sociedade à política, ou seja, a politicização integral do homem, o desaparecimento de qualquer diferença entre o político e – como se diz hoje – o pessoal, é a quintessência do totalitarismo. Não se trata de rejeitar a política (é aquilo que chamei de não-indiferença), mas se trata de não exaltá-la a ponto de cantar: ‘Certa ou errada é sempre a minha pátria’ ou, o que dá no mesmo, ‘Certo ou errado é sempre o meu partido’ (ou, pior ainda, a minha seita). Não vejo nenhuma diferença entre dizer ‘Tudo no Estado, nada fora do Estado, nada contra o Estado’ e dizer ‘Tudo no partido, nada fora do partido, nada contra o partido.’ (BOBBIO, 1997, p. 80)

O Estado, que organiza o poder político, pode ser induzido pela sociedade a intervir, objetivando a cidadania cultural e o protagonismo social, como acontece no Brasil<sup>4</sup> e em outros países ibero-americanos. Mejía-Arango, sobre isso afirma que “Los postulados varían de constitución a constitución, pero todos llevan el mismo contenido: a partir de su promulgación, los Estados reconocen la diversa composición étnica y la pluralidad de culturas que conviven en el territorio.” (2009, p.110)

As políticas mais democráticas não envolvem apenas o espetáculo, mas também promovem tradições comunitárias e novas sociabilidades. A indústria cultural e as novas tecnologias

---

4 Cabe destacar a criação da Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural (SID) que é responsável, no âmbito do Ministério da Cultura (MinC), pelo Programa Identidade e Diversidade Cultural: Brasil Plural, primeiro conjunto de políticas públicas do gênero no país. Seu principal objetivo é garantir a grupos e redes de agentes culturais responsáveis pela imensa diversidade das expressões culturais brasileiras o acesso aos recursos para o desenvolvimento de suas ações. ([www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br))





oferecem recursos indispensáveis para fomentar conhecimentos recíprocos e coesão social entre os múltiplos grupos e instituições, e, portanto tem potencial para ser explorado em política ampla de valorização da diversidade e na economia da cultura. (SILVA et al, s.d., online)

Assim, para vencer os desafios da inclusão social e cultural, o investimento da sociedade de dos Estados voltam-se para políticas amplas que visam o acesso aos bens culturais, porém incluem a vertente de que, para a verdadeira democracia cultural, é preciso investir nos indivíduos, cidadãos que têm direito à produção (e não somente ao consumo), “pois hoje não se fala mais em democratização da cultura, mas sim em democracia cultural, que, ao contrário da primeira, tem por princípio favorecer a expressão de subculturas particulares e fornecer aos excluídos da cultura tradicional os meios de desenvolvimento para eles mesmos se cultivarem, segundo suas próprias necessidades e exigências. (BOTELHO, 2001, pp.81-82). Chauí (1995) afirma que ao tomar a cultura enquanto direito pressupõe entender a cidadania cultural a partir da visualização da diferença entre “carência, privilégio e direito”.

### **Cultura e construção de identidades**

Na medida em que uma cultura de massa avança sobre uma cultura local, ocorre o que Hall chama de homogeneização das identidades culturais. Assim, os meios de comunicação considerados de massa, tornam-se os responsáveis pela constituição





das identidades nacionais, em caso de oposição e resistência a essa cultura, ou pela proliferação da mesma na formação de novas identidades. E em relação a isso, Hall ainda afirma:

A questão da identidade está sendo extensamente discutida na teoria social. Em essência, o argumento é o seguinte: as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. Assim a chamada ‘crise de identidade’ é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (HALL, 2006, p.7)

A definição de Castells (1996) diferencia a identidade (que organiza os significados) e os papéis (ligados às funções na sociedade). As identidades, sempre construídas, o são a partir de identificações simbólicas, portanto culturais. A matéria-prima fornecida é oriunda da história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos e poder e revelações de cunho religioso. Para o autor, “esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço”. (CASTELLS, 1996, p.23)





Mesmo entendendo, como Canclini, que “nas novas gerações, as identidades se organizam menos em torno dos símbolos histórico-territoriais, os da memória-pátria, do que em torno dos de Hollywood, Televisa ou Benetton” (CANCLINI, 2006a, p. 380), pode-se perceber que existem formas de apropriação cultural, que fogem do padrão hegemônico e que cada sociedade usa dos bens simbólicos de forma diferenciada.

Conforme Giddens (1997, p.100): “Seja pessoal ou coletiva, a identidade pressupõe significado; (...) A identidade é a criação da constância através do tempo, a verdadeira união do passado, com um futuro antecipado.” Portanto, a definição e constante redefinição de identidades está inserida na dinâmica dos processos, dispositivos e sistemas simbólicos que a todo o momento se relativizam num sistema amplo de valores culturais.

A relação da narração com a identidade é constitutiva: não há identidade cultural que não seja contada (J.M. Marinas, H. Bhabha). Essa relação entre narratividade e reconhecimento da identidade se faz preciosamente visível na polissemia castelhana do verbo contar, quando nos referimos aos direitos das culturas, tanto das minorias quanto dos povos. Pois para que a pluralidade das culturas do mundo seja politicamente levada em conta, é indispensável que a diversidade de identidades nos possa ser contada. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.63)





Buscando contextualizar regionalmente, citamos o exemplo de Frederico Westphalen/RS<sup>5</sup>, onde há poucos espaços culturais, nenhum cinema ou teatro público. Os auditórios são de entidades públicas, associações ou de instituições de ensino particular. Na área rural, a cultura e o entretenimento estão baseados fortemente na recepção de conteúdo da televisão brasileira aberta, através do sistema de parabólicas. Juntando-se à falta destes equipamentos culturais, verifica-se a necessidade de investimentos na formação cultural.

No projeto de extensão “Vídeo Entre-Linhas: formação de jovens realizadores no interior de Frederico Westphalen”<sup>6</sup>, os adolescentes são os formuladores de seus próprios temas que são transformados em vídeos. Que lugar e que perspectivas têm? O que lhes “faz” a cabeça? Qual a relação que guardam do campo com a cidade? Como as vivências se estabelecem? A era do virtual está a que distância? Que identidades são construídas e reconstruídas? A aceleração do dia-a-dia no campo, a ambientação televisiva e as novas formas de trabalho, não apenas na atividade agrícola, são matrizes culturais que interagem no universo rural. Mas são os participantes que mostram, pensam e reveem tudo isso.

O projeto realiza oficinas de audiovisual para o público jovem que mora nas localidades rurais do município de Frederico Westphalen/RS, as chamadas “linhas”,

5 A realidade das pequenas cidades brasileiras em todo o país é similar, conforme dados da Pesquisa de Informações Básicas Municipais. “A gestão cultural no País ainda não detém, junto às administrações municipais, a centralidade desejada.” Ver IBGE, Perfil dos Municípios Brasileiros/Cultura, 2006.

6 Situado na Região do Médio Alto Uruguai, o município de Frederico Westphalen foi criado em 15/12/1954 e instalado em 28/02/55. Está distante de Porto Alegre 430 km e possui uma área total de 264,5 km<sup>2</sup>, sendo apenas 4,57 km<sup>2</sup> considerados área urbana e 259,93 km<sup>2</sup> destinados à área rural. Com dados do Censo 2000 (IBGE), são 20.394 habitantes na área urbana e 6.322 na área rural, totalizando 26.716 moradores.





oportunizando que eles se apropriem da narrativa e da linguagem do vídeo, para se tornarem produtores e não apenas consumidores culturais “via parabólica”. Atendeu 100 jovens e produziu 10 vídeos nas edições 2007 e 2008 do Programa de Apoio à Extensão Universitária (Proext Cultura), com patrocínio da Petrobras. O projeto atua na formação e capacitação técnica; na produção dos vídeos e na realização de mostras itinerantes nas comunidades.

A falta de estrutura de algumas escolas visitadas pelo projeto, em que sequer o equipamento de vídeo/DVD funcionava, denota ainda uma necessidade de que as políticas de educação estejam articuladas aos aspectos culturais. O limite social do pouco conhecimento audiovisual é decorrente desta falta de estrutura física e humana voltada à cultura retratam o quanto ainda é preciso o investimento nesta área para que o audiovisual passe a ser visto como uma necessidade da escola, mais que um desejo de alunos e professores.

Observa-se que os jovens participantes mostram-se ansiosos em “mostrar a sua cara”, pois todos os temas dos vídeos produzidos estão vinculados à vida em comunidade, ao histórico dos lugares e aos hábitos mais peculiares do interior. Aproveitando esta vontade dos jovens, é preciso a mobilização política vinda da cidadania local, ONGs, universidades, escolas, bem como, principalmente, como políticas públicas de incentivo à educação para os meios.

Cicília Peruzzo propõe que: “Educação significa educar para a sociedade. É a socialização do patrimônio de conhecimento acumulado, o saber sobre os meios





de obter o conhecimento e as formas de convivência social. É também educar para a convivência social e a cidadania, para a tomada de consciência e o exercício dos direitos e deveres do cidadão.” (PERUZZO, 2005, online).

A participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, uma vez que possibilita a pessoa tornar-se sujeito de atividades de ação comunitária e dos meios de comunicação ali forjados, o que resulta num processo educativo, sem se estar nos bancos escolares. A pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele. Tende a agregar novos elementos à sua cultura. (PERUZZO, 2005, online)

Segundo Paiva (2007), com a geração de novas formas de expressão, de novas linguagens, está-se buscando uma nova postura social. Richard Rorty afirma que a redescritção se consolida em dois movimentos: o primeiro é a capacidade de recontar histórias que, em última análise, qualificam os indivíduos dela participantes como membros da comunidade atual e da construção da história coletiva e o segundo se dá nas mudanças de vocabulário com o uso de expressões novas ou com nova roupagem. Rorty propõe a “redescritção do sujeito como tarefa inclusiva necessária e fundamental para a construção de novas relações entre os povos”. (apud PAIVA, 2007, p.141)

O projeto permite a reflexão sobre a maneira como o jovem capta os sinais da mídia em sua vivência local (neste caso, na cidade de Frederico Westphalen, no interior





do Rio Grande do Sul). Por ter, em sua grande maioria, acesso aos meios audiovisuais da atualidade, muitos acabam se identificando mais com padrões internacionais (filmes norte-americanos) do que com a produção do cinema nacional. Os jovens que participaram do projeto, apesar de estarem à margem de processos da utilização de mídias em geral no seu cotidiano, ou na assistência a filmes além dos que são passados na TV, conhecem um pouco da linguagem audiovisual. E mais ainda, sabem o que lhes falta, no sentido da expressão e na busca desta comunicação.

É preciso buscar o entendimento das construções simbólicas da identidade do jovem que oscila entre seus projetos individuais (normalmente associados à saída de seu ambiente original) a outros valores de tradição e de família. A intensificação através da comunicação entre os universos culturais distintos, se hibridizam o “rural” e o “urbano”, antes pontos precisos e definidores de identidades socioculturais.

Para Canclini, a revitalização do sentido público da vida social não pode depender somente dos Estados. “A criação de lugares multidirecionais, diversificados e de comunicação aberta, promovidos e geridos desde focos heterogêneos da vida social, tal como se manifestam na Internet, faz pensar em outros tipos de espaços e esferas públicas. Deles estão participando governos, empresas e movimentos socioculturais independentes.” (2006b, p.34). Projetos como esse que, espalhados pelo Brasil, estão formando uma nova forma de fazer Cultura e Comunicação, criando condições para maior pluralidade de manifestações culturais dos jovens e demonstrando que a apropriação dos dispositivos tecnológicos torna-se importante recurso de inclusão sociocultural.





## Considerações finais

Tal é o espelho enganador que ensina às crianças latino-americanas a se olharem com os olhos daqueles que as desprezam, e as condiciona a aceitar como destino uma realidade que as humilha. A ofensiva aviltante da incomunicação nos obriga a medir a importância do desafio cultural. Mais do que nunca, é preciso enfrentá-lo quando os meios de comunicação gostariam de nos convencer a abandonar a esperança como se abandona um cavalo cansado. (GALEANO, 2006, p.154)

Com estas palavras, reafirmamos que a comunicação efetiva e a democracia cultural são bases sólidas para a manutenção da esperança. A midiaticização da sociedade traz inúmeros desafios, sem respostas prontas em relação ao consumo, sem ideias definitivas sobre os efeitos da mídia. Mesmo quando temos, no Brasil, a televisão como o meio de comunicação de maior penetração social, e sabendo-se de que sua influência é grande, inúmeros projetos na área cultural demonstram que há sim um espaço de negociação entre a indústria cultural e as culturas regionais.

Em relação aos jovens, precisamos repensar e remover as barreiras buscando criar uma nova geração, esta com maior acesso à cultura e com formação crítica e cidadã. Percebemos a essência e a importância do acesso à cultura e à educação pela população jovem. Os temas escolhidos para os vídeos do projeto Entre-Linhas resgatam histórias, o papel da escola e do ambiente natural. Ao pensar e formular seus próprios vídeos, autonomia e protagonismo juvenil surgem espontaneamente.





Com a discussão dos temas associados à midiaticização e à formação da cultura audiovisual entre jovens de uma cidade com pouco mais de 27 mil habitantes, aponta-se para a importância de entender a cultura como um espaço de vivência cotidiana e também como fator de desenvolvimento humano e social. A partir das oficinas de audiovisual e do contato e da interação com meios, técnicas e práticas de produção, os jovens que participam de projetos semelhantes em todo o país passam também a ser receptores diferenciados da programação de televisão, mais críticos e atentos.

A desigualdade brasileira, tão injusta, atinge a cultura, mas é preciso enfrentar o problema consistentemente, com os olhos de quem vislumbra uma sociedade melhor, em que todos tenham acesso à cultura. Quanto ao Estado e às políticas públicas, torna-se claro que o fomento à cultura deve ser ainda mais ampliado, na perspectiva de que a cidadania passa também pelo acesso à cultura.

Não se trata apenas de um acesso “cosmético”, de viabilização do cidadão no papel exclusivo de receptor. Mas de um acesso democratizado, verdadeiro, em que as pessoas possam produzir, compreender, refletir sobre suas culturas e identidades. A cidadania depende da democracia; e esta da cultura política, que é resultado do amplo acesso à arte, cultura e educação.

## Referências

ADORNO, T. *Indústria cultural e sociedade*. 5.ed. SP: Paz e Terra, 2002.





BOBBIO, N. *Os intelectuais e o poder: dúvidas e opções dos homens de cultura na sociedade contemporânea*. Trad. Marco Aurélio Nogueira. SP: Ed. UNESP, 1997.

BOTELHO, I. *Dimensões da cultura e políticas públicas*. *São Paulo Perspec.*, São Paulo, v. 15, n. 2, Apr. 2001. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-88392001000200011&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000200011&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 20 nov. 2009.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. RJ: Jorge Zahar, 1997.

BRAGA, J.L.; CALAZANS, R. *Comunicação e Educação: questões delicadas na interface*. SP: Hacker Editores, 2001.

CANCLINI, N.G. *Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização*. RJ: UFRJ, 2006.

\_\_\_\_\_. Cultura e comunicação no desenvolvimento latino-americano. In: ESCOSTEGUY, Ana (org.). *Comunicação, cultura e mediações tecnológicas*. POA: Edipucrs, 2006. pp.19-36





CASTELLS, M. Fluxos, redes e identidades: uma teoria crítica da sociedade informacional. In: CASTELLS, Manuel et al. *Novas perspectivas críticas em educação*. POA: Artes Médicas, 1996. p. 3-32.

CHAUÍ, M. Cultura política e política cultural. *Estud. av.* (online). 1995, vol.9, n.23, pp. 71-84. ISSN 0103-4014. doi: 10.1590/S0103-40141995000100006. Acesso em: 20 nov. 2009.

DÓRIA, C.A. Algumas teses (equivocadas ou não) sobre o Estado e a cultura brasileira. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL EM ECONOMIA DA CULTURA, Recife/PE, 16 a 20 jul. 2007. *Anais eletrônicos*. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/ascom/economia/algumas%20teses.pdf>>. Acesso em: 10 jun 2007.

FERGUSON, M. e GOLDING, P. (ed.) *Economia Política y Estudios Culturales*. Barcelona: Bosch Editores, 1998.

GALEANO, E. A caminho de uma sociedade da incomunicação? In: MORAES, D. *Sociedade Midiatizada*. RJ: Mauad, 2006. p.149-154.

GIDDENS, A. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, U; GIDDENS, A; LASH, S. *Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. SP: Ed. UNESP, 1997. 73-133.





HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. RJ: DP&A, 2006.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. IPEA. Brasília, 2007.  
Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/003/00301009.jsp?ttCD\\_CHAVE=2094](http://www.ipea.gov.br/003/00301009.jsp?ttCD_CHAVE=2094)>  
Acesso em: 20 jul. 2007.

LIMA, V.A. Comunicação, Política e Cidadania. *Revista Fronteiras: estudos midiáticos*. Vol III, nº 2. dez. 2001. p.191-209 .

MARTÍN-BARBERO, J. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, D. *Sociedade Midiatizada*. RJ: Mauad, 2006. p.51-79.

\_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. RJ; Ed. UFRJ, 2001.

MEJÍA-ARANGO, J. L. Apuntes sobre las políticas culturales en América Latina, 1987-2009. *Pensamiento Iberoamericano*. N.4. Jun/2009. Disponível em: <<http://www.pensamientoiberoamericano.org/articulos/4/97/0/apuntes-sobre-las-politicas-culturales-en-america-latina-1987-2009.html>>. Acesso em: 25 out. 2009.





MORAES, D. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In: \_\_\_\_\_. *Sociedade Midiatizada*. RJ: Mauad, 2006. p.33-49.

PAIVA, R. *Para reinterpretar a comunicação comunitária*. In: PAIVA, R.(org). O retorno da comunidade. RJ: Mauad, 2007.

PERUZZO, C. M. *Comunicação comunitária e educação para a cidadania*. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>>. 2005. Acesso em: 20 jul 2008.

PESQUISA de Informações Básicas Municipais. Perfil dos Municípios Brasileiros/ Cultura. IBGE, 2006. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2009.

POPULAÇÃO Jovem do Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/populacao\\_jovem\\_brasil/comentario1.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/populacao_jovem_brasil/comentario1.pdf)>

PORTO, M. Recuperar a dimensão política da cultura: nosso principal desafio. *Pensar Ibero-America Revista de Cultura*, N.7, (online), set./dez. 2004. Disponível em:<<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric07a03.htm>>. Acesso em: 15 nov. 2010.





REIS, A.C.F; MARCO, K. De (orgs.). *Economia da cultura: ideias e vivências*. RJ; Publit, 2009.

