

Vol. II

Ciências da Comunicação no Brasil

50

ANOS

Histórias para contar

Século XX
Pragmatismo Utópico

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



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

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

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

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

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

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

Osvando J. de Morais
UNESP - Bauru

Vol. II

**Ciências da
Comunicação no Brasil**



ANOS

Histórias para contar

Século XX
Pragmatismo Utópico

DIRETORIA EXECUTIVA - TRIÊNIO 2014 2017

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

Conselho Fiscal

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

Conselho Curador – quadriênio 2013-2017

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

Secretaria Executiva Intercom

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

Volume II

Ciências da Comunicação no Brasil

50 anos: Histórias para contar

Século XX: Pragmatismo Utópico

Direção Editorial
Felipe Pena de Oliveira

Presidência
Muniz Sodré (UFRJ)

Conselho Editorial – Intercom

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

Volume II

Ciências da Comunicação no Brasil

50 anos: Histórias para contar

Século XX: Pragmatismo Utópico

Carlos Eduardo Lins da Silva

José Marques de Melo

Maria Cristina Gobbi

Osvando J. de Moraes

(organizadores)

São Paulo

FAPESP / INTERCOM / UNESP / ECA-USP

2015

Ciências da Comunicação no Brasil
50 anos: Histórias para contar
Volume II – Século XX: Pragmatismo Utópico

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

Editor

Osvando J. de Morais

Projeto Gráfico e Diagramação

Mariana Real e Marina Real

Capa

Mariana Real e Marina Real

Revisão

Carlos Eduardo Parreira

Revisão Geral

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

Ficha Catalográfica

Ciências da Comunicação no Brasil 50 anos: Histórias para contar. Volume II – Século XX: Pragmatismo Utópico / Organizadores, Carlos Eduardo Lins da Silva, José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi, Osvando J. de Morais. – São Paulo: Fapesp / Intercom / Unesp / ECA-USP, 2015. 460 p. ; 23 cm

E-book
ISBN: 978-85-8208-081-8
Inclui bibliografias.

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

CDD-300
CDD-3840981

Todos os direitos desta edição reservados à:
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM
Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros
CEP: 05415 – 012 – São Paulo – SP – Brasil – Tel: (11) 2574 – 8477 /
3596 – 4747 / 3384 – 0303 / 3596 – 9494
<http://www.intercom.org.br> – E-mail: intercom@usp.br

Sumário

Apresentação	17
José Marques de Melo	

Introdução

Ciências da Comunicação: Saga Brasileira (1963-2013)	21
José Marques de Melo	

PARTE I – Ideias Precursoras

1. Raízes do Brasil: onde está a Comunicação?	33
Marialva Barbosa	
2. Carlos Rizzini, um jornalista precursor	41
Antonio F. Costella	
3. Área exótica do cosmo cultural: Florestan Fernandes e o Folclore Paulista	49
Maria Cristina Gobbi	

4. A Cultura e as Culturas no Brasil: O pensamento de Alfredo Bosi	67
Osvando J. de Moraes	
5. Antonio Candido e os estudos de comunicação.....	77
Carlos Eduardo Lins da Silva	
6. A transição do Campesinato brasileiro da sociedade tradicional para a moderna	85
Cristina Schmidt	
7. Culturas móveis, sujeitos atemporais	103
Rodrigo Gabrioti	
8. A propaganda antiga	111
Adolpho Queiroz	

PARTE II – Ideias Pioneiras

9. Estudos Raciais no Rádio Paulistano: raízes da Antropologia da Comunicação	121
Juliana Gobbi Betti	
10. José Marques de Melo: o despertar de uma mentalidade investigativa em comunicação.....	135
Waldemar Luiz Kunsch	

11. Artemídia Devolvente: Capitão “Shazam!” , Cadê Você?.....	153
Pelópidas Cypriano PEL	
12. Uma coletânea influente: <i>Comunicação e Indústria Cultural</i>, de Gabriel Cohn	167
Maria Immacolata Vassallo de Lopes	
13. Desbravando veredas: Samuel Pfromm Netto e a Comunicação de Massa	189
José Luís Bizelli	
14. Uma releitura de “Cultura de massa e cultura popular” de Ecléa Bosi: caminho metodológico, bases conceituais e achados de estudo empírico	199
Cicilia M. Krohling Peruzzo	
15. O Brasil cultiva a tradição do impasse?	209
Priscila Kalinke da Silva	
16. Cândido Teobaldo de Souza Andrade: pioneiro das Relações Públicas no Brasil	217
Maria Aparecida Ferrari	
17. O Declínio da Consciência de Classes ante os Meios de Comunicação de Massa no Brasil	225
Ruy Sardinha Lopes	

- 18.** Mota revisa nossa ideologia,
rigorosamente 233
Anita Simis
- 19.** Vera Cruz: cinema brasileiro em transe
no planalto abençoado 243
Antonio de Andrade
- 20.** Gaudêncio Torquato
Jornalismo Empresarial: teoria e prática 255
Paulo Nassar
- 21.** História e Comunicação:
o mestre Virgílio Noya Pinto 263
Heloiza Helena Matos e Nobre

PARTE III – Ideias Inovadoras

- 22.** A Noite da Madrinha, livro de
Sérgio Miceli 275
Antonio Adami
- 23.** Livro de Arruda inaugura a abordagem
científica da Publicidade 285
Roseméri Laurindo
- 24.** Sociologia da comunicação:
A música sertaneja e a indústria cultural 293
Cristina Schmidt