RIBEIRO, R.J. *Que política para a cultura*. São Paulo: 2003. Disponível em: <<http://www.renatojanine.pro.br/Cultura/politica2.html>>. Acesso em: 20. nov. 2010.

SILVA, F.B; ARAÚJO, H.; SILVEIRA, F. G.; SOUZA, A.L. *Cultura, consumo e direitos*. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/ascom/economia/cultura%20consumo.pdf>>. Acesso em: 25 out 2010.

SISTEMA de Informações e Indicadores Culturais. Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic\\_culturais/2003/indic\\_culturais2003.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2003/indic_culturais2003.pdf)>. Acesso em: 10 jun 2007.

THOMPSON, J.B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 9.ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2008.



## Educação e comunicação nos movimentos sociais rurais

Emerson dos Santos Dias

Passado um quarto de século desde sua criação oficial, duas afirmações podem ser feitas sobre o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST): primeiro que, com exceção de algumas aldeias indígenas isoladas, não há brasileiro que diga jamais ter ouvido falar deste grupo; segundo fato identificado é: independente de gostar ou odiar, criticar ou elogiar, apoiar ou não o movimento, ninguém fica indiferente às ações dos seus quase um milhão e meio de integrantes já repercutidas em reportagens, documentários, dissertações e teses, livros, canções e até mesmo em alterações de leis e na sistematização de um processo paralelo de Educação.

Poderiam ser citadas aqui as incontáveis manchetes de jornais e capas de revistas de circulação nacional (prós e contras), os mais de 40 comitês organizados em 17 países (incluindo os Estados Unidos), os prêmios recebidos (entre eles, o Prêmio Rei Balduino, concedido pelo Bélgica (1996) e o Prêmio Internacional à Inovação Tecnológica da Associação dos Engenheiros Industriais da Catalunha, em 2000), a extensa bibliografia – acadêmica, histórica e literária – sobre a mobilização e suas adjacências (que conta com a publicação “Terra” (1997) onde reúne texto de José Saramago, fotografias de Sebastião Salgado e um CD com músicas de Chico Buarque)





ou ainda os milhares de processos judiciais (só para exemplificar, na região do Pontal do Paranapanema (SP) estão em andamento no ano de 2010 mais de 210 ações, espalhadas em oito comarcas).

É de conhecimento público que o MST não foi e não é o único movimento social rural do Brasil<sup>1</sup> e nem tampouco o maior grupo camponês mobilizador numericamente falando se comparado aos inúmeros movimentos registrados formal ou informalmente no país<sup>2</sup>. Mesmo assim, os sem-terra atingiram alto grau de importância histórica e sociológica na virada do Século XX para o XXI exatamente por ter conseguido sobreviver mais de 25 anos lutando<sup>3</sup>, reorganizando-se internamente durante este período e ainda atuando em diversas frentes, assumindo outras bandeiras reivindicatórias da sociedade.

As três frentes destacadas são complementos pertinentes aos fatores analisados neste artigo. São elas: 1) apresentação frequente nos debates públicos

1 Historicamente, temos as Ligas Camponesas (décadas de 1940 e 1950) como principais referências das mobilizações no campo. Só para citar algumas que estão em atividade, temos a Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG), Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar (FETRAF), Movimento dos Agricultores Sem Terra (MAST), Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra da Base (MST da Base, criado pelo dissidente do MST, José Rainha), Movimento de Libertação dos Sem Terra (MLST), Movimento Terra Brasil (MTB) e União dos Movimentos Sociais Pela Terra (UNITERRA), além da Via Campesina (resultado da união internacional de trabalhadores rurais).

2 A CONTAG é a organização que reúne o maior número de agricultores do Brasil atualmente. A própria confederação define-se como “a maior entidade sindical de trabalhadores e trabalhadoras rurais da atualidade. (...) Hoje, são 27 federações que reúnem cerca de 4 mil sindicatos rurais e 20 milhões de trabalhadores e trabalhadoras do campo” (fonte: [www.contag.org.br](http://www.contag.org.br). Acesso em 25.05.2010). o MST conta com cerca de 350 mil famílias (perto de 1,5 milhão de pessoas).

3 Grupamentos sem-terra existem desde a década de 1970, mas o MST foi oficializado somente em janeiro de 1984, durante o 1º Congresso Nacional Sem-Terra, realizado em Cascavel (PR).





nacionais e até internacionais (englobando ações pela igualdade social, proteção ao meio ambiente, direitos universais do cidadão, entre outros), além de o grupo exercer papel fundamental no ressurgimento dos movimentos sociais do campo no Brasil e reforçar mobilizações rurais em outros países por meio da Via Campesina; 2) desenvolvimento de projetos em vários setores – como educação, alimentação, gerenciamento de cooperativas, construção de centros de formação, etc. – na intenção de atuar em outras áreas e também de dominar e aprimorar técnicas de todas as escalas da produção; 3) trazer à tona não apenas discussões sobre a importância da Reforma Agrária no Brasil, mas também explicitar claramente a inoperância de diversos setores do Estado que deixaram de proporcionar (alguns nunca proporcionaram de fato) ao cidadão os direitos previstos na Constituição Federal: moradia, alimentação, educação, saúde, emprego e o direito aos espaços públicos – seja no campo ou nas cidades – onde possam trabalhar, produzir e ter uma vida digna.

Sobreviver 25 anos e atingir a “maioridade” torna o MST um dos importantes objetos empíricos dentro de pesquisas desenvolvidas nas Ciências Humanas, especificamente em relação aos movimentos sociais e às políticas sociais. Isso porque os sem-terra provocam reformulações de pesquisas e teorias dos estudiosos que não esperavam ver um simples movimento de origem camponesa ocupar um espaço até então propenso às mobilizações urbanas, enquanto se apresentam na contramão dos conceitos da estrutura sócio-econômica atual.

Contrariando expectativas históricas, o pequeno agricultor sobreviveu à condenação iminente de ser consumido pelo crescente pensamento econômico





capitalista que o envolvia no passado e hoje, além de ganhar força por meio de uma estrutura organizacional pouco compreendida pelos pesquisadores (e comunicadores) sociais, está engrossando a resistência de outras mobilizações populares, como as que invocam os direitos à casa própria (movimento dos sem-teto, por exemplo), à melhor distribuição de renda, a uma melhor qualidade da saúde pública e até mesmo a maior inserção de excluídos em escolas e universidades. No caso do MST e de outros grupos que integram os movimentos sociais rurais, existem atualmente milhares de jovens usando Instituições de Ensino Superior (IES) como nova via de acesso para o desenvolvimento dele como agente ativo do grupo.

### **Educação e ação**

Dados do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA)<sup>4</sup>, apontam que pelo menos 3 mil assentados ou acampados estudaram ou estão em um dos 39 cursos oferecidos em universidades brasileiras e estrangeiras. Parte destas conquistas é creditada ao Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária (PRONERA), projeto vinculado ao Ministério do Desenvolvimento Agrário desde a criação em 1998, que tem como objetivo criar vínculos e parcerias entre as instituições e os movimentos sociais do campo para dar condições aos cursos alfabetização, ensino técnico e superior. Somados aos cursos técnicos, já passa de 50 o número de IES (nove

<sup>4</sup> Dados colhidos no site do INCRA ([www.incra.gov.br](http://www.incra.gov.br)) em agosto de 2010. Conforme pesquisa do autor, dados do MST de cinco anos atrás (janeiro de 2005) apontavam 950 universitários sem-terra, sendo 58 deles alunos da Escola Latinoamericana de Medicina em Cuba, o primeiro grupo a participar de um intercâmbio internacional específico para jovens integrantes do movimento.





centros técnicos e 43 faculdades e universidades<sup>5</sup>) envolvidos no programa. Ainda segundo dados do Inbra, de 1998 a 2002, o Pronera foi responsável pela formação de 122.915 assentados (do ensino fundamental até o superior). De 2003 a 2008, mais 400 mil jovens e adultos tiveram acesso à escolarização (fundamental e médio). Atualmente, 17.478 pessoas estão em processo de formação e aprendizagem no Brasil.

O exemplo mais recente coletado pelo autor justifica o tema deste breve artigo, pois envolve, literalmente, educação e comunicação: em janeiro de 2010, a Universidade Federal do Ceará (UFC) passou a oferecer o primeiro curso de Jornalismo no país voltado para jovens do MST. Segundo a coordenadora da área de Comunicação Social da UFC, Márcia Vidal Nunes, a nova graduação teve o aval do Pronera e oferece 60 vagas para o curso que duração de quatro anos. Conforme informações contidas no site da instituição, as vagas são oferecidas através de vestibular e as aulas serão ministradas tanto na universidade quanto nas comunidades dos assentados<sup>6</sup>.

Somente o Setor de Educação do movimento sem-terra já é considerada uma estrutura gigantesca que funciona como uma engrenagem de retroalimentação: aprendizagem leva ao conhecimento, que leva ao questionamento de condições sociais decadentes, que leva a um processo de mobilização, que por sua vez busca melhorias às condições da população e que tende – na maioria das vezes – a desenvolver um sistema alternativo de aprendizagem, fazendo girar progressivamente o processo. Isso quer dizer que a evolução do MST não necessita da aprovação ou reprovação social:

---

5 Segundo informações do Pronera no site do Ministério do Desenvolvimento Agrário ([www.mda.gov.br](http://www.mda.gov.br)).

6 Ver detalhes no site [www.ufc.br](http://www.ufc.br)





independente de apoio ou críticas da comunidade, os sem-terra seguem em frente com projeto central – a Reforma Agrária – amparando também outras bandeiras já citadas, ganhando espaço no campo e na cidade (nacional e internacionalmente) enquanto reprocessam ações e ampliam novas frentes.

Foi pensando de maneira hegemônica que lideranças e educadores pensaram estrategicamente em conseguir brechas no mundo acadêmico nas áreas em que o movimento tem interesse, dando origem ao universitário sem-terra. Se uma das necessidades iniciais dentro dos acampamentos do MST era de professores, as conquistas foram se ampliando para segmentos necessários ali e também nos assentamentos: engenheiros agrônomos e técnicos em Agropecuária Sustentável para as terras conquistadas; jovens formados em Direito para ampliar as defesas jurídicas do grupo; contabilistas e economistas para o auxílio de associações e cooperativas, etc. Boa parte destes espaços obtidos junto às IES foram articulações próprias do MST e que antecederam reservas de vagas destinadas a negros (no Brasil) e índios (no Paraná)<sup>7</sup>.

Conforme descrição de Gohn (2000) e Caldart (2000), os cursos de superiores e de formação profissionalizante do MST tentam articular sua própria metodologia,

---

7 O Paraná foi pioneiro na elaboração de uma lei – a 13.134/01 – que garantia 18 vagas anuais para universitários indígenas nas instituições de ensino estadual, além de uma ajuda de custo no valor de um salário mínimo. As vagas variam de ano em ano, na intenção de oferecer futuramente todos os setores científicos disponíveis nas universidades. Este pesquisador acompanhou durante dois dias – 15 e 16 de março de 2003 – em Guarapuava (PR), um encontro organizado pelos então 28 índios universitários do Estado. Com a ajuda de juristas e antropólogos, somado ao acompanhamento de caciques das 14 principais reservas indígenas do Paraná, foi criada a Associação Indígena de Universitários do Paraná (AIUP).





apresentando problemas durante as aulas e colocando situações e desafios que os alunos são incitados a darem respostas. Ainda assim, as dificuldades persistem. A formação dos alunos nos cursos garante uma nova visão dos problemas sociais, provocando conflitos entre o vivido e o recebido, sendo o primeiro permeado de sentimentos subjetivos, enquanto o segundo – carregado de objetividade – é pautado no racionalismo. Ainda de acordo com Gohn (2000, p. 128), os dirigentes do MST parecem estar conscientes de que os três pontos básicos da formação do jovem – análise da conjuntura, consciência e organização – ainda são insuficientes para revolver diversos problemas e garantir a participação dos novos profissionais na militância sob moldes semelhantes aos dos anos 70 e 80.

Este parece ser o novo caminho para combater as desigualdades no acesso à terra: formar jovens que passam a compreender o meio que o cerca, tanto enquanto estudante do ensino fundamental e médio de escolas de acampamentos e assentamentos quando acadêmico de universidades brasileiras e estrangeiras, onde sua presença passa a ser de agente acumulador de conhecimento científico, mas também de agente disseminador (comunicador) das propostas dos movimentos sociais, ampliando o poderio das ferramentas de difusão de informações desenvolvido e estruturado pelo movimento: jornal e revista próprios, colaboradores de ONGs nacionais e internacionais trabalhando na dispersão de idéias e notícias pelo mundo e presença na Internet por meio de site oficial e participação nas redes sociais, além de divulgação de livros, artigos, pesquisas e até mesmo material audiovisual para os interessados<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Acessar o site [www.mst.org.br](http://www.mst.org.br) e verificar toda a estrutura de divulgação do movimento.





Fonseca (2006) destaca ainda outros atrativos ligados ao campo da publicidade, mas que também funcionam como estratégia comunicacional.

O MST desenvolveu um repertório enorme de produtos para difundir suas idéias. No sítio da organização da internet é possível comprar cadernos como *A Vez dos Valores*, onde se ensina a importância da solidariedade e do companheirismo nos acampamentos e assentamentos, CDs com músicas em ritmos populares que motivam a luta pela conquista da terra, além de cartilhas, bandeiras, bonés, quadros com fotografias feitas por Sebastião Salgado, camisetas, agendas, bandanas, botons, bolsas, vídeos, livros e outros itens. (FONSECA, 2006, p. 13)

Para mostrar o grau de compreensão e de sintonia que o movimento adquiriu junto aos referenciais da Comunicação Comunitária, vale destacar alguns dos meios de divulgação desenvolvidos pelo MST:

**MST na (própria) mídia:**

*Jornal Sem-terra – mensal (1984)*

*Revista Sem-Terra – bimestral (1995)*

*Site: [www.mst.org.br](http://www.mst.org.br) (1996 – 7 idiomas)*

*Boletim Eletrônico “Letra Viva” (1998)*

*Vozes da Terra – programa de rádio (2000)*

*Comunicados (sazonais via on line)*

*[letraviva@mst.org.br](mailto:letraviva@mst.org.br) // [comunicacao@mst.org.br](mailto:comunicacao@mst.org.br)*

*Twitter: MST\_Oficial*

Fonte: levantamento do autor (2010)





Os sem-terra são conhecidos pela eficiência com que utilizam os canais próprios de mídia e também quando fazem das mobilizações verdadeiras panfletagens político-sociais. Mesmo sendo muitas vezes criticados pelos detentores da grande imprensa brasileira (principalmente as redes de TV e revistas semanais), ações como bloqueio de praças de pedágio, passeatas, reuniões e conferências reforçam a marca “MST” na memória porque foram e são insistentemente exibidos em reportagens impressas e audiovisuais ao longo das últimas três décadas. Consciente ou inconscientemente, os agricultores sem-terra usam – com experiência – o referencial de Debord (2003) sobre tornar o próprio indivíduo e seus atos um espetáculo.

Para a pesquisadora Maria da Glória Gohn (2000), as inserções na mídia se integram ao contínuo trabalho de arrebanhar simpatizantes e aos referenciais clássicos do movimento, como a bandeira (criada em 1987), slogans oficializados em congressos, rituais, marchas e datas históricas sempre revisitadas (como a chacina de Eldorado dos Carajás (PA), em 17 de abril de 1996, onde 19 morreram e 69 ficaram feridos).

Há necessidade de um corpo de ativistas, datas comemorativas, lugares simbólicos, grandes eventos como marchas e congressos; fundos têm que ser levantados e arrecadados, cartas e boletins devem ser escritos, uma lista de nomes e de endereços de membros e adeptos potenciais deve ser agilizada, além de preparar quadros, orçamentos, obter informações a respeito das políticas e das prioridades públicas etc. (GOHN, 2000, p. 43)





O processo de comunicação do MST utiliza-se de outro braço eficiente além das já conhecidas mídias (impressa, audiovisual e virtual) e também das mobilizações social-panfletárias: o universitário sem-terra. Em tempos de debates sobre redes sociais virtuais, este novo personagem sociológico não apenas interage como busca alterar a malha social onde circula por meio da difusão de informações.

### **Do campo ao campus**

Encarar a formação educacional como formação também política sempre foi uma condição proposta pela coordenação do MST, mas serviria para qualquer mobilização social, no campo ou na cidade. Um dos coordenadores nacionais dos sem-terra, João Pedro Stédile, está entre os que pensam os problemas sociais como políticos e afirma que a falta de moradia e de emprego, a concentração de terras, a má gestão do dinheiro público e a baixa qualidade do ensino são exemplos destes problemas políticos. Stédile reforça ainda que as mudanças perseguidas pelo MST devem ir além da Reforma Agrária.

O MST é um movimento de camponeses pobres cujos objetivos são: em primeiro lugar, eliminar a pobreza no meio rural; em segundo lugar, eliminar as desigualdades sociais; em terceiro lugar, fazer com que o cidadão do campo seja um homem completo, ou seja, saia de sua ignorância, de seus conhecimentos empíricos, e tenha acesso à educação (STÉDILE In ZIRALDO, 2000, p. 8).





Ao analisar repetidamente a história e as mudanças sociais que o Brasil acumulou nas últimas décadas, observa-se que melhorias foram aperfeiçoadas e disponibilizadas ao homem do campo, mas ainda continuam longe de equacionar as condições do meio rural com as dos centros urbanos, absorvidos pela corrida capitalista que envolve as angústias do homem moderno (há concorrências nos setores econômico, profissional, acadêmico, administrativo, político e até mesmo no sentimental).

Basta restringir os olhares à Educação e citar como exemplo as limitações do aprendizado que força o jovem do campo a seguir seus estudos na cidade em busca de cursos profissionalizantes e/ou formação no ensino superior. Até mesmo técnicas utilizadas na produção agrícola – consideradas o mais importante para manter o produtor rural hoje – muitas vezes precisam ser aprimoradas fora do seu meio. A escola visivelmente não consegue oferecer condições que garantam uma aprendizagem sólida e preparo para os jovens brasileiros enfrentarem etapas mais complexas, a começar pelo vestibular.

Ao analisar o jovem do meio rural, seja ele sem-terra ou filho de agricultores, Vela (2001) destaca que vários fatores aumentaram a conscientização dos jovens do campo em relação ao mundo que o cerca, mas também respalda que estes mesmos fatores igualmente aceleraram o processo de formação dos jovens da cidade. Portanto, o distanciamento entre a juventude urbana e a rural pode estar atualmente em outro nível (no âmbito da concorrência profissional, do acúmulo cultural, das condições de assimilação do mundo moderno, etc.), mas continua visível. Alegoricamente falando,





seria como uma bolha dentro de um cano d'água na posição vertical: a pressão que eleva as águas anteriores a bolha faz com que ela empurre o líquido posterior. A pressão avança a massa de água, mas a distância não diminui entre as partes e elas continuam separadas pelo ar. Existem ainda outros fatores que contribuem para minar o desenvolvimento do jovem rural:

O peso das preocupações com a migração rural, a exigência na pluralidade de atividades, as rápidas mudanças na estrutura familiar, o conhecimento, mesmo que intuitivo, de viver e sentir-se num mundo globalizado, possuidores de uma baixa escolaridade, e a entrada no mercado de trabalho cada vez mais cedo, como necessidade para ajuda no grupo doméstico, causam cada vez mais a conformação de um jovem rural desmotivado, ao verificar que não tem mais espaço na divisão da terra com os irmãos, e preocupado ao migrar ou para outras regiões rurais, ou para os centros urbanos, onde a demanda pelo trabalho é bem maior que a oferta, e em extremas condições de desigualdade com o jovem urbano. Um trainee, selecionado como estagiário entre grandes empresas, precisa estar cursando o último ano de uma carreira universitária, ou estar cursando pós-graduação, falar no mínimo uma língua e ter muita criatividade. Isto é certamente, se não algo desconhecido, um sonho para os jovens rurais (VELA, 2001, P. 36-37).

Sobre a formação e reformulação do jovem sem-terra que está “ocupando” as instituições de ensino superior, percebe-se que as iniciativas do Setor de Educação





do MST resultaram em conquistas significativas, como a diminuição do analfabetismo entre os integrantes e a manutenção das crianças em escolas rurais montadas por eles mesmos (ainda que precárias) em assentamentos e acampamentos.

Esta busca, desencadeada pelos primeiros líderes do MST, parece consolidar-se com os universitários sem-terra. Durante pesquisas anteriores (DIAS, 2004 e 2003), percebeu-se que as “ações de ocupação” do MST também são feitas por acadêmicos sem-terra no ambiente urbano onde vivem, já que passaram a infância e adolescência estudando em acampamentos e assentamentos da zona rural. Os depoimentos de Marcelo, Cristiana e Pedro (alguns dos universitários ouvidos pelo autor durante a pesquisa de mestrado), ilustram bem esta condição. Ao falar sobre o que aprendeu com professores do MST, o estudante de Direito afirmou:

Nós estudamos Paulo Freire, Makarenko, Vygotsky<sup>9</sup> e criamos um projeto pedagógico de uma escola que fosse itinerante, em virtude do acampamento de Nova Canudos<sup>10</sup> ser um acampamento de várias desocupações (Marcelo).

Ao discutirem Freire, os jovens sem-terra resgatam a “pedagogia do oprimido” (FREIRE, 1983) e constroem os preceitos de um aprendizado onde a vivência com o

9 Paulo Freire (1921-1997), Lev S. Vygotsky (1896-1934) e Antón S. Makarenko (1888-1939), pensadores críticos na área de Educação.

10 Em junho de 2003, um dos coordenadores do MST no interior de São Paulo, José Rainha Junior, iniciou a convocação de sem-terra de diversas regiões do Estado, além de sem-teto, desempregados e outros interessados, para formarem juntos o acampamento “Nova Canudos” na região do Pontal do Paranapanema (sul de São Paulo). O grupamento, que chegou a reunir cerca de 20 mil pessoas, foi uma alusão direta ao movimento messiânico registrado no final do Século XIX, comandado por Antonio Conselheiro.





meio pode garantir referências importantes dentro do próprio cotidiano. Mararenko, por sua vez, torna-se referência por ter desenvolvido experiências em escolas rurais ucranianas, na década de 1920, onde crianças e jovens participavam de toda a rotina (estudar, mas também trabalhar na manutenção da estrutura, como reproduzindo a colaboração que ocorre entre parentes na agricultura familiar) e ainda tinham poder de opinar, sugerir e votar por mudanças internas que tivessem apoio da maioria. Já Vygotsky, por exemplo, oferece aos estudantes em geral um sistema de aprendizado onde as vivências coletivas dão significado aos assuntos abordados em sala de aula. Mais uma vez, teoria e prática se unem na formação do jovem e percebe-se que a Comunicação torna-se base do processo de mudança pedagógica defendida no passado e no presente.

No texto em que Pellegrini (2001) avalia as idéias de grandes sistematizadores pedagógicos usados por professores e instituições brasileiros, é possível entender que estruturas de ensino devem se complementar, já que nenhum professor ou pensador é dono da verdade. Para Freire, “o processo educativo seria um ato político, uma ação que resultaria em relação de domínio ou de liberdade entre as pessoas. De um lado, estaria a burguesia e, do outro, os operários. Uma pedagogia que libertasse as pessoas oprimidas deveria passar por um intenso diálogo entre professores e alunos” (PELLEGRINI, 2001, p. 22), exatamente o pensamento que os sem-terra procuram seguir. Com Vygotsky, conclui-se que “o indivíduo não nasce pronto nem é cópia do ambiente externo. Em sua evolução intelectual há uma interação constante e





ininterrupta entre processos internos e influência do mundo social” (id., p. 25). Assim sendo, o pensador questiona a idéia de que as crianças vêm ao mundo com suas características pré-determinadas, ao mesmo tempo em que discorda do empirismo, seguindo uma terceira via, a sociointeracionista.

Poderíamos nos alongar por outras teorias pedagógicas, mas os dois exemplos colocados aqui (e citados pelo universitário) já deixam claro que alguns jovens sem-terra estão tentando compreender o que parece explícito para eles: a educação formal apresenta fissuras que dificultam a participação de excluídos sociais no processo de ensino que é oferecido como um direito constitucional a todos. Para um dos entrevistados, estas deficiências também são identificadas em níveis mais avançados.

A universidade – e o curso de Direito principalmente – tem uma formação tecnicista. E tudo que é tecnicista foi feito para manter o que a direita pensa, manter as normas que a direita pensa. E quando você chega com uma bagagem, trabalhando em um movimento social e discutindo o porquê... (pausa). Dentro do movimento social, dentro do MST, você tem a formação. Eu tinha, por exemplo, formação com o Wolkmer<sup>11</sup>, que é um dos maiores pensadores da Filosofia do Direito do Brasil hoje. O movimento me proporcionava isso (Marcelo).

Apesar de explicitarem engajamento, a oportunidade de adentrarem a universidade via movimento não significa que há garantias destes jovens continuam ou

---

11 Antonio Carlos Wolkmer é uma das referências do chamado “Direito Achado na Rua”, projeto que ganhou força na década de 90 e atualmente conta com a participação de juristas que propõem um direito novo que ampliaria a capacidade da população de “autoexecutar” sua participação ativa no processo social. Ver WOLKMER, Antonio C. Introdução ao pensamento jurídico crítico. Porto Alegre : Editora Acadêmica, 1991.





continuarão permanecendo na luta ou até mesmo trabalhando dentro do e para o MST. O que existem são compromissos políticos, éticos e sociais que tendem a direcionar estes jovens para as frentes da luta, como novos reforços para a coordenação, assim como para a retaguarda do grupo (atuando em assentamentos e acampamentos). Outro referencial de extrema importância é que os universitários também desenvolvem um olhar crítico também sobre a própria organização, já que passam a observar as ações do movimento do lado de fora, junto aos demais estudantes urbanos. Este posicionamento crítico serve para retroalimentar a máquina do MST, oferecendo orientações como “placas de sinalização” ao longo da evolução histórica do grupo.

Quando você está dentro da organização, você acredita que é tudo perfeito. Mas agora com uma visão mais crítica, eu acredito que nós precisamos melhorar ainda mais... Qualificar melhor nossos militantes e dirigentes. Nós estamos na linha certa, mas nós precisamos de mais estrutura que possa qualificar as pessoas e que elas possam se sentir agente do processo, responsável por todo esse processo de transformação. Acredito que faltam mais pessoas com essa capacidade pra poder mobilizar muito mais pessoas (Cristiana).

Os depoimentos de Pedro e Cristiana expõem ainda a grande preocupação com a importância das escolhas pessoais que fizeram, no sentido de colaborar e/ou construir novas referências político-sociais para a organização de novos assentamentos e, principalmente, cooperativas.





No caso, eu sugeri [nas opções da inscrição] Administração, Economia e Contabilidade, porque eu já tinha feito alguma coisa nestas áreas. Eu pensei ‘pelo menos eu já tenho um pouquinho de conhecimento’. Depois eu pensei no movimento: qual a melhor opção para o movimento? Mas aí o movimento também tinha esta dificuldade. Até hoje a parte de contabilidade feita por uma cooperativa é feita por pessoas de fora. E estas pessoas de fora não têm o interesse de conhecer a vida da cooperativa ou se preocupar com a vida dos associados. Muitas vezes a questão da administração das cooperativas, das entidades de produção que têm lá dentro do movimento, ela precisa ter uma vida, uma duração, uma continuidade. Se acabar falindo ou quebrando? E a expectativa da situação econômica e financeira dos assentados? O movimento começava a perceber que havia esta deficiência, esta necessidade. Aí eu propus um ano nesta área [escolhida] (Pedro).

“Eu vou ser uma eterna ativista. A gente já está com uma proposta de ir para outro estado e assumir uma tarefa muito difícil. Eu fiquei muito feliz por isso porque eu quero contribuir. Eu não teria sentido, não consigo imaginar trabalhando como assalariada depois de conseguir uma bolsa através do movimento. Eu estaria sendo injusta comigo e com os trabalhadores. Me realizar por completo é poder contribuir colocando o meu saber para os trabalhadores” (Cristiana).

Sobre o sistema usado pelo MST para incentivar seus jovens a fazer o vestibular, vemos que a divulgação por meio dos professores das escolas de assentamentos e pelos próprios universitários sem-terra é a principal maneira de estimular os demais. A velha





dificuldade de assimilar conhecimento para conseguir aprovação é amenizada com a ajuda dos colegas mais instruídos, por meio de cursos preparatórios mais baratos para vestibular (poucos o cursam), ou ainda emprestando material usado por vestibulandos de anos anteriores. Ainda assim, as críticas estão presentes quando o assunto é o sistema de seleção das IES existentes no Brasil, públicas ou privadas. Os estudantes sem-terra parecem estar cientes de que ocupam vagas condicionadas a um sistema que as contabiliza como mercadoria (com seus preços estipulados de acordo com a procura, com o espaço físico, com a necessidade ou não de áreas laboratoriais, etc.).

Como a universidade não consegue lotar as salas e aí entra dentro daquela que a educação é uma quase mercadoria... Então, tanto faz, já que não tem nada, pode botar mais 20 [estudantes] do MST com bolsa que tudo bem. Então para a universidade é bom que tem alunos e pra nós é melhor ainda (Marcelo).

Mas mesmo aceitando esta condição, Marcelo não deixa de construir uma crítica sobre a condição mercadológica do ensino no Brasil. Mais uma vez ele se apoia no tecnicismo para falar sobre o assunto:

A gente não é mercadoria pra ser preparado pro mercado. A gente deve ser preparado pra vida. E o ensino jurídico tem que passar por uma transformação curricular pra mudar. Deixar de ser tecnicista para ser um pouco mais crítico. A Federação Nacional dos Estudantes de Direito tá discutindo isso e nós [estudantes de Direito] já temos uma escola jesuíta





em Belo Horizonte, chamada Escola Dom Elder Câmara, que fez uma grade curricular totalmente pensada através do direito crítico – ensina hermenêutica, semiótica – pra quê? Pra que você possa ter uma visão crítica. Mas ainda são coisas pequenas. Tem que ter mudança (Marcelo).

Além de expor a formação educacional alternativa e paralela ao sistema oficial, percebe-se ainda que este o universitário sem-terra amplia o poderio das ferramentas de difusão de informações desenvolvido e estruturado pelo movimento: colaboram com os jornal e revista próprios do MST, ajudam ONGs nacionais e internacionais (como a Via Campesina), trabalham na dispersão de idéias e notícias pelo mundo e também na presença na Internet por meio de site oficial e participação nas redes sociais, além de divulgarem livros, artigos, pesquisas e até mesmo material audiovisual para qualquer interessado, dentro ou fora das faculdades. São propostas de mudanças que se aliam aos Encontros de Jovens do Campo e da Cidade<sup>12</sup>, ao Fórum Social Mundial e tantos outros eventos disseminados pelo Brasil e pelo mundo.

No caso específico dos universitários, as costuras sociais que eles fazem no campus, como livros e vídeos sugeridos por Marcelo ou as pesquisas levadas à sala por Cristiana – dois dos estudantes sem-terra entrevistados pelo autor durante a pesquisa de mestrado – acabam funcionando como ponte entre os “de fora” e os “de dentro” (BRANCO, 2003). Eles são reflexos da formação do movimento e funcionam como reagentes dentro do “meio estranho” ao que eram acostumados.

<sup>12</sup> Tais encontros são realizados em âmbito nacional, estadual ou regional. Este pesquisador participou de três eventos, mas destaca o 1º Encontro Estadual de Jovens do Campo e da Cidade realizado em Londrina (PR), entre 30 de agosto e 1º de setembro de 2002, onde reuniram-se cerca de 850 pessoas.





Processando as duas condições de vivência, o jovem sem-terra indica ao próprio MST novos caminhos e novos meios para penetrar nas fissuras da sociedade atual. Mas este processo comunicacional feito por eles também expõe ações e iniciativas do MST incompatíveis ou que não estão surtindo efeito dentro das atuais condições sociais e econômicas, como as ocupações de terra (fora dos parâmetros que definem propriedades como improdutivas) e invasões de prédios ou órgãos públicos e estabelecimentos privados tachados de ineficientes. O exemplo dos estudantes mostra que é preciso inicialmente voltar a dialogar com a comunidade, interagir e organizar ações com a participação de todos. Por meio destes diálogos externos, os setores internos do movimento social também sofrem mudanças.

Hoje já não se vê apenas uma ocupação de propriedades rurais, mas a ocupação dos espaços públicos. No campo e na cidade, o cidadão brasileiro (mesmo ainda acanhado) começa a usufruir as recentes descobertas do seu poder político, do “direito a ter direitos” e de exercer a liberdade que lhe é inerente dentro destes espaços públicos. As condições atuais da sociedade brasileira foram, em parte, moldadas pelo “Estado de Bem-Estar” citado por Oliveira (1999), onde o capitalismo absorveu propostas socialistas e acatou reivindicações históricas – aposentadoria, seguro-desemprego, etc. – dos chamados dominados. Esta foi uma tentativa de neutralizar o suposto mau sujeito e anular a política impregnada no ser humano (suprimindo o conflito e discussões, esvaziando as arenas públicas), mas ainda sim foi uma reestruturação importante por parte do Estado.





Mais importante ainda é a busca dos estudantes por colocar em prática a crítica que apresentam no discurso. Marcelo e Cristiana descobriram que a interação com os colegas de classe pode ser feita com dados, pesquisas e até mesmo com produções culturais, como vídeos e documentários.

Muita gente não me conhece, não mantém contato comigo e pensa que eu sou aquele radical de esquerda... Não conhece nada do movimento, mas me vê e vê o movimento da mesma forma que a mídia vê. Aquela coisa ruim, aquela coisa mau... É até interessante porque no semestre passado entrou uma professora de Direito Agrário na universidade que até então não tinha. Ela começou a falar do MST e me pediu uns filmes e eu passei uns [nomes de produções] pra ela. E o pessoal viu aqueles filmes que eu passei e começou uma discussão. (...) Eu passei [os documentários] “Terra de Rose”, “Sonho de Rose”, “Arquiteto da Violência”<sup>13</sup> e um sobre Corumbiara. Aí eu passei e um dos alunos – que está no décimo semestre – disse ‘nossa professora, isso tudo acontece dentro do movimento é?’. Aí surgiu na sala o meu nome. E ele (o aluno) disse ‘eu sempre vejo ele com as coisas do movimento, todas as manifestações que o MST faz na faculdade ele tá junto. Eu tinha um pensamento geral do movimento, mas eu nunca conversei com ele’. Eu faço questão de demarcar, que sou militante do MST” (Marcelo).

---

13 Terra para Rose, com a Direção de Tetê de Moraes (1985), é um registro da luta dos sem terra no Rio Grande do Sul, destacando a Fazenda Anoni e a personagem Rose, camponesa que sonhava conquistar um pedaço de chão junto com os companheiros de luta. O sonho de Rose (Tetê de Moraes-1995) resgata o mesmo grupo registrado na Fazenda Anoni, mostrando o pessoal já assentado, as cooperativas, escolas e demais melhorias na fazenda. Rose, no entanto, não estava mais lá: morreu dia 31 de março de 1987, depois que um caminhão foi jogado contra os sem-terra durante uma manifestação. Além dela, morreram outras duas pessoas. Arquiteto da violência (2000) é um documentário feito no sul do Brasil com base em imagens cedidas por policiais militares que não concordavam com a violência usada pela corporação. A maioria dos fatos registrados ocorreu no Paraná.





É verdade que muitos sofrem com o preconceito e como afirma Branco (2003, p. 66), “são incluídos de forma excludente” no que se refere ao processo educacional e à própria sociedade. No entanto, eles extrapolam o conceito padrão de educação (professor/emissor > aluno/receptáculo) e inserem meios que reforçam suas críticas ao processo de aprendizagem padronizado, ao mesmo tempo em que subsidiam os demais alunos com informações sobre o ‘seu grupo’: o Movimento Sem-Terra.

As pessoas que não conheciam o MST tiveram uma oportunidade de discutir isso mais a fundo. Tinha umas professoras que provocavam e aí a gente ia esclarecendo. E alguns estudantes que são muitos desinformados ficavam inseguros, não sabiam realmente qual lado era verdade. E aí nós conseguimos provar algumas coisas com atitudes concretas. A gente trouxe dados sobre a produção [agrícola], sobre a saúde, a moradia, quer dizer, da dignidade que o movimento desenvolve com os trabalhadores. (...) A gente falava das escolas que nós temos, da proposta da educação, dos prêmios que nós já recebemos... Então as pessoas perguntavam: ‘por que a mídia não fala isso?’... Ora, porque não é importante [dizer ou mostrar isso]” (Cristiana).

Percebe-se mais uma vez que o resgate das referências históricas está implícito nas declarações acima. Vê-se ainda que as “ações de ocupação” estão sendo reformuladas em cima da “bagagem” trazida pelos jovens sem-terra para dentro da universidade, dentro do ambiente urbano onde estão vivendo. Os movimentos sociais compreenderam somente há pouco tempo que são nos processos comunicacionais





simples – vizinhos conversando, pequenos comerciantes interagindo com a comunidade, ONGs colaborando com projetos sociais – que aparecem as costuras sociais necessárias para reforçar as mobilizações.

Para Gohn (2000), a formação do cidadão do MST passa ainda por duas dificuldades básicas: os conflitos entre culturas societárias (baseadas na vivência e experiências anteriores) e os conflitos de ordem “cultural-identitária”, onde se observam dificuldades para o exercício do discurso igualitário do movimento – enquanto ideal maior – dentro da vivência efetiva do dia-a-dia.

Outro problema estaria ainda na formação moral do jovem cidadão sem-terra. É compreensível que a formação basicamente marxista e também religiosa (alinhavada pela Teologia da Libertação), dificulte o trabalho de dirigentes, professores e pais sem-terra, de oferecerem uma imagem ampliada aos filhos – e conseqüentemente estudantes – do que seria o ideal do grupo como movimento social popular dentro dos espaços públicos, visto que os adultos (ou a velha geração) ainda têm dificuldade em discutir temas complexos atuais, ligados ou não ao movimento (desemprego, homossexualismo, ecologia, genética, entre outros assuntos). “O MST tem propostas modernas para as questões econômicas (como as cooperativas), mas ainda tem dificuldades em algumas questões-chave da era da modernidade, como a dos direitos nas problemáticas de gênero (em especial, sobre as mulheres) e em questões culturais sobre raças e etnias” (GOHN, 2000, p.154).

Tais construções sociais e reformulação do pensamento da base tradicional do movimento encontram caminho de reedificação com a Comunicação (seja ela de





massa ou comunitária e popular), como faz o MST ao costurar projetos de divulgação, mobilização e educação, primeiro no interior dos grupos ativistas para depois se expandir para as camadas sociais. Ao construir a identidade de um bairro, uma rua ou um movimento, desconstruem-se os valores duvidosos vigentes na sociedade atual. A colaboração do universitário sem-terra torna-se primordial nas duas pontas do processo de reformulação: garante internamente a reposição de lideranças e funções estratégicas, arejando a coordenação com novas idéias e ações contemporâneas, ao mesmo tempo em que avança entre os jovens urbanos com seus referenciais político-sociais e traz sugestões estando “fora da casa”. Ele pode observar mais atentamente a construção e o planejamento do movimento do qual participa, o que constitui uma visão crítica nova, sólida, melhor e mais eficiente. Uma visão criada sobre, para e dentro do próprio MST, funcionando como novo parâmetro (uma bússola que passa a nortear o agir coletivo ou uma balança que pondera as futuras ações) e também como retroalimentador do grupo, oferecendo um conceito ainda mais amplo dos novos movimentos sociais brasileiros.

### **Referências**

ARENDDT, Hannah. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1992

BRANCO, Maria Teresa Castelo. *Jovens sem-terra: identidades em movimento*. Curitiba : Editora UFPR, 2003





CALDART, Roseli Salete. *Pedagogia do Movimento Sem Terra*. Petrópolis, Vozes, 2000.

\_\_\_\_\_. *Educação em movimento: formação de educadoras e educadores no MST*. Petrópolis: Vozes, 1997.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Projeto Periferia. (www.ebooksbrasil.org) [recurso eletrônico], 2003.

DIAS, Emerson dos Santos. *A maioria do MST e o futuro dos universitários sem-terra*. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – UEL-PR, Londrina.

\_\_\_\_\_. *Conflitos e contradições nas raízes dos movimentos sociais rurais brasileiros*. UEL Londrina : Revista Mediações, v. 8, n. 2, 2003.

FONSECA, Isabel Costa. Estratégias de Comunicação do MST para se inserir na Esfera Pública. IN: *Inovcom - Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação* [recurso eletrônico], Intercom, v. 1, n. 2, 2006

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.





GOHN, Maria da Glória. *Mídia, Terceiro Setor e MST: impactos sobre o futuro das cidades e do campo*. Petrópolis: Vozes, 2000.

OLIVEIRA, Ariovaldo U. *A Geografia das Lutas no Campo*. São Paulo, Contexto, 1999.

PELLEGRINI, Denise. Aprenda com eles e ensine melhor. *Revista Nova Escola*, Editora Abril, São Paulo, n° 139, jan./fev. de 2001.

VELA, Hugo. O novo perfil do jovem rural. *Revista Marco Social*, Rio de Janeiro: Instituto Souza Cruz, maio de 2001.

ZIRALDO [et al.]. A força do Pobre é a quantidade! – Entrevista com João Pedro Stédile. *Revista Bundas*. Rio de Janeiro: Editora Pererê, v. 1, n. 49, p. 6-13, 23 mai. 2000.





## Estudios culturales urbanos en Latinoamérica: comunicación, ciudad y política

Alejandra GARCÍA VARGAS  
Patria ROMÁN VELÁZQUEZ

La vinculación entre ciudad, cultura y política, germinal en la experiencia latinoamericana, se reflexiona desde los proyectos intelectuales que acompañaron los procesos emancipatorios y el lento camino de organización de los estados nacionales latinoamericanos hasta nuestros días, en un recorrido continuo de diálogo cambiante con la producción sobre ciudades de otros continentes.

Es imposible dar cuenta de dos siglos de historia del pensamiento latinoamericano sobre ciudades en estas páginas, por lo que nuestro objetivo es mucho más modesto. Se limita a tomar una parte de esa experiencia, recortada en el tiempo, en el espacio y en el tipo de abordaje, y ponerla en relación con el campo de la Comunicación Social, para abordar críticamente sus potencialidades, límites y alcances. El recorte temporal elige detenerse en textos que se produjeron durante los procesos de recuperación democrática en los países latinoamericanos y la primera parte de la década de 1990. El recorte espacial se limita a los países hispanoparlantes, en la convicción de que la traducción tardía e incompleta de autores brasileños al habla





hispana nos llevaría necesariamente a omitir parte de la importante producción de ese país, por lo que preferimos posponer el abordaje para otra etapa de nuestro estudio. El recorte por énfasis de interés se limita a ciertos tópicos que percibimos como transversales en los estudios culturales urbanos.

### **Mapas clásicos para un campo en formación**

Entre los textos hispanoamericanos que han circulado vastamente por el continente, y a partir de esa trascendencia han sido traducidos a otros idiomas, se encuentran: “Latinoamérica, las ciudades y las ideas” (1977) de José Luis Romero, “La ciudad letrada” (1984) de Ángel Rama, “De los medios a las mediaciones” (1987) de Jesús Martín Barbero, “Culturas híbridas” (1992) y “Consumidores y ciudadanos” (1995) de Néstor García Canclini, y “Una modernidad periférica” (1988) de Beatriz Sarlo. En poco tiempo, esos textos adquirieron categorías de “clásicos” en los estudios del campo de la Comunicación Social dedicados a la ciudad y lo urbano, trabajos que acompañan y enriquecen la renovada intensidad que el tema adquirió para las Ciencias Sociales en general a partir de los procesos de restauración democrática de las dos últimas décadas del siglo XX.

Luego, ingresan dos autores que se inscriben en el filo de lo clásico, con circulación inmediata y lectura recurrente entre los estudiosos de la comunicación latinoamericanos. Se trata de Armando Silva, con “Imaginaris urbanos” (1992), y Rossana Reguillo Cruz con “En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y





usos de la comunicación” (1991), y su posterior “La construcción simbólica de la ciudad” (1996), de menos circulación y lectura que el primero. Ambos, se inscriben abiertamente en el campo de la Comunicación.

Hacia y desde el 2000, es casi imposible resumir la enorme cantidad de textos sobre la ciudad y lo urbano que pueblan el continente. Esa fertilidad quizá sólo pueda abordarse en clave nacional. Por ejemplo, entre los aportes que se produjeron en Argentina se cuentan los libros de Gorelik (1998), Lacarrieu (1998), Svampa (2001), Carman (2006). Producciones de distintos ámbitos disciplinarios que se incorporan rápidamente a la discusión del campo de la comunicación.

Por otra parte, durante todo este tiempo y hasta la actualidad, los autores que hemos mencionado como “clásicos” -excepto José Luis Romero- siguieron produciendo textos sobre ciudades.

Como dijimos, nos detendremos para este artículo en los dos primeros grupos mencionados. Para los demás, consideramos necesario un proceso de lectura y descripción dentro de marcos nacionales que abra el diálogo a la comparación continental o regional.

### **Mapas urbanos en el pensamiento latinoamericano durante la restauración democrática**

Mirados en conjunto, los estudios sobre ciudades del primer período señalado presentan varios puntos transversales, de los que nos interesa destacar la





periodización, la localización y la idea de mezcla o encuentro cultural. Como veremos, esas preocupaciones adquieren diferentes matices en distintos autores, pero se retoman continuamente.

### *Periodización histórica*

“Latinoamérica, las ciudades y las ideas”, cuya primera edición data de 1976, se constituye en una suerte de punto de partida ineludible en este período de estudios sobre ciudades del continente. La centralidad original del libro de José Luis Romero puede rastrearse, entre otras vías, por la manera en que se retoma en los demás autores citados. Por ejemplo, Jesús Martín Barbero, reconoce este estatuto mediante el largo diálogo que emprende con este libro en la tercera parte de “De los medios a las mediaciones” (titulada “Modernidad y massmediación en América Latina”).

El texto de Romero propone una historia en tiempo largo de las ciudades del continente, a partir de ciertos puntos de contacto en la forma de *vivir-juntos* en las ciudades que atraviesan las diversas historias nacionales. Luis Alberto Romero, en el prólogo a la última edición, señala que la clave interpretativa principal del libro reposa sobre la posibilidad de pensar a América Latina en conjunto a partir de “la unidad del estímulo, derivada del hecho colonial, y la diversidad de las respuestas” (Romero, 1986, p. XV). En ese sentido, este libro es una historia de América Latina, que en todo caso se escribe a partir de sus ciudades.

Romero sistematiza formas de lo urbano latinoamericano desde la conquista hasta mediados del siglo XX. Para hacerlo, propone una tipología cronológica que





ordena a las ciudades del continente en base a seis períodos (desarrollados en seis de los siete capítulos del libro). Esos tipos son: ciudades “de las fundaciones” (siglo XVI); “ciudades hidalgas de Indias” (siglo XVII); “ciudades criollas” (últimas décadas del siglo XVIII-primeras del siglo XIX); “ciudades patricias” (desde las independencias hasta 1880); “ciudades burguesas” (1880-1930) y “ciudades masificadas” (1930-1964).

La periodización propuesta por Romero se reproduce en buena parte de los textos posteriores sobre ciudades latinoamericanas sin demasiada discusión. La única que escapa relativamente a estas etapas es Sarlo (1988), ya que trabaja sobre el período 1920-1930, alterando el corte que toma Romero -y recupera Martín Barbero- de 1930 como clave de una “unificación visible” vinculada al proceso de incorporación de los países de la región a la modernidad industrializada y al mercado internacional.

Pero estos textos ya también clásicos realizan el movimiento contrario al emprendido por el historiador argentino, ya que desagregarán, para cada ciudad o para un conjunto, las características que vuelven únicos estos procesos, prestando atención a determinados períodos (el de las “ciudades masificadas” en el caso de Martín Barbero, el de 1920-1930 en el de Sarlo, el de la contemporaneidad en el de García-Canclini). Ya no es una historia social que aborda procesos económicos, sociológicos y culturales en conjunto en tiempo largo, si no que se trata de intereses más localizados y en un lapso de tiempo acotado.





### *Localización metropolitana en capitales nacionales*

También permeó hacia la producción latinoamericana “clásica” (salvo el caso específico de Sarlo, que con persistencia heredada de los Estudios Culturales ingleses se ocupa sólo de Buenos Aires, como también lo hacen otros textos de García Canclini, de corte más antropológico, sobre México DF) el abordaje en conjunto de las ciudades latinoamericanas, y la atención a las capitales nacionales como sitio privilegiado del pensamiento urbano latinoamericano.

En ninguno de los textos posteriores que aquí se han citado se ignorará ni rechazará la conciencia de la *dominación colonial* como rasgo unificador clave de la comprensión de lo latinoamericano.

Las matrices históricas de la massmediación en América Latina que propone Martín Barbero confluyen hacia la experiencia urbana en un registro que abreva fuertemente en la interpretación de las ciudades masivas de José Luis Romero:

(L)as historias de los medios de comunicación siguen -con raras excepciones- dedicadas a estudiar la “estructura económica” o el “contenido ideológico” de los medios, sin plantearse mínimamente el estudio de las mediaciones a través de las cuales los medios adquirieron materialidad institucional y espesor cultural, y en las que se oscila entre párrafos que parecen atribuir la dinámica de los cambios históricos a la influencia de los medios, y otros en los que éstos son reducidos a meros instrumentos pasivos en manos de una clase dotada de casi tanta autonomía como un sujeto kantiano (Martín Barbero, 1998, p. 223).





Tanto la idea de mediación de Jesús Martín Barbero como su propuesta de pensar en términos de matrices la Comunicación Social confluyen en la importancia de la ciudad, porque esas mediaciones se materializan en la ciudad, que dan espesor a la experiencia cultural industrial.

Ahora bien, estas ciudades latinoamericanas, que resultan clave para pensar una historia de América Latina, no son las únicas experiencias urbanas del continente. Sin embargo, la producción que comentamos elude en su trabajo a otras ciudades: aquellas que no son capitales nacionales, o -al menos- puertos que permiten la vinculación con otros países y la inserción en el mercado mundial. Estas ciudades son ignoradas u olvidadas, y su *ser-urbanas* se simplifica mediante el rótulo del “tradicionalismo” que se esgrime como clave explicativa de las sociedades del “interior” de los países. Este tipo de operaciones -de vasta circulación en las Ciencias Sociales del continente- es especialmente intenso en relación con las ciudades, ya que éstas suelen acoplarse a la innovación y la modernidad. Al circunscribir al interior en general y a sus ciudades en particular al vasto e impreciso campo de lo tradicional, se cancela la necesidad de formas específicas de comprensión de sus actores, espacios y relaciones.

Desde esta perspectiva, *llegar* al interior implica un viaje prolongado en el espacio pero también en el tiempo. Esta figura del extrañamiento -y la condena al pasado que ella implica- recorre la producción científica (i.e. la idea de “interior tradicional” de la sociología argentina, ejemplarmente el trabajo de Gino Germani [1969]), artística (i.e. el proceso de desplazamiento del héroe en “Los pasos perdidos”





de Alejo Carpentier (2008) o la descripción de una ciudad polvorienta y detenida en el tiempo, y hasta el mismo título, de la novela “El lugar perdido” [Huidobro, 2007]) y periodística (i.e. cualquiera de los relatos de partidos de fútbol jugados en el interior de la Argentina y transmitidos en vivo por canales televisivos de distribución nacional y sede en Buenos Aires).

Entre los textos que hemos trabajado en la primera parte de este artículo, la exclusión/extrañamiento mencionado se especifica de diversos modos.

José Luis Romero tematiza esta versión de las “sociedades tradicionales” para el caso de las ciudades no-capitales del continente mediante su adscripción a la categoría de “ciudades estancadas” que el autor trabaja en el capítulo sobre “Las ciudades burguesas”, en el que aborda el entresiglo XIX-XX (1880-1930) (Romero, 1986: 250 y ss.). Aquí las ciudades del interior -salvo unas pocas, generalmente puertos- se oponen a las capitales en el contrapunto “transformación/estancamiento”. Para el autor, las ciudades que quedaron al margen de la modernización “conservaron su ambiente provinciano”, que describe del siguiente modo:

No cambiaron cuando otras cambiaban, y esa circunstancia les prestó el aire de *ciudades estancadas*. Muchas de ellas lograron, sin embargo, mantener el ritmo de su actividad mercantil al menos dentro de su área de influencia, pero mantuvieron también su estilo de vida tradicional sin que se acelerara su ritmo. Las calles y las plazas conservaron su paz, la arquitectura su modalidad tradicional, las formas de la convivencia sus normas y sus





reglas acostumbradas. Ciertamente *el horizonte que ofrecían* no se ensanchó, cuando en otras ciudades parecía crecer la posibilidad de la aventura, de la fortuna fácil y el ascenso social. Por contraste las ciudades ajenas a las eruptivas formas de la modernización pudieron parecer más estancadas de lo que eran en realidad” (Romero, 1986, p. 258, resaltado nuestro).

El mismo autor, luego, abunda en estas características:

Lo típico de las *ciudades estancadas o dormidas* no fue tanto la intacta permanencia de su trazado urbano y su arquitectura como la *perduración de sus sociedades*. De hecho, se conservaban en ellas los viejos linajes y los grupos populares tal como se habían constituido en los lejanos tiempos coloniales o en la época patricia. Poco o nada había cambiado y, ciertamente, *nada estimulaba la transformación* de la estructura de las clases dominantes, ni la formación de nuevas clases medias ni la diversificación de las clases populares. (...) Todo lo contrario ocurrió en las ciudades que, directa o indirectamente, quedaron incluidas en el sistema de la nueva economía. Las viejas sociedades comenzaron a transmutarse (...)” (Ib., p. 259, resaltado nuestro).

Jesús Martín-Barbero, directamente, enmudece en relación a ciudades no capitales. Que están excluidas, además, de los *imaginarios urbanos* de Armando Silva, y de la *modernidad periférica* de Sarlo.





Lo que produjo esta exclusión es una serie de consecuencias de diferente tipo. Parte de los trabajos sobre estas (otras) ciudades retoman acríticamente la producción de los que aquí hemos denominado “clásicos” eludiendo la distancia que existe entre las experiencias urbanas metropolitanas y las no-metropolitanas. El efecto, en ocasiones, es catastrófico. Otros, directamente los eluden y caen en la tentación provinciana (en Reino Unido se hablaría de “parroquial”) de intentar explicar sus ciudades sobre la base de su clausura (en este caso, teórica), en una abundancia descriptiva que no quiere -o no puede- sistematizar conclusiones en un horizonte teórico más problemático o más profundo. La producción más interesante, en cambio, dialogará tensamente con esos resultados, y propondrá sus propias mediaciones locales de los avances teóricos y las propuestas metodológicas del propio continente.

Como vemos, la situación -y sus consecuencias- son parecidas al diálogo desigual que se establece entre la teoría de los países centrales y las de los países periféricos. Agravada, en este caso, por la situación de doble dependencia, que parece también duplicar la dimensión *colonizada* de la producción académica de y sobre ciudades no capitales de Latinoamérica.

### *Mezcla y ritmo urbanos*

José Luis Romero emprende en su análisis el relevamiento de una erudita biblioteca sobre ciudades latinoamericanas, en la que conviven textos de la literatura, la historia, la sociología y el ensayismo. En su obra, priman los ejemplos referidas a las





ciudades de Argentina, México, Brasil, Perú y Colombia, aunque también se ocupa de las de otros países latinoamericanos. En cada caso, establecerá diferencias dicotómicas entre experiencias urbanas, y a veces -la mayoría- sobre la estructura social de cada una. Prisionero de su tiempo, en el libro es persistente la preocupación por la “aculturación”, consistente con el esfuerzo dicotómico en la sistematización. Si hay “ciudades en movimiento y ciudades estancadas”, “oligarquías y extranjeros ignorantes” habrá también, por supuesto, enfrentamientos polares entre “cultura” y “no cultura” y un pensamiento que implica procesos de dominación del tipo “aculturación” por parte de una sobre otras.

Es constante, en la producción posterior, el esfuerzo por alterar esa pretensión dicotómica, ya que justamente las ideas de “culturas híbridas” (García Canclini) o “cultura de mezcla” (Sarlo) vienen a confrontar estos supuestos y a acentuar el carácter de mezcla (sobre el de dicotomía con posición dominante) en la experiencia urbana. En el mismo sentido, Ángel Rama propuso pensar Latinoamérica en términos de “transculturación”. Nos preguntamos en qué medida este esfuerzo se realiza “en hueco” sobre el telón de fondo del libro de Romero, o al menos sobre las ideas generales en las que reposa, también, su libro. Esas formas de la mezcla revelan otro *parecido de familia* entre estos clásicos: la atención que prestan a la producción cultural industrial como clave de bóveda de las mixturas producidas por y productoras de la vida urbana a partir de fines del siglo XIX. El tema es de especial relevancia en el libro de Jesús Martín-Barbero, en el que se reúnen la preocupación recién mencionada de





atender un período dentro del siglo XX y la idea de las industrias culturales como co-constitutivas de la dinámica social. La idea de matrices culturales históricas que propone Martín Barbero vendrá a quebrar la ligazón de los estudios comunicacionales latinoamericanos con la tradición estructural-funcionalista norteamericana, a un tiempo que renovará críticamente sus vínculos con los abordajes semiológicos de la ideología, al cuestionar la raíz elitista de enfoques que no problematizan las formas del reconocimiento del discurso mediático.

### **Mapas imaginarios y territorios de la experiencia**

Armando Silva Tellez publica en 1992 el gran libro de los imaginarios urbanos en Latinoamérica, que luego tiene diez reediciones y varias reimpressiones.<sup>1</sup> El abordaje de Silva se ocupará de los imaginarios urbanos, poniendo nombre a una tradición que recoge ciertas preocupaciones ya esbozadas en trabajos anteriores. Fundamentalmente, pondrá en el centro del debate la posibilidad de acceder al conocimiento de la ciudad mediante las imágenes que en ella – y también sobre ella - circulan, como una fuente principal e ineludible.

La renovación fundamental en la propuesta de Silva es la sistematización – mediante una encuesta – de la construcción de lo imaginario en la ciudad desde la perspectiva de los propios habitantes, que se suma a un análisis propio de diferentes imágenes y espacios visuales de las ciudades. Esa superposición entre análisis propios de lo visual-urbano (vidrieras, graffitis, sitios emblemáticos de las ciudades) y

---

1 Néstor García Canclini también visita el espacio de lo imaginario en diversos textos.





sistematización e interpretación de las consideraciones de los ciudadanos y ciudadanas de las ciudades que estudia (Bogotá y San Pablo) introduce ciertos problemas en cuanto al dispositivo metodológico – que abreva fundamentalmente en una opción amplia de la semiótica - , pero al mismo tiempo reúne en un solo libro varias alternativas de gran riqueza. Es el caso, por ejemplo, del contraste entre *mapas y croquis*, conceptos que le ayudarán a pensar las diferencias entre la dimensión instituida de la representación espacial y la dimensión instituyente de las prácticas territoriales sobre esos sitios.

Por su parte, si tomamos como referencia inicial los textos que hemos mencionado como *mapas clásicos* en el apartado anterior, aquí puede observarse un desplazamiento que va desde *la ideología* hacia lo *imaginario*. Movimiento que participa del realizado por la teoría social vinculada a la sociología y el análisis de la cultura de ese momento (la caída del Muro de Berlín) dentro y fuera del continente.

Las prácticas territoriales esbozadas en el trabajo de Silva (1992) como contrapunto de los imaginarios urbanos, son en cambio el foco central del trabajo de Rossana Reguillo Cruz, que por otro lado indica similares preocupaciones teóricas sobre la necesidad de conjugar experiencias y representaciones para dar cuenta de lo urbano latinoamericano.

Además, en “La construcción simbólica de la ciudad”, Rossana Reguillo (1996) renueva la producción sobre ciudades latinoamericanas en otros aspectos. En primer lugar, porque se ocupa de una ciudad no-capital: Guadalajara. Pero también por la atención a actores urbanos en acción y relación a partir de un desastre ambiental que pone al descubierto la trama desigual de esa ciudad.





Son esas mismas preocupaciones teóricas, metodológicas y temáticas las que se señalan en su producción sobre las territorialidades conflictivas de los jóvenes (Reguillo Cruz, 1991), que alcanza mayor difusión y circulación en el continente. Tanto el trabajo de Silva (1992) como el de Reguillo (1991; 1996) se inscriben explícitamente en el campo de la Comunicación Social.

### **Mapas futuros estrategias para seguir mapeando los estudios culturales urbanos de Latinoamérica**

El campo de los estudios sobre Ciudad y Comunicación está ya establecido en Latinoamérica mientras que en Estados Unidos (Burd et al, 2007; Gibson, 2007) o Gran Bretaña (Graham 1996, 1997, 2004; Brunsdon, 2007) es relativamente novedoso.<sup>2</sup> Sin embargo, con frecuencia se nos pide aclarar de qué manera la ciudad forma parte de los estudios sobre la comunicación. Este ensayo aborda esta respuesta mediante el “mapeo” de un área de estudios que resulta significativa por varias causas.<sup>3</sup>

2 En Estados Unidos se enfocan principalmente en los sistemas de comunicaciones en ambientes urbanos, mientras que en Gran Bretaña el énfasis está dado en el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación para la producción o transformación de los espacios urbanos, y las experiencias o interacciones en ellos.

3 En primer lugar, la comunicación puede verse como un proceso que señala las prácticas de producción, circulación y reconocimiento de significaciones, prácticas que exceden la acción de los media e incluyen tanto la comunicación interpersonal como la comunitaria. La ciudad resulta un producto diseñado, planeado y promovido en formas particulares. Múltiples actores forman parte de su producción (arquitectos, funcionarios, planificadores, agentes del mercado), y diferentes discursos e imágenes sobre la ciudad se desarrollan en un proceso de negociación y conflicto constante. La ciudad es también experiencia vivida, en la que la formas físicas de la ciudad resultan tan importantes como las prácticas que definen a esos lugares para sus habitantes y transeúntes. La ciudad suele verse además como un texto o buscarse en los textos que sobre ella se producen. Esta dimensión textual de la ciudad resulta más fácilmente reconocible para el campo de la comunicación social, que aún hoy tiende a privilegiar el análisis de contenidos y por lo tanto reconoce como válida la búsqueda de esas definiciones en textos de las industrias culturales, el arte o la planificación, o la trasposición de la calidad de texto al conjunto urbano.





Nuestra preocupación fundamental al escribir estas líneas fue valorar la importancia de los estudios culturales urbanos en el pensamiento latinoamericano de la Comunicación. El encuentro con los textos “fundantes” reveló, primariamente, su abundancia. El recorte, arbitrario como cualquier proceso de sistematización, fue difícil por la cantidad de textos -de los mismos u otros autores- que quedaron fuera de la lectura.

¿Qué hemos aprendido o qué podemos ver mediante la reflexión crítica de lo heredado?

Creemos que estos pocos textos “clásicos”, de cuya lectura apenas damos algunos indicios, participaron de un diálogo con la producción científico social del período, a la que supieron interpelar y escuchar.

Esa constatación no es menor. Los momentos de mayor riqueza de la producción latinoamericana en Comunicación Social se caracterizan por la capitalización de la transdisciplinariedad y el encuentro de vertientes teóricas y metodológicas que caracterizan desde su conformación a nuestro campo. Además, este ensayo demuestra de qué manera pensar la ciudad desde la Comunicación ha ofrecido una vía fértil para evitar el encierro, del mismo modo que las mismas ciudades, que son abiertas y formadas por una multiplicidad de capas que incluyen varias historias, procesos y relaciones.

Lo dicho hasta aquí nos lleva a afirmar que los estudios culturales urbanos acompañan – y al hacerlo, refuerzan – una forma extendida de la interpretación de la





historia de Latinoamérica. Esa *periodización* fortalece la idea de una historia común, y se destaca en ella el peso de la experiencia colonial, el papel de los Estados Nacionales en la integración al capitalismo mundial, y las dinámicas sociales y económicas propias de lo que se ha dado en llamar la “globalización”. Una vez constituidos los Estados nacionales, la periodización atiende a los procesos de concentración demográfica vinculadas a la industrialización. Por otra parte, si bien no se reflexiona explícitamente en los textos, la misma producción de estudios urbanos de lo que aquí hemos mencionado como “mapas clásicos” remite a una periodización: la cantidad y calidad de estudios sobre ciudades y su distribución en el continente se multiplica y fortalece durante los procesos de restauración democrática que se da en los países de la región hacia inicios de la década de 1980, y el conjunto de estos textos muestra de qué manera las ciudades resultan foco de la preocupación política o de las maneras de volver a comprender, de rehacer, de reconstituir lo político después de la enorme herida que significara esa experiencia histórica. Las maneras de pensar la relación entre economía y política - y sus indudables derivas ideológicas - en la historia reciente de nuestro continente, pero también los avatares de enfoques teóricos y metodológicos para abordarlos se leen en *filigrana* en los textos que se han escrito al calor de esas formas.

Los estudios urbanos, por su mismo objeto, trabajan de manera localizada. Como dijimos, en los textos sobre el tema que aquí se han bosquejado, ese emplazamiento es triple: se trata de la pertenencia a Latinoamérica, a un marco nacional específico (un contexto vinculado al punto anterior, por la importancia de





los estados nacionales como actor histórico central de la periodización mencionada) y al entorno urbano al que se refiere (con las excepciones ya mencionadas). Esa manera de producir la localización implica la consideración en múltiples escalas y al mismo tiempo abona la posibilidad de articular los estudios urbanos con diferentes problemáticas teóricas referidas al espacio. Además, abre la posibilidad de producir estudios comparativos. Esas comparaciones se han realizado en artículos y ensayos que las toman como base o referencia, pero no se sistematizan. Al revés de lo ocurrido en los inicios que comentáramos, período en el que encontramos estudios abocados a las ciudades latinoamericanas en conjunto, y que capitalizaron otras producciones históricas, sociológicas, demográficas, geográficas. Quizá estamos en el momento de renovar esa tradición, produciendo y volviendo explícitos los problemas, las cercanías y las distancias que configuran lo urbano latinoamericano. La vasta cantidad de estudios producidos nos provee de una base sólida para poder recuperar – renovándola - la tradición de la mirada en conjunto. Una tradición renovada que permita especificar para lo urbano latinoamericano las nuevas dimensiones ahora estudiadas en miles de universidades y centros de investigación a lo largo y a lo ancho de Latinoamérica.

La localización de “ciudades latinoamericanas” en el mapa de los estudios urbanos latinoamericanos muestra que sólo algunas de ellas forman parte de la constelación que así se nombra. Sin embargo, es fácilmente constatable, para cualquier asistente a eventos académicos o librerías universitarias del continente, que se producen numerosos estudios de las “ciudades excéntricas”.





Si la ciudad latinoamericana resulta “excéntrica” para las redes pensadas desde las ciudades altamente industrializadas de Occidente, las ciudades que no son capitales nacionales duplican esa excentricidad y reproducen las formas colonizadas de la producción de conocimiento sobre ellas. Cuando escapan a esa doble condena, los estudios sobre ciudades intermedias, pequeñas o medianas, sobre las ciudades que un día fueran industriales o sobre aquellas que se estereotipan para integrar circuitos turísticos o deportivos internacionales, producen un conocimiento localizado y también accesible mediante la atención a múltiples escalas. Lo aprendido puede llevarnos, entonces, hacia un urbanismo comparativo que permita la contrastación entre todas estas experiencias. La Latinoamérica profunda es también predominantemente urbana, como lo muestran sus indicadores demográficos, y estas ciudades doblemente excéntricas pueden verse como textos únicos, y la riqueza de sus espacios y de los hombres y mujeres que los habitan, multiplicarse y potenciarse en la comparación de sus experiencias.<sup>4</sup> Puede aprenderse entonces, de nuestra rica tradición, que la vía abierta de la comparación nos hace pensar Latinoamérica, y que esa Latinoamérica no es sólo metropolitana ni portuaria, si no que se constituye en el diálogo incesante entre playa y montaña, entre puna y pampa.

Las formas de la periodización y la localización enunciadas convergen en la preocupación por la forma en que las culturas urbanas son promesa y a la vez resultado del *encuentro* y la *mezcla culturales*. Esa capacidad de procesamiento y transformación

<sup>4</sup> Son incipientes intentos de realizar este esfuerzo el texto de Portes y Grimson, o los numerosos libros producidos al calor de encuentros o congresos sobre ciudades. En este último caso, los estudios suelen presentarse en toda su riqueza, pero sin ejes o núcleos ordenadores que permitan potenciar o profundizar la comparación.





continua de herencias diversas alimentan los conceptos de *transculturación* (Rama, 1984), *cultura de mezcla* (Sarlo, 1988), *culturas híbridas* (García Canclini, 1992), *mediaciones* (Martín-Barbero 1998). Celebración del encuentro cultural que sin embargo no deja de problematizar que el poder se distribuya de manera sistemáticamente asimétrica. Los detalles de esta mezcla y las dinámicas del poder asociadas a ellas, se profundizarán en la fina mirada de Silva Tellez (1992) a los imaginarios y en el registro etnográfico de Rossana Reguillo Cruz (1991; 1996).

Si las ciudades se imponen para pensar Latinoamérica, como de hecho lo muestran los estudios que aquí hemos descripto, y si incluso son poderosas a la hora de pensar teóricamente la comunicación y las metodologías posibles para su abordaje, pues entonces sólo resta dar el primer paso.

### **Referências**

BRUNSDON, C. *London in cinema: the cinematic city since 1945*, London: BFI, 2007.

BURD, G.; GUMPERT, G.; DRUCKER, S.J. (Eds). *The Urban Communication Reader*, New Jersey: Hampton Press, Inc, 2007.

CARMAN, M. *Las trampas de la cultura*, Buenos Aires: Paidós, 2006.





CORAGGIO, J. L. *Política social y economía del trabajo. Alternativas a la política neoliberal para la ciudad*, Madrid: UNGS/Miño y Dávila Editores, 1999.

CUENYA, B.; HERZER, H. (Eds.). *Fragmentos sociales. Problemas urbanos de la Argentina*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2004.

DAVIS, D. 'Cities in global context: A brief intellectual history', *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(1): 92-109, 2005.

DORFMAN, A.; MATTELART, A.. *How to read Donald Duck: Imperialist ideology in the Disney comic*. Amsterdam: International General, 1975.

GARCIA-CANCLINI, N. *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Mexico, DF: Editorial Grijalbo, 1990.

\_\_\_\_\_. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, DF: Editorial Grijalbo, 1995.

\_\_\_\_\_. *Imaginario urbano*, Buenos Aires: EUDEBA, 1999.

GARCÍA VARGAS, A. (ed.). *Ciudad. San Salvador de Jujuy como texto*. Jujuy: Editorial Universidad Nacional de Jujuy, 2010.





GERMANI, G. *Sociología de la Modernización. Estudios Teóricos, Metodológicos y aplicados a América Latina*, Buenos Aires: Paidós, 1969.

GIBSON, T. *Urban Communication: Production, Text, Context*, Plymouth: Rowman & Littlefield, 2007.

GORELIK, A. *La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires, 1987-1936*, Buenos Aires: UNQ, 1998.

GRAHAM, S.; MARVIN, S. *Telecommunications and the city: Electronic spaces, urban places*. London: Routledge, 1996.

\_\_\_\_\_. 'Telecommunications and the future of cities: debunking the myths', *Cities*, 14(1): 21-29, 1997.

\_\_\_\_\_. Beyond the Dazzling Light: From Dreams of Transcendence to the Remediation of Urban Life: A Research Manifesto, *New Media & Society*, 6(1):16-25, 2004.

HARVEY, D. 'Possible Urban Worlds', Megacities Lecture 4, Netherlands, available at <http://www.megacities.nl/> (accessed 13 September 2010), 2010.





HUIDOBRO, N. *El lugar perdido*, Buenos Aires: Alfaguara/Clarín, 2007.

LACARRIEU, M. 'A Madonna... yo le hago un monumento. Los múltiples y diversos usos de la historia en la ciudad de México', *Alteridades* 8(16): 43-59, 1988.

MARTIN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones*, Mexico DF, Mexico: Gustavo Gill, SA, 1998.

MASSEY, D. 'Imagining Globalisation: Power Geometries of Time-Space' in A. Brah, et al. (eds) *Global Futures: Migration, Environment and Globalization*, Basingstoke, Macmillan, 1998, pp. 27-44.

PRATT, M.L. *Imperial eyes. Travel writing and transculturation*. London: Routledge, 1992.

PORTES, A.; ROBERTS, B.; GRIMSON, A. (eds.). *Ciudades Latinoamericanas - Un análisis comparativo en el umbral del Nuevo siglo*. Buenos Aires, Prometeo, 2005.

RAMA, A. *La ciudad letrada*. Montevideo: Fundación Internacional Ángel Rama, 1984.





REGUILLO, R. *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO, 1991.

\_\_\_\_\_. *Construcción simbólica de la ciudad*. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO, 1996.

ROBINSON, J. 'A world of cities', *The British Journal of Sociology*, 5(4):569-574, 2004.

\_\_\_\_\_. *Ordinary cities. Beyond modernity and development*. London & New York: Routledge, 2006.

ROMERO, J.L. *Latino America: las ciudades y sus ideas*, Buenos Aires: Siglo XXI, 2001.

ROSENTHAL, A. 'Spectacle, fear and protest', *Social Science History*, 24(1): 33-72, 2000.

SÁBATO, H. 'El pluralismo cultural en la Argentina: un balance crítico', in *Historiografía Argentina. 1958-1988*, Buenos Aires: Comité Internacional de Ciencias Históricas/Comité Argentino, 1988.

SARLO, B. *Una modernidad periférica. Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires: Nueva Visión, 1988.





SILVA, A. *Imagarios urbanos. Bogotá y Sao Paulo: cultura y comunicación urbana en América Latina*, Bogotá: Tercer Mundo/Editorial Norma, 1992.

SILVESTRI, G. *El color del río. Historia cultural del Riachuelo*, Buenos Aires, UNQ/Prometeo, 2003.

SVAMPA, M. *Los que ganaron. La vida en los countries y barrios privados*, Buenos Aires: Biblos, 2001.

WILLIAMS, R. *The country and the city*. London: Chatto & Windus, 1973.





## O Relato como Notícia e História: a relação entre moradores e Tenentistas durante a ocupação de Foz do Iguaçu

Emerson dos Santos Dias

Era uma tarde ensolarada e abafada, típica dos outonos secos do Oeste paranaense. A chamada “Divisão Revolucionária” havia saído de Foz do Iguaçu e dirigia-se para o noroeste do Estado em marcha acelerada, margeando a fronteira Brasil-Paraguai e com as tropas legalistas do presidente Arthur Bernardes em seu encalço. A perseguição havia começado depois que dois movimentos tenentistas – a Coluna Paulista e a Divisão do Rio Grande – juntaram forças na região das Cataratas do Iguaçu. Quando os rebeldes se aproximavam de Porto Mendes, atual município de Santa Helena e 110 quilômetros ao norte de Foz, havia dúvidas sobre a real distância que os separava dos homens do Exército.

Foi depois de cruzar o Rio São Francisco Falso que Luis Carlos Prestes, na época submetido ao comando de Miguel Costa (que assumira a chefia do Estado-Maior da Divisão, logo depois que o comandante-geral Isidoro Lopes se exilou no Paraguai), teve a idéia de queimar a ponte para prejudicar o avanço dos quase 4 mil soldados da República (foto 1). Enquanto a armação de madeira crepitava junto com a



vegetação rasteira das margens naquele dia 23 de abril de 1925, os rebeldes ganhavam tempo para se aproximar da fronteira e cruzar toda a tropa e os equipamentos pelo Rio Paraná para seguir Paraguai adentro.

O grupo só voltaria ao Brasil dia 1º de maio daquele ano, pelo sul do Mato Grosso, ainda com a alcunha de Divisão Revolucionária, mas já com Prestes a frente das ações táticas do grupo.



Foto 1: pilares da ponte incendiada pelos rebeldes da Divisão do Rio Grande junto com a Coluna Paulista. Uma ponte foi construída 200 m rio acima e batizada de Ponte Queimada.



An abstract graphic on the left side of the page depicts a torch flame. The flame is rendered with vibrant, flowing colors of yellow, orange, and red, set against a background of light blue and white. The lines are smooth and curved, suggesting the movement and intensity of the fire.

Oficialmente, a Coluna Prestes<sup>1</sup> surgiria 40 dias depois, com a saída de Miguel Costa e a posse de Luis Carlos no comando da famosa marcha que percorreria mais de 25 mil quilômetros pelo Brasil na tentativa de conscientizar a população brasileira a se posicionar contra a passividade da sociedade (e das próprias Forças Armadas) diante das oligarquias políticas e econômicas que dominavam o País.

### **História, memória e comunicação**

O fato histórico descrito anteriormente, envolvendo a queima da ponte e a fuga dos tenentes rebeldes, foi construído pelo autor desta pesquisa a partir dos registros e depoimentos encontrados em acervos oficiais e documentos pessoais de famílias iguaçuenses. A retirada estratégica se destaca entre os relatos por ter sido homenageada – e comprovada – com a construção de um monumento de 25 metros,

1 Considerada um marco dos movimentos revolucionários brasileiros, a Coluna Prestes deu continuidade ao Movimento Tenentista surgido em 1922, no Rio de Janeiro. Os levantes se estenderam do Rio para São Paulo, onde centenas de soldados se mobilizavam contra a passividade das Forças Armadas diante das oligarquias políticas e econômicas que dominavam o País. Com apenas 26 anos de idade, Luis Carlos Prestes se viu influenciado por tais ações. O manifesto gaúcho eclodiu em Santo Ângelo e se estendeu por São Borja e São Luiz. O grupo, já chamado de Divisão do Rio Grande, inicia marcha para se unir aos tenentes paulistas no Paraná, onde Prestes dividiria o comando com Miguel Costa. A liderança total viria em 10 de junho de 1925. O grupo percorreu 13 dos 20 estados brasileiros da época. Em todo o trajeto, a Coluna Prestes jamais propôs arrebatar civis. Suas metas eram claras: conscientizar a população sobre os ideais da revolução e reunir mais soldados contrários ao comando do Exército. A publicidade negativa e desaprovação popular – aliada ao cansaço, fugas constantes e à fome – enfraqueceram o movimento, que seguiu até o auto-exílio na Bolívia em março de 1927. Porém, a crítica às políticas públicas feitas pelo grupo ampliou discussões nas capitais, onde a população urbana – por meio dos jornais e folhetins – acompanhava as ações dos rebeldes pelo interior do Brasil. A Coluna Prestes virou referência das mobilizações sociais e de novos levantes tenentistas posteriores que culminaram com a Revolução de 1930, que depôs Washington Luís e levou Getúlio Vargas ao poder.



projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer quase 75 anos depois (foto 2). Junto à obra que homenageia o levante, uma placa em bronze descreve o percurso da marcha na região (Foz, Porto Mendes, Serra Nova e San Martin no Paraguai) e mantém um texto que elogia “os revolucionários que semearam a esperança de construir um Brasil onde os ideais liberais de representação política e Justiça conquistassem o devido lugar”.



*Foto2: projeto de Niemeyer em Santa Helena observado por turista. História Oral resgatada por historiadores e “reconstruída” como um marco geográfico e memorialista para a região*





O projeto teve apoio do Ministério da Cultural e foi idealizado junto com a coordenação da Biblioteca Pública de Santa Helena e inclui ainda um pórtico construído ao lado do marco, que fica na PR-488 – rodovia que hoje liga Santa Helena a Diamante do Oeste – e ao lado da ponte reconstruída décadas depois, agora chamada “Ponte Queimada”.

É mais um referencial dentre os vários relatos de antigos moradores do Oeste do Paraná sobre o contingente liderado ainda por dois comandantes, Costa e Prestes. Este último ganharia mais reconhecimento acadêmico e popular, ao ponto de receber a alcunha de o “Cavaleiro da Esperança”.

A relevância da pesquisa, resumida no capítulo aqui apresentado, é reforçada em dois ambientes que envolvem Comunicação e Historiografia: o da reconstrução do cenário que servia de pano de fundo para convivências e conflitos sociais da época (por meio de bibliografia sobre o tema amparada nos referenciais da História Cultural) e o da utilização dos relatos – obtidos por meio de reportagens e entrevistas com pioneiros – para exatamente reconstruir um painel temporal e a partir dele oferecer uma representação da realidade em que moradores se encontravam (usando metodologias e técnicas do Jornalismo, da Análise Documental e da História Oral).

No decorrer do texto, referências de pesquisas acadêmicas vão amparar ou confrontar depoimentos de quem “viveu” os fatos históricos. A intenção não é criar conflitos entre os dois sistemas de leitura da História, mas expor que documentos e





relatos se complementam e enriquecem a Historiografia, inclusive nos entraves e nas discordâncias. “A história, cujo objeto precípua é observar as mudanças que afetam a sociedade, e que tem por missão propor explicações para elas, não escapa ela própria à mudança” (RÉMOND, 2003, p. 13).

A pesquisa abarcou vários pesquisadores especialistas em trabalho de campo – Sodré (1978), Drummond (1986), Prestes (1997), Veiga (1992), Meirelles (2002), entre outros – e também buscou dados em arquivos de periódicos da cidade, como os jornais “Nosso Tempo”, “Hoje Foz” e “Gazeta do Iguazu”, além de revistas como “Memória de Foz”.

O recorte geográfico e temporal (Foz do Iguazu nas primeiras décadas do século XX) foi definido a partir de leituras que mostraram o período como rico em referenciais históricos e jornalísticos locais, regionais e nacionais. Basta citar como exemplo o objeto aqui analisado: a ocupação dos movimentos tenentistas, ocorrida em Foz entre setembro de 1924 e abril de 1925. O tema já foi discutido em trabalhos e publicações anteriores do autor (DIAS, 2010, 2009 e 2003), porém em um viés interdisciplinar visando uma análise mais sociológica e antropológica que comunicacional e jornalística. Ao tentar compreender os conflitos de identidade e a formação da memória cultural dos moradores de Foz do Iguazu – para lançá-los como referência que direcionaram o processo histórico da região partindo da situação exposta – as pesquisas ofereceram um panorama do ambiente que propiciou o surgimento da famosa Coluna Prestes a partir da relação (comunicação) entre pioneiros e rebeldes registrados por jornais e revistas da cidade.





Dentre o material reunido, destaca-se o projeto desenvolvido por dois jornalistas iguaçuenses, Silvio Campana e Chico Alencar, que perceberam a importância de juntar depoimentos (transcritos em periódicos) de vários moradores em uma única publicação oficial. Longe de desconsiderar o trabalho de ambos, o livro de memórias deu voz aos pioneiros, mas de maneira solta e aleatória, sem a intenção de organizar as entrevistas em temas ou períodos históricos. Mesmo porque o objetivo de ambos foi coletar este material para valorizar e resguardar o trabalho pioneiro de muitos moradores. “Uma missão gratificante: colher dos nossos ‘velhinhos’ seus depoimentos e suas histórias sobre os primeiros anos de nossa cidade, sobre as adversidades que eles enfrentaram para implantar aqui, no Extremo-Oeste do Paraná e nesta tríplice fronteira Brasil-Paraguai e Argentina, esta cidade única em todo o imenso território nacional. Foram eles, os nossos pioneiros, as legítimas sentinelas avançadas do Brasil” (CAMPANA & ALENCAR, 1997, p. 5).

O trabalho aqui apresentado busca modestamente dar uma ordenação e ao mesmo tempo fazer uma experimentação, no sentido de selecionar trechos de mais de 70 entrevistas (coletadas pelos jornalistas e também pelo autor desta pesquisa) para dar linearidade à História Cultural da comunidade iguaçuense nas primeiras décadas do século passado. É importante destacar que tão importante quanto os relatos, estão os gestos, a cultura local, o comércio, a relação com os estrangeiros, as visões políticas, enfim, as ondulações sociais que envolvem os fatos históricos. São “as ‘visões de mundo’, os sistemas de valores, os sistemas normativos que constroem os





indivíduos, os ‘modos de vida’ relacionados aos vários grupos sociais, as concepções relativas a estes vários grupos sociais, as idéias disseminadas através de correntes e movimentos de diversos tipos” (BARROS, 2005, p. 130).

O importante foi impor sobre a análise documental uma sistemática que envolvesse a identificação de normas culturais em fatos cotidianos, usando a História Antropológica de Certeau (1998) e a História Social de Burke (2002), para depois utilizar referenciais da História Cultural de Chartier (1990) e da História Política de Rémond (2003) para enfim extrair a matéria-prima dos padrões identificados nos objetos culturais produzidos. Incluem-se as influências de outras áreas das Ciências Humanas, principalmente da Sociologia apontada por Jean-Pierre Rioux, que formatam diversos ângulos de um fato social. “A sociologia, de fato, traz ao historiador sobretudo sua preocupação de descobrir regras de funcionamento e de construir modelos com os quais o empirismo da história pode por sua vez fabricar o seu mel” (RIOUX In RÉMOND, 2003, p. 110).

### **Tenentes e sitiados**

A primeira consideração importante identificada nesta pesquisa é que pioneiros e pesquisadores – como José Augusto Colodel (1988), historiador de Santa Helena (PR) que escreveu sobre fatos da região – detalham mais as aventuras e desventuras da Coluna Paulista (comandada por Isidoro Dias Lopes e pelo seu braço direito Miguel Costa) que as da Divisão do Rio Grande, de Prestes. Isso porque os tenentes





Paulistanos chegaram à junção dos rios Paraná e Iguaçu (conhecida como “Tríplice Fronteira”) em setembro de 1924, depois de debandarem de São Paulo e de tentarem uma ocupação frustrada em Três Lagoas (MS). O plano era de unir forças com os gaúchos até dezembro daquele ano em Foz, mas Prestes chegaria à região somente em abril do ano seguinte, reforçando o motivo pela qual a memória dos moradores resgata mais fatos envolvendo paulistas que gaúchos.

A demarcação do território rebelde em solo paranaense havia começado em Guaíra, cidade localizada na divisa com Mato Grosso (que ainda não era “do Sul”). O posto avançado do Exército que fazia a segurança da vila era comandado pelo capitão Dilermando de Assis, conhecido por matar a tiros, em 1909, Euclides da Cunha, autor de “Os Sertões”. Os legalistas montaram uma armadilha às margens da Ilha Pacu fazendo boiar barris de madeira cheios de pólvora, mas Dilermando não esperava que os rebeldes atacassem por terra, afugentando os soldados dele.

Ottília Schimmelpfeng (1907-1995), filha do primeiro prefeito de Foz, Jorge Schimmelpfeng, relatou ao jornal Gazeta do Iguaçu (publicado em 10 de junho de 1993) detalhes de como se deu o avanço dos tenentes. “Foi graças à traição de um paraguaio que os revolucionários burlaram a vigilância da tropa do capitão Dilermando e rumaram para Foz do Iguaçu. O capitão Dilermando e seus soldados tiveram que fugir para não serem fuzilados. Os revolucionários chegaram a Foz do Iguaçu na noite do dia 15 de setembro de 1924”.

Guaíra fora ocupada um dia antes pelo destacamento do coronel João Francisco, que sempre andava dois dias à frente do grupamento principal (o Estado-





Maior de Isidoro Lopes) e avançava simultaneamente por terra e água para “limpar terreno”. Seguiram o curso do Rio Paraná até Foz do Iguaçu, cidade que contava com cerca de 600 moradias, uma olaria, um engenho de açúcar e cachaça, três madeireiras, quatro empórios e meia dúzia de bares onde bebiam lenhadores e marinheiros. Tal descrição foi conseguida entrelaçando diversos depoimentos com a obra de José Maria de Brito, um dos oficiais da expedição que fundou a Colônia Militar de Foz, em 1889, e que abriu veredas nas malhas da memória social pouco conhecidas e pouco observadas pelas pesquisas acadêmicas a partir de um relato em primeira pessoa, publicado artesanalmente por Brito pela primeira vez em 1937. Resgatado em 2005, o livro do sargento destaca que a região já havia sido cartografada como território brasileiro na transição Império-República, mas permanecia isolada do resto do país porque era ocupada por uma maioria castelhana. “Por ocasião da descoberta da foz do Iguaçu, o território brasileiro já era habitado. Existiam no mesmo 324 almas, assim descritas: brasileiros, 9; franceses, 5; espanhóis, 2; argentinos, 95; paraguaios, 212; inglês, 1” (BRITO, 2005, p. 56-57).

### **A vida na Tríplice Fronteira**

Em 1924, a população ainda mantinha proporções desiguais entre brasileiros e estrangeiros. Quase metade era formada por castelhanos dos países vizinhos porque a região era abastecida principalmente pelo comércio de Puerto Aguirre (Argentina) e Encarnación (Paraguai). Os poucos pais brasileiros que insistiam na educação dos





filhos os levavam para escolas estrangeiras ou os internavam na longínqua Guarapuava, distante 406 quilômetros convertido em pelo menos 35 dias de cavalgada por meio de picadas e clareiras. A viagem era considerada uma eternidade pelos colonizadores, pois durava semanas na estrada acidentada que ligava as duas cidades. Melhor opção era navegar pelo Rio Iguaçú (saindo acima das Cataratas) até Curitiba, mas, em épocas de chuvas e cheias, era mais “rápido” (e seguro) seguir de Guarapuava ao Porto de Paranaguá, embarcar em um vapor até Montevidéu (Uruguai) e de lá subir pelo Rio da Prata até encontrar o Rio Paraná e seguir para Foz do Iguaçú.

Já havia na época um local para hospedar curiosos que visitavam a fronteira para conhecer a tão faladas quedas do Iguaçú. Era o Hotel Brasil, já famoso na época por ter hospedado Alberto Santos Dumont em 1916, quando conheceu as Cataratas. Visita esta que alavancou o processo de formação do parque atual<sup>2</sup>.

A burguesia curitibana realizava freqüentes “safáris” na região, utilizando barcos para chegar às matas que circundavam as Quedas do Iguaçú. Turistas, empresários, profissionais liberais e até simples operários, utilizavam o itinerário fluvial mais famoso no Paraná durante as décadas de 1910 e 1920. Mas as viagens de alta classe também registravam acidentes e mortes. É difícil encontrar pesquisas sobre as tragédias nos

---

2 Santos Dumont visitou a Vila Iguaçú entre 26 e 27 de abril de 1916 hospedando-se no quarto número 2 do Hotel Brasil, na verdade uma pequena pensão com capacidade para 14 hóspedes, descreve a pioneira Elfrida Engel Nunes Rios (CAMPANA & ALENCAR, 1997, P. 87). Depois de conhecer as cataratas, seguiu para Curitiba tentar recorrer junto ao então Presidente do Estado do Paraná, Affonso Alves de Camargo, para que as terras que abrangiam a foz do Rio Iguaçú – pertencentes a particulares – se tornassem patrimônio público. Naquele mesmo ano – 28 de julho – o decreto nº 63 declarava de utilidade pública os 1.008 hectares que abrangiam as 275 quedas das cataratas. Somente em 1939, por decreto do Presidente Getúlio Vargas, a área passou a se chamar Parque Nacional do Iguaçú.





rios que se unem no oeste paranaense, mas graças a um depoimento, registrado no jornal *Jornal Nosso Tempo*, foi possível resgatar a pior delas, ocorrido em 1924, onde teriam morrido mais de 120 pessoas na explosão do navio a vapor *Santa Cruz*.

O desastre não possui registros fotográficos, mas José Werner (1900-1990), em entrevista concedida em 1981, falou sobre o acidente. “Vínhamos de Curitiba pelo Rio Iguaçu. Éramos cerca de 150 pessoas, a maioria era de turistas que iam para a Argentina. De madrugada, quando a todos dormiam, ocorreu a explosão. Era proibido, mas o barco transportava seis tambores de gasolina. No momento da primeira explosão, estava perto da minha irmã, que se agarrou em mim. Logo eu não vi mais nada porque ocorreram outras explosões. Quando me dei conta, estávamos no meio d’água e do fogo. Sofri queimaduras graves, principalmente no rosto. Foi um acidente terrível. Morreram mais de 120 pessoas.”

A tragédia do navio reforçou a sensação de abandono que os moradores enfrentavam em relação ao Governo Federal e as políticas sociais indisponíveis ou ausentes. Com a auto-estima em baixa, a comunidade foi facilmente influenciada pelos boatos sobre a chegada dos revolucionários naquele mesmo ano. Os comandados de Isidoro encontraram a cidade quase deserta. Casas foram abandonadas às pressas pelos moradores assustados com as notícias espalhadas pelos homens de Dilermando. Vários depoimentos de pioneiros confirmam não ter havido violência por parte dos tenentes. “Todo mundo ficou com medo, pensando que os revolucionários iriam matar a todos. Mas quando [os homens de Lopes] chegaram e viram aquilo, disseram





que quem tinha fugido devia voltar porque não iria acontecer nada de mal a ninguém”, afirmou o pioneiro Alfredo Mertig (1914-1997), em entrevista ao jornal Gazeta do Iguazu três anos antes de falecer. Ele e os cinco irmãos haviam sido levados pelos pais para Argentina, dias antes dos rebeldes aportarem.

Aqueles que ficaram demonstraram bom relacionamento com os tenentistas. “Os revolucionários eram gente boa. Vinham muito lá em casa buscar leite, que eu dava sem cobrar porque tinha bastante”, relatou Otília Ignez Werner Friedrich (1904-1999) à Gazeta do Iguazu em 31 de dezembro de 1993, ressaltando ter sido uma das poucas a não buscar refúgio nos países vizinhos. “Lembro que era formada por jovens altos, fortes e bonitos, muito bem educados”, recordou Marieta Schinke (data de nascimento desconhecida - 1984), em entrevista ao jornal Nosso Tempo em 14 de janeiro de 1981.

Por meio de relatos tão próximos como estes, é possível dar contorno às dúvidas e angústias dos moradores. Perguntas como “em qual grupo confiar: Tenentes ou Legalistas?” podem ser respondidas por meio dos depoimentos encontrados durante esta pesquisa. Nas entrevistas registradas nos jornais da Tríplice Fronteira encontramos posições políticas e também a total consciência da situação em que o país vivia naquele período. “A luta deles era para mudar o país de modo que a vida do povo melhorasse”, reforçou Marieta Schinke, a auxiliar fotográfica do marido. Aliás, as escassas fotos da época demonstram o bom relacionamento entre moradores e revolucionários, como as tiradas por Harry Schinke (1902-1976) no Marco das Três Fronteiras (foto 3), um ponto turístico do vilarejo.



Fotógrafo amador, agricultor, recenseador e também agente de profilaxia, Schinke fez como muitos moradores de Iguazu no início do Século XX: aprendeu de tudo um pouco para sobreviver em uma região ainda selvagem. Ele fazia o levantamento de moradores da região de Guaíra quando soube dos tenentes em Foz.



Foto 3: a imagem registra os revolucionários tenentistas no Marco das Três Fronteiras, ao lado dos moradores de Foz do Iguazu. Ao fundo, o Rio Paraná e o país vizinho, o Paraguai (1925).





Os mesmos ribeirinhos que presenciaram a comitiva na divisa com o Mato Grosso avisaram a equipe do censo sobre a passagem da Coluna Paulista. Ao saber dos rumores sobre supostas ações violentas dos rebeldes, Harry galopou até Foz temendo pela mulher e os cinco filhos (um deles adotivo). Ao apeiar do cavalo, soube que a família havia se refugiado na Argentina com amigos. O fotógrafo permaneceu na cidade sitiada e a partir daí passou a registrar imagens dos rebeldes. “Era tudo boato porque os revolucionários respeitavam a todos. [João] Cabanas e outros chefes revolucionários eram moços de muita educação”, relatou o agricultor Manêncio Martins (1896-1984) em depoimento registrado em 14 de outubro de 1981 pelo jornal Nosso Tempo.

Existem ainda lacunas sobre o real comportamento dos rebeldes durante o estado de sítio vivido pelos moradores. Drummond mostra atos de violência ocorridos entre 1926 e 1927, quando a Coluna Prestes já marchava pelo Nordeste do País. “Os oficiais da Coluna Prestes não conseguiram impedir que seus soldados, em represália à hostilidade popular, fizessem requisições exorbitantes, saqueassem e incendiassem vilas inteiras ou matassem prisioneiros desarmados” (DRUMMOND, 1986, p.143).

O mesmo pode ter ocorrido em Foz? Se houve, em qual intensidade? Durante a coleta de material, encontramos registros de ações violentas no decorrer da ocupação do Oeste Paranaense. O depoimento de José Werner mostrou que houve excessos na região fronteiriça. “Sei que fuzilaram um homem, Franklin de Sá Ribas, lá no Porto do Rio Paraná. Ele cuidava do Cartório do correio e levava gado ao Paraguai. Os





revolucionários o proibiram de fazer isso, mas ele continuou. Então o condenaram à morte”. Otília, irmã de Werner, também descreveu o ocorrido. “Levaram o coitado [Sá Ribas] à barranca do Rio Paraná, fizeram abrir sua própria sepultura e o mataram”, afirmou a pioneira.

Foram meses de tensão e medo, principalmente em relação a qual grupo apoiar – tenentes ou legalistas? – em meio a tamanha operação de guerra ocorrida no Oeste do Paraná. O relato de Elfrida Engel Nunes Rios (1905-1991), curiosamente registrado no Guia de Turismo de Foz do Iguaçu em 1984 e resgatado por Campana & Alencar (1997, p. 86-87), mostrou que a limitação dos veículos de comunicação (jornais impressos e estações de rádio) em uma área tão isolada do Brasil como aquela impedia os moradores de tomarem a decisão entre fugir e ficar no vilarejo. “O comandante das tropas legalistas, coronel Dilermano de Assis, que estava em Guairá, anunciou que os revolucionários vinham matando, fazendo e acontecendo. Por isso toda a população de Foz do Iguaçu fugiu para a Argentina e Paraguai. Mas os revolucionários chegaram aqui e ficaram amigos dos que não haviam fugido”, lembrou Elfrida em depoimento gravado aos 82 anos.

Apesar de os pioneiros iguaçuenses elogiarem os rebeldes em boa parte dos relatos, há registros de ações violentas tanto no decorrer da marcha (como a descrição de Drummond) quanto na gestação do movimento, como o assassinato do cartorário detalhado acima.

Alguns pioneiros discordam deste ambiente amigável. Otília Schimmelpfeng relata a tensão vivida pelos familiares. “Meu pai [prefeito na época] foi avisado de que os





revolucionários queriam fuzilá-lo, então resolvemos fugir para a Argentina. Cruzamos o Rio Iguaçu acima das cataratas, em canoa a remo. Abandonamos nosso carro quase novo, à beira do rio. Foi horrível”, descreveu Otília a Gazeta do Iguaçu, lembrando ainda como viveram na Argentina enquanto o vilarejo estava sitiado. “Armamos um acampamento com barracas e passamos a viver lá desconfortavelmente, mas seguros.” Há ainda o depoimento de Fausto Palma (1906 – 1993), publicado na Gazeta do Iguaçu em 1984, que reforça os excessos também na região fronteira de Ponta Porã, cidade onde seu pai, João Palma, havia montado um hotel. “Tudo ia bem, até que em 1924 ou 1925, passaram por lá os revolucionários da Coluna Prestes e invadiram o hotel. Saquearam o hotel e quebraram tudo. Quebraram espelhos a tiros, por divertimento. Arrombaram o cofre e levaram todo o dinheiro”, relatou Fausto (CAMPANA e ALENCAR, 1997, p. 100). Depois do fato, a família foi para o Paraguai. Os Palma voltariam ao Brasil somente em 1928, onde montaram um cinema que exibia filmes mudos em Foz do Iguaçu.

### **O acampamento e a espera**

Depois de montar acampamento em Foz, em setembro de 1924, a Coluna Paulista distribuiu mantimentos e principalmente arsenal entre seus homens: dois canhões 105 mm, dois de 75 mm, oito metralhadoras, cerca de 100 obuses e mais de 1.200 rifles – e cavalaria (130 animais, porém menos da metade encilhada). Um grupamento voltou a reforçar o flanco norte – tanto o posto de Guaíra quanto



Porto Mendes – enquanto um terceiro seguiu para leste em direção a Catanduvas, vilarejo distante 100 quilômetros a leste e considerado ponto estratégico para garantir o sucesso da campanha. Geograficamente, Guaíra e Foz formariam a base de um “triângulo de segurança” (MEIRELLES, 2002, p. 225) que teria na Serra de Medeiros, especificamente Catanduvas, como o terceiro ponto à frente (foto 4).

Caso a tática desse errado, haveria chances dos revolucionários abandonarem as armas e seguirem rumo ao exterior, executando uma espécie de auto-exílio no Paraguai ou na Argentina.



Foto 4: rebeldes tomam ferrovia ao leste, na Serra de Medeiros, região de Catanduvas (PR).





O chefe de destacamento, João Cabanas, foi o encarregado de cuidar deste último posto avançado com seus homens apelidados de “Coluna da Morte”, devido aos combates sangrentos e fugas espetaculares dos quais já haviam executado anteriormente. Aquela centena de homens conseguiu feitos incríveis – como a tomada de Catanduvas e do vilarejo de Formigas – mitificando lendas em torno de Cabanas que aterrorizavam os soldados legalistas.

O grupo, que contava com os melhores caçadores, mateiros e atiradores dentre os rebeldes, seria responsável pela resistência do posto avançado durante incríveis seis meses. Meirelles (2002, p. 369) afirma que, para Cabanas, o corneteiro da Coluna da Morte era tão importante quanto as armas. Os primeiros acordes do instrumento “semeiam sempre o pânico entre as forças adversárias e produzem estragos maiores que os tiros de canhão.”

### **Tenentes e a operação de guerra**

Enquanto os paulistas mantinham posições em Foz, Guairá e Catanduvas, o pessoal de Prestes seguia pelo Oeste de Santa Catarina em direção ao Paraná ao mesmo tempo em que o General Cândido Rondon organizava as forças legalistas em Ponta Grossa e Guarapuava. O presidente Bernardes escolheu o mulato Rondon pelas suas experiências em comitivas de mata. O comandante também já havia estado na região de Guairá em trabalhos de demarcação e instalação de linhas telegráficas, além de ter acompanhado o pesquisador e ex-presidente dos Estados Unidos da América, Theodore Roosevelt, durante visita ao Brasil.





A expedição Roosevelt-Rondon partiu em maio de 1913 da fronteira com o Paraguai para Belém do Pará, passando pela densa mata amazônica onde foram catalogados centenas de animais e plantas. Muitas das observações do pesquisador e político norte-americano foram registradas em livro publicado originalmente em 1914 e com uma homenagem em destaque no início da obra<sup>3</sup>.

O trabalho de Rondon em 1925, infelizmente, envolvia ações de guerra em meio à mata. Mesmo contrário à missão contra os tenentes, Rondon ordenou ataques esporádicos a Serra dos Medeiros (barreira natural usada pelos rebeldes sediados em Catanduvas) até conquistá-la em 26 de março daquele ano. Durante a ação evasiva, os poucos rebeldes que escaparam do posto avançado (407 teriam sido presos) encontraram os companheiros gaúchos a caminho de Foz. Distante poucos dias dos revolucionários, o Exército avançava em direção à fronteira arrebanhando civis pelo caminho. “Certo dia, eu e meu pai saímos a cavalo para buscar sal na única venda [mercearia] que havia em Pitanga. Chegamos ao Rio Quinze e estava tudo ‘amarelo’ lá”, declarou Porfírio Gonçalves Araújo (1911-1999) ao jornal Gazeta do Iguaçu cinco anos antes de falecer, fazendo referência à cor do uniforme usado pelos soldados acampados à margem do córrego. Araújo narra sua “convocação oficial” quando ainda nem tinha completado 14 anos. “Ali, eu e meu pai fomos intimados a acompanhar a tropa. Quando nós chegamos [a Foz] não havia mais nada nem ninguém para combater. Graças a Deus não tivemos que entrar em nenhum combate”, comemorou

---

3 ROOSEVELT, Theodore. Nas selvas do Brasil. Belo Horizonte : Ed. Itatiaia, 1976. Antes mesmo do prefácio, há os agradecimentos ao “Coronel Rondon, brilhante oficial, ilustre cidadão e explorador intrépido”.





Araújo, ressaltando que ele e o pai não tinham “instrução militar alguma”. Outros relatos falam sobre a utilização de estalagens civis (casas, paióis e terreiros onde eram montados acampamentos) durante o avanço do grupamento legalista. Os soldados pegavam provisões e davam recibos que serviriam aos colonos como comprovantes de reembolso após o “período de guerra” (pagamentos estes que nunca ocorreram).

A intenção de interceptar os gaúchos ainda no mês de março não foi lograda pelo general Rondon, pois Prestes e seus homens já haviam cruzado o Rio Iguaçu, depois de passarem por Barracão (sudoeste do Paraná e divisa com Santa Catarina). A travessia foi difícil. Realizada com apenas três canoas de capacidade para cinco pessoas, os rebeldes gaúchos (há discordâncias sobre o número exato de homens, mas a estimativa nos registros históricos varia entre 600 e 800 combatentes) demoraram 48 horas seguidas para cruzar o rio. Muitos homens forçavam os cavalos a nadarem e outros improvisavam pequenas jangadas para carregarem os mantimentos.

### **O encontro dos líderes rebeldes**

Em 12 de abril, Carlos Prestes, Isidoro Lopes e Miguel Costa reuniram-se em Foz, para decidir sobre o futuro do levante revolucionário. Neste momento histórico, pesquisadores como José Drummond (1986) identificam a “divergência militar” entre os dois grupos: entrava em votação a escolha pela manutenção da “guerra de posição” dos paulista ou pela junção de todos os homens na “guerra de movimento”, dando continuidade ao propósito do líder gaúcho.





Para alguns historiadores, como o próprio Drummond, a Coluna Prestes teria surgido ali, mas não pela união e sim pelo “desencontro” das ações de combate dos comandantes no Paraná. “Na companhia de Nelson Werneck Sodré e Edgard Carone, estou considerando a Coluna Prestes como formada no Oeste do Paraná, em abril de 1925; outros como Neil Macaulay, preferem colocar sua origem em fins de dezembro de 1924, em São Luís (RS), de onde Prestes e comandados partiram” (DRUMMOND, 1986, p. 130).

Há ainda autores que desconsideram completamente o comando de Prestes durante e depois do encontro no Oeste Paranaense, como Davino Francisco dos Santos, que foi soldado em 1926 e diz ter presenciado situações contrárias aos da História. Ele publicou o livro “A Coluna Miguel Costa e não a Coluna Prestes” (1994).

De qualquer modo, as discussões internas dos comandantes apontavam que a tática usada por Isidoro Lopes para manter seus 1700 homens firmes durante sete meses em que permaneceram na fronteira já não serviria mais. Optaram pelo sistema de Prestes que, mesmo com um grupamento menor (não mais que 800 homens), defendeu-se dos ataques inimigos com a sua “guerra de movimento” (quatro destacamentos “circulando” o núcleo de comando durante o avanço contínuo da Divisão) entre São Luiz (RS) e Foz. Resultado: dias depois do encontro das duas frentes revolucionárias, o número de dissidentes chegava a mil pessoas (foto 5).





Foto 5: Cena rara do acampamento em Foz do Iguaçu, no início de abril de 1925. Na imagem, os rebeldes paulistas e gaúchos aguardavam juntos a decisão dos comandantes sobre as futuras ações.

Boa parte preferiu exilar-se no Paraguai e Argentina, na tentativa de reagrupar posteriormente os companheiros no exterior e retornar ao Brasil com mais armas e pessoal. Outros desistiram pelo cansaço dos combates realizados durante tanto tempo. O então comandante Isidoro Lopes, já perto dos 60 anos (em seu histórico constava a participação na Revolução Federalista (1893-1895) ainda como jovem oficial), foi





um dos que seguiram para o refúgio paraguaio de Encarnación, local onde amigos e contatos políticos o aguardavam.

Em abril de 1925, a junção da Divisão Rio Grande com a Coluna Paulista levou à formação de uma ‘Divisão Revolucionária’, da qual já não participam algumas centenas de oficiais, sargentos, praças e civis oriundos da revolta de São Paulo (que decidiram emigrar). Essa ‘Divisão Revolucionária’ foi dividida em duas Brigadas: Rio Grande e São Paulo. Miguel Costa comanda a divisão; Luis Carlos Prestes comanda a Brigada Rio Grande; Juarez Távora comanda a Brigada São Paulo, composta dos remanescentes da Coluna Paulista. Com a emigração de tantos rebeldes de São Paulo, a Brigada São Paulo ficou um pouco menor do que a Rio Grande (DRUMMOND, 1986, p. 130).

Miguel Costa e Prestes seguiram então para o noroeste, em direção ao Rio São Francisco Falso, onde hoje repousa a obra de Niemeyer. Depois, em 27 de abril, o grupo iniciou a travessia do Rio Paraná rumo a Puerto Adela, no Paraguai, depois de tomar de assalto o vapor Bell, navio vindo de Assunção. Juntamente com outra embarcação, o Assis Brasil, rebeldes e equipamentos são transportados de um país para outro. Os revolucionários só seriam vistos novamente no mês seguinte, já no Mato Grosso.

Em outra coletânea histórica publicada pelo município em formato de revista, com o nome Memória de Foz do Iguaçu (PREFEITURA, 1982, p. 31), Elfrida Rios





descreve como foram os planos de ataque dos legalistas e também o que aconteceu quando as tropas federais chegaram à cidade. “Vieram 4 contingentes das forças legalistas para expulsar os revolucionários. Eram 4 mil homens, que se instalaram em 4 acampamentos [na região]. Quando as forças revolucionárias se retiraram, [os legalistas] fizeram miséria. Encheram o ‘tanque’ de cachaça, montaram em seus cavalos e saíram por aí, aprontando, dando tiros e fazendo algazarra”, explicou Elfrida, lembrando ainda que o marido – um funcionários público que trabalhava na Coletoria – perdeu o emprego porque as autoridades do Governo trataram a família como traidores porque eles não haviam fugido do vilarejo durante a permanência dos rebeldes. “Ele foi desligado do serviço e nós ficamos sem nada. Eu tinha feito um vestido (...) e tive de vendê-lo por 200 mil réis, com o que meu marido alugou uma canoa e foi ao Paraguai comprar uma lata de banha, um saco de açúcar e um saco de trigo para repartir com minha mãe. Passamos mal, muito mal”, lamentou a pioneira.

### **Conclusão**

Na região da fronteira, existem dezenas de relatos sobre os rebeldes registrados em periódicos e publicações regionais (livros, pesquisas e trabalhos acadêmicos independentes), lembranças resgatadas da memória pelos pioneiros que reforçam o longo período de crise e de estado de sítio ocorridos em Foz do Iguaçu. São depoimentos como os compilados neste trabalho que reforçam a importância da História Oral e da interdisciplinaridade entre as ciências (Sociologia, Antropologia, Comunicação Social, História, Geografia, entre outras).



Infelizmente, são poucos os documentos oficiais e os registros fotográficos dos paulistas e menos ainda sobre a presença do comandante Prestes na fronteira. Para trás, ficaram as cinzas das “grandes fogueiras” (MEIRELLES, 2002) que iluminavam as discussões e cantorias noturnas dos homens que tentaram mudar o Brasil. Curiosamente, ficaram também as fagulhas da Igreja de São João Batista, incendiada após a retirada dos revolucionários. Fato este que merece ser resgatado aqui para reforçar a compreensão e a reformulação da História por meio da memória de uma comunidade.



Foto 6: imagem da Igreja de Foz em chamas em 1926. O registro é do fotógrafo Schinke e mostra o revezamento dos moradores com baldes de água tentando apagar o incêndio tido como “acidental”.





Muitos acusaram os tenentes de terem provocado o fogo, mas as suspeitas de “atentado rebelde” foram eliminadas somente décadas depois pelas explicações dos pioneiros e também da própria Igreja. Em entrevista concedida ao jornal Gazeta do Iguazu (em 27 de julho de 1993), o bispo de Foz, Dom Olívio Aurélio Fazza, confirmou o que realmente ocorreu naquele 3 de maio de 1925: depois de voltar dos esconderijos paraguaios e argentinos, o povo festejou a saída dos rebeldes da cidade soltando fogos de artifício. “Soltaram muitos rojões e um deles se alojou no telhado de tabuinhas, causando o incêndio. Isso aconteceu em maio, dia 3. No dia 6 de junho, dia do Padroeiro da cidade, foi benta a pedra fundamental da nova igreja, inaugurada só em 1942”.

Harry Schinke transformou o incêndio no primeiro registro fotojornalístico da cidade (foto 6). Sem querer, ele deixava para as futuras gerações a última imagem do período em que Foz do Iguazu havia sido sitiada por “cavaleiros da esperança”. “Foi uma pena que tenham perdido a revolução. Se tivessem vencido, acho que hoje o Brasil estaria melhor”, lamentou Marieta Schinke, esposa do fotógrafo.

### Referências

BURKE, Peter. *Historia e teoria social*. São Paulo : Editora Unesp, 2002

CAMPANA, Silvio; ALENCAR, Chico de. *Retratos*. Foz do Iguazu : Campana & Alencar Ltda, 1997.





CARVALHO, José Murilo. *Cidadania No Brasil - O Longo Caminho*. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 2009.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do Cotidiano I: artes de fazer*. Petrópolis : Vozes, 1998.

CHARTIER, Roger. A nova História Cultural existe? IN: LOPES, Antonio H.; VELLOSO, Monica P.; PESAVENTO, Sandra J. (orgs). *Historia e linguagens: texto, imagem oralidade e representações*. Rio de Janeiro : 7 Letras, 2006, p. 29-43.

\_\_\_\_\_. *À beira da falésia: a história entre incertezas e inquietude*. Trad. Maria Chistttoni Ramos. Porto Alegre : Ed Universidade/UFRGS, 2002.

\_\_\_\_\_. *A História Cultural entre práticas e representações*. Trad. Maria Manuela Galhardo. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

COLODEL, José Augusto. *Obrages & companhias colonizadoras: Santa Helena na história do Oeste Paranaense até 1960*. Cascavel : edição própria, 1988.

DIAS, Emerson S. *O Relato como Notícia e História: a memória da Fronteira nos jornais de Foz do Iguaçu*. I Encontro Paraná/Santa Catarina de História da Mídia. Guarapuava, jun. 2010, ([www.unicentro.br/historiadamidia/anais/](http://www.unicentro.br/historiadamidia/anais/))





\_\_\_\_\_. Fronteira Sitiada: as memórias dos moradores de Foz do Iguaçu sobre os movimentos tenentistas (1924-1925). IN: PRIORI, Angelo (org). *História, Memória e Patrimônio*. Maringá : EDUEM, 2009.

\_\_\_\_\_. *Conflitos e contradições nas raízes dos movimentos sociais rurais brasileiros*. UEL Londrina : Revista Mediações, v. 8, n. 2, 2003.

DRUMMOND, José Augusto. *O Movimento Tenentista: intervenção militar e conflito hierárquico (1922-1935)*. Rio de Janeiro : Graal, 1986.

MACAULAY, Neil Macaulay. *A Coluna Prestes*. Rio de Janeiro : DIFEL, 1977.

MEIRELLES, Domingos. *As noites das grandes fogueiras: uma história da Coluna Prestes*. Rio de Janeiro : Record, 2002.

PREFEITURA MUNICIPAL. *Memória de Foz do Iguaçu – Primeira Etapa*. Foz do Iguaçu, junho de 1982.

RÉMOND, René. *Por uma história política*. Rio de Janeiro : Editora FGV, 2003.





SANTOS, Davino Francisco dos. *A Coluna Miguel Costa e não a Coluna Prestes*. São Paulo : EDICON, 1994.

SODRÉ, Nelson Werneck. *A Coluna Prestes: análise e depoimentos*. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1978.

\_\_\_\_\_ ; CARONE, Edgard. *Revoluções do Brasil contemporâneo*. São Paulo : DESA, 1965.

VEIGA, Luiz Maria. *A Coluna Prestes*. São Paulo : Scipione, 1992.

#### Jornais consultados

Jornal A Notícia (edições de 1955)

Jornal Gazeta do Iguazu (edições 1984-1995)

Jornal Hoje Foz (edições de 1979)

Jornal Nosso Tempo (edições de 1981)

#### Iconografia

Foto 1: arquivo pessoal. Emerson Dias – 21 de janeiro de 2005

Foto 2: arquivo pessoal. Emerson Dias – 21 de janeiro de 2005

Foto 3: arquivo Funarte. Harry Schinke – março de 1925





Foto 4: arquivo Dedoc Editora Abril Cultural. Autor desconhecido – março de 1925  
Foto 5: arquivo Fundação Getúlio Vargas. Autor desconhecido – abril de 1925  
Foto 6: arquivo Biblioteca Pública de Foz do Iguaçu. Harry Schinke – 3 de maio de 1925







## Sobre os autores

**Alejandra García Vargas** es licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Docente, investigadora y directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (Argentina). Profesora invitada de la Universidad Nacional de Salta (Argentina). Ha realizado estudios de formación especializada en el Departamento de Sociología de City University (Londres, Reino Unido). Autora de numerosos artículos en libros y revistas nacionales e internacionales, editora de publicaciones científicas, expositora y coordinadora de varios eventos académicos vinculados a los estudios culturales urbanos, la interculturalidad y el área de Comunicación / Cultura. Como directora, investigadora o técnica, ha participado en proyectos financiados por Alban, Sector/UNJu, Conicet, ANPCYT, Unicef, PNUD y City University. E-mail: alegarciavargas@gmail.com.

**André Bonsanto Dias** é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Bolsista Capes. Especialista em Mercados Emergentes em Comunicação pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná (2010). Possui graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda (2007) - e em História (2008) pela mesma instituição. Atua como professor tutor do curso de graduação à distância em História, vinculado ao





Sistema Universidade Aberta do Brasil (UAB), e ao Núcleo de Educação a Distância da Unicentro. E-mail: andrebonsanto@hotmail.com

**Ariane Pereira** é jornalista, mestre em Letras e Doutoranda em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Como jornalista, atuou durante sete anos na redação da RPC-TV Cultura de Maringá (Paraná), afiliada Rede Globo, trabalhando como produtora, repórter, editora e apresentadora. Há seis anos, dedica-se ao ensino do Jornalismo, sendo que desde 2008 é professora efetiva do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná, ministrando, prioritariamente, as disciplinas de Telejornalismo, Telejornal-Laboratório, Projetos Experimentais em Jornalismo e Análise do Discurso. Autora do livro *Rota 66 em revista: as resistências no discurso do livro-reportagem* (Edunicentro, 2010). Suas pesquisas versam sobre as relações Jornalismo-Subjetividades-Linguagens. E-mail: ariane\_carla@uol.com.br.

**Cláudia Herte de Moraes** é jornalista e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Rio Grande do Sul. Desde 2006, é professora assistente da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), campus de Frederico Westphalen (RS), no curso de Jornalismo. Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, faz parte de dois grupos de pesquisa certificados pelo CNPQ - Jornalismo





Ambiental (UFRGS) e Núcleo Analítico de Variáveis na Economia Política das Comunicações - Estudos de Audiovisual (UFSM). Na extensão, obteve por três vezes apoio do edital nacional Proext-MEC-MinC, com patrocínio da Petrobras ao projeto de audiovisual sob sua coordenação. Antes da carreira universitária, atuou por mais de 12 anos na área do jornalismo impresso e digital - como repórter e editora - freelancer e em assessoria de Imprensa de empresas e ONGs. E-mail: [chmoraes@gmail.com](mailto:chmoraes@gmail.com).

**Emerson Dias** é jornalista profissional desde 1998 (com experiência em jornal impresso, produção e edição em Telejornalismo). Especialização em História pela Universidade Estadual de Maringá (UEM) e mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Como professor universitário, coordena projetos de extensão e ministra disciplinas teóricas (Comunicação e Cultura, Teoria da Comunicação e Sociologia) e práticas (Telejornalismo, Radiojornalismo e Produção de Documentário, entre outras) no curso de Comunicação Social da UEL e Faculdade Maringá (CESPAR). Também é cronista, fotógrafo e documentarista, com publicação e produção em todas as áreas. Tem experiência na atuação e pesquisa em Sociologia, História Contemporânea, Comunicação e Produção Audiovisual e Movimentos Sociais. E-mail: [emersondias1@hotmail.com](mailto:emersondias1@hotmail.com).

**Éverly Pegoraro** é professora do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná. Mestre em História Social pela





Universidade Federal Fluminense (UFF) e doutoranda em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Autora do livro *Dizeres em confronto: a Revolta dos Posseiros de 1957 na Imprensa paranaense*, publicado pela Editora da Unicentro, em 2008. Suas atuais áreas de pesquisa são: Estudos Visuais, História e Comunicação. E-mail: everlyp@yahoo.com.br.

**Gabriel Carlos Baldissera** é acadêmico do curso de Ciências Biológicas na Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) e bolsista de Iniciação Científica (IC), com recursos da Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do PR. Em anos anteriores, foi bolsista de Iniciação Científica Jr (IC Jr) pela Unicentro. E-mail: gabriel\_baldissera@hotmail.com.

**Karina Janz Woitowicz** é jornalista, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Rio Grande do Sul, e doutora em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), na área de Estudos de Gênero. Atua como professora no curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Paraná, onde coordena projetos de pesquisa e extensão envolvendo a comunicação alternativa e comunitária. É organizadora, entre outras publicações, da obra *Recortes da Mídia Alternativa: histórias e memórias da comunicação no Brasil* (Editora UEPG, 2009) e autora de capítulos de livros e artigos em periódicos especializados. Atualmente, desenvolve pesquisas sobre Gênero e Mídia Alternativa. E-mail: karinajw@hotmail.com.





**Layse Pereira Soares do Nascimento** é jornalista e professora do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná, onde ministra disciplinas para os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) e doutoranda em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Participa do grupo de pesquisa Conversas Latinas em Comunicação (CLC), registrado no CNPq. Áreas de interesse: Comunicação Organizacional, Marketing, História e Comunicação. E-mail: [p.layse@hotmail.com](mailto:p.layse@hotmail.com).

**Marcelo A. Brunet** es el primer graduado en Comunicación Social por la FHyCS de la Universidad Nacional de Jujuy (Argentina). Docente de la FHyCS/UNJu y de la Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE), Argentina. Es especialista en Docencia Superior y realiza estudios de Maestría y Doctorado en la Universidad Nacional de la Plata (UNLP), Argentina. Actualmente dirige la carrera de Comunicación Social de la UCSE y Ccdirige la carrera de Comunicación de la FHyCS/UNJu. E-mail: [mbrunet@ucse.edu.ar](mailto:mbrunet@ucse.edu.ar).

**Márcio Fernandes**, jornalista diplomado pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), é doutorando em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Autor do livro *Civic Journalism: em busca de um modelo brasileiro* (Edunicentro, 2009), é organizador ou co-organizador de diversas obras. Tem 15





anos de experiência profissional como jornalista, atuando em veículos do Brasil e do exterior, como repórter, editor, correspondente, free-lancer e diretor de Redação. Coordenador do grupo de pesquisa registrado no CNPq Conversas Latinas em Comunicação (CLC), é professor efetivo do Departamento de Comunicação Social (Decs) e chefe da Coordenadoria de Comunicação Social (Coorc) da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná. E-mail: marciofernandes@unicentro.br.

**Maria Ataíde Malcher** é doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Eca-USP. Professora adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (UFPA) e coordenadora do Programa de Pós-graduação Comunicação, Cultura e Amazônia e dos projetos Ciência e Comunicação na Amazônia, Academia Amazônia e ABC Digital. Pesquisadora líder dos grupos de pesquisa registrados no CNPq Audiovisual e Cultura (GPAC) e Preservação: Comunicação, Ciência e Meio Ambiente. Pesquisadora do Grupo Comunicação Digital e Interfaces Culturais na América Latina. E-mail: ataidemalcher@uol.com.br.

**Maria Berenice da Costa Machado**, publicitária (Fabico/UFRGS) e doutora em Comunicação Social (PUCRS). Professora adjunta da Fabico/UFRGS e pesquisadora com produção científica vinculada aos campos da Comunicação, da História e da Política. Coordenadora do GT História da Publicidade e da Comunicação Institucional





da Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), além de vice-presidente da entidade (2008-2011). E-mail: mberem@cpovo.net.

**Marialva Carlos Barbosa** é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Professora titular aposentada de Jornalismo da Universidade Federal Fluminense, é doutora em História (UFF, 1996), com pós-doutorado em Comunicação pelo LAIOS-CNRS (Paris, 1999) e em Psicologia Social pela UERJ (2010). Pesquisadora do CNPq, é diretora científica da Intercom e presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (2008-2011). E-mail: mcb1@terra.com.br.

**Netília S. dos Anjos Seixas** é mestre (1996) e doutora (2006) em Letras, área de concentração em Linguística, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco. Jornalista profissional, com graduação em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal do Pará (1986). Atualmente, é professora adjunta da Faculdade de Comunicação da UFPA, com atividades de ensino em comunicação e teorias da linguagem, jornalismo para meios impresso e radiofônico, metodologia e orientação de Trabalho de Conclusão de Curso. É também professora do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (Mestrado) e coordena o projeto de pesquisa Jornais Paraóaras: percurso da mídia impressa em Belém no século XIX, aprovado pelo CNPq. E-mail: netilia@ufpa.br





**Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira** é pós-doutora pela UFRJ. Doutora em Letras pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2005), Mestre em Letras pela Universidade Estadual de Londrina. É professora adjunta da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná. Professora nos cursos de Letras e Comunicação Social, atua nas seguintes linhas de pesquisa: Texto, Memória e Cultura, Gênero e Representação; Literatura e Interfaces. Tutora do PET-Letras na Unicentro. Coordenadora do Programa Mestrado em Letras-Unicentro. Desenvolve o projeto Mídia e Escola: o texto midiático como recurso pedagógico e interação no processo de construção do conhecimento, financiado pela Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná. Autora do livro *A escrita de mulheres na Pós-Modernidade e a desconstrução do cânone literário*. E-mail: [nincia@unicentro.br](mailto:nincia@unicentro.br).

**Patria Román-Velázquez** obtuvo su maestría en Comunicación de la Universidad de Puerto Rico (1992) y su doctorado en la Universidad de Leicester, Inglaterra (1996). Es autora del libro *The making of Latin London: salsa music, place & identity* y de numerosos artículos en revistas y libros latinoamericanos y europeos. Es miembro de Alaic y participa en las actividades del grupo Comunicación y Ciudad en dicha organización. Se desempeña como docente en Sociología de la Comunicación en el Departamento de Sociología de City University, Londres (Inglaterra), donde también es directora de los programas de Maestría en Comunicación. E-mail: [p.roman-velazquez@city.ac.uk](mailto:p.roman-velazquez@city.ac.uk).





**Reynaldo Castro** es licenciado en Comunicación Social. Docente e investigador de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu), Argentina. Ha publicado los libros *Científicos de Jujuy* (2009), *Periodistas: sin ustedes, el mundo estaría al revés* (2007), *Encuesta a la literatura jujeña contemporánea* (2006), *Memoria del olvido* (2005), *Tejer con hilos rotos: Notas y entrevistas sobre una cultura de la memoria* (2005) y *Con vida los llevaron: memorias de madres y familiares de detenidos-desaparecidos de San Salvador de Jujuy* (2004, 1ª ed.; 2008, 2ª ed.). Actualmente trabaja como coordinador de Prensa y Difusión de la UNJu y es co-director de un proyecto de investigación sobre la Literatura de Jujuy y otras provincias del Noroeste argentino. E-mail: [netaforas@gmail.com](mailto:netaforas@gmail.com).

**Rodolfo Rorato Londero** é doutor em Estudos Literários pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Rio Grande do Sul. Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo e mestre em Estudos Literários, ambos pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Co-organizador dos livros *Volta ao mundo da Ficção Científica* (Ed. UFMS, 2007) e *Literaturas invisíveis* (Ed. UFMS, 2009). E-mail: [rodolfoondero@hotmail.com](mailto:rodolfoondero@hotmail.com).

**Sergio Marilson Kulak** é graduando do 4º ano de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná, desenvolvendo pesquisas na área da História da Propaganda. Bolsista do





programa de Iniciação Científica (IC) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Tecnológico (CNPq) entre agosto de 2008 e julho de 2009, atualmente desenvolve IC voluntária pela Unicentro, já tendo publicado papers em eventos regionais e nacionais. E-mail: kulak\_s@hotmail.com.

**Wyllian Correa** é graduado em Comunicação Social – Jornalismo e em Letras-Português e suas Literaturas pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná. É mestrando em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), na linha de Mídia e Mediações Socioculturais. Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pesquisa temas relacionados à Cultura Pop, com trabalhos publicados sobre Quadrinhos, Cinema, Literatura e Música. E-mail: weduardo@gmail.com.