25. Um diagnóstico preliminar da cultura do espetáculo	307
Mauro Souza Ventura	
26. Joseph Luyten: um Inovador da Escola Latino Americana de Comunicação.....	313
Maria Isabel Amphilo	
27. O ensaísta e as imagens dos cineastas	323
Alfredo Dias D’Almeida	
28. Jornal Nacional na perspectiva dos trabalhadores: análise da audiência nos anos 80.....	335
Tyciane Cronemberger Viana Vaz	
29. A cultura brasileira pela análise de Nelson Werneck Sodré.....	345
Carla Reis Longhi	
30. Comunicação eclesial católica: o clamor de Waldemar Kunsch	357
Roberto Joaquim de Oliveira	

PARTE IV – Ideias Renovadoras

31. Existe mulher de verdade na imprensa feminina brasileira?	369
Gisely Valentim Vaz Coelho Hime	

- 32.** O som ao redor ou tradição e modernidade,
ou ainda, racionalidade e improvisação – O papel
da censura na produção cultural brasileira 377
Maria Cristina Castilho Costa
- 33.** Rock, nos passos da moda 385
Rosalba Facchinetti
- 34.** Os “fazeres intencionados”
no jornalismo 391
Marli dos Santos
- 35.** Mídia e Região na Era Digital:
diversidade & convergência midiática 401
Marcelo Briseno Marques de Melo
- 36.** Jornalistas e literários.....407
Elizeu Corrêa Lira
- 37.** Imprensa, poder e política 425
Rosemary Bars Mendez

Anexo

- Ciclo de Conferências Fapesp/Intercom 2013:
Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos
A Contribuição de São Paulo..... 433

Sumários dos Volumes I, II e II.....443

Apresentação

Apresentação

José Marques de Melo

Professor Emérito da ECA-USP

Diretor/Titular da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação

Neste ano de 2013, as ciências da comunicação celebram 50 anos de produção de conhecimentos no Brasil. Locomotiva do campo comunicacional brasileiro, é natural que São Paulo tenha liderado a comemoração dessa efeméride, mobilizando o potencial evocativo de algumas instituições, entre elas a Câmara Brasileira do Livro (CBL) e a Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo (FAPESP).

Mas o epicentro histórico motivador da efeméride sinaliza naturalmente para a cidade do Recife. Naquela metrópole regional, foram plantadas as sementes geradoras dos estudos e pesquisas que delinearam um novo ramo do saber no âmbito das ciências sociais aplicadas.

O ambiente era propício e a conjuntura favorável. Captando os ventos da mudança, Luiz Beltrão antecipa-se aos centros universitários do sudeste e do sul.

Não apenas funda um centro de pesquisas científicas em comunicação. Mais do que isso: cria um clima de emulação entre os jovens motivados desvendar a esfinge midiática. Conecta ensino, pesquisa e extensão. Integra lúdico e utilitário. Aproxima teórico e empírico.

Acuada, infelizmente, pela mudança de cenário, com o golpe de 1964, a equipe beltriana se desfaz, migrando para outros pólos nacionais. É neste momento que São Paulo assume a dianteira do processo, fertilizando o campo comunicacional brasileiro.

Duas instituições assumem a vanguarda nacional dos estudos de comunicação: a USP e a FACASPER. A Universidade de São Paulo anuncia em 1965 a intenção de criar a arrojada Escola de Comunicações Culturais, instituída em 1966 e inaugurada em 1967. Por sua vez, a Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, então vinculada à PUC paulistana, cria em 1967 o Centro de Pesquisas em Comunicação Social.

Essas duas escolas teriam papel decisivo, influenciando os rumos que os estudos de comunicação assumiriam em território nacional. Quando for resgatada a memória do campo comunicacional brasileiro esse fluxo cognitivo será melhor dimensionado, compreendido e valorizado.

Em 1967, a FACASPER organiza o primeiro ciclo de debates sobre o novo campo, cuja memória está contida nos anais intitulados *Panorama Atual da Pesquisa em Comunicação* (São Paulo, FACASPER, 1968). Em 1968, ECC-USP toma a iniciativa de alinhar o Brasil com as tendências internacionais do campo, promovendo com o apoio da UNESCO uma Mesa Redonda sobre as Novas Tendências da Pesquisa sobre Cinema e Televisão na América Latina, documentada pela nascente AUN – Agência Universitária de Notícias (boletins mimeografados publicados na semana de 24 a 28 de junho de 1968), cujos debates foram posteriormente sintetizados por Edgar Morin no ensaio “Novas correntes no estudo das comunicações de massa” na coletânea *Cultura e Comunicação de Massa* (Rio de Janeiro, FGV, 1972, p. 19-52).

A decisão de organizar, meio século depois, o Ciclo de Conferências sobre a Contribuição de São Paulo ao campo das Ciências da Comunicação no Brasil, com apoio da FAPESP, cuja memória prendemos reconstituir nesta trilogia *Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos. Histórias para Contar* (São Paulo, FAPESP/INTERCOM, 2015) está inegavelmente ancorada naqueles eventos paradigmáticos de 1967/1968, simbolizando o Vanguardismo Bandeirante em nosso campo do conhecimento.

Introdução

Ciências da Comunicação: Saga Brasileira (1963-2013)

José Marques de Melo

Professor Emérito da ECA-USP

Diretor/Titular da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação

Os estudos sobre os processos de comunicação remontam ao século XIX. Mas a noção de “campo”, naquela acepção corrente na sociologia cognitiva, só apareceria em meados do século XX.

Como campo ao mesmo tempo empresarial, profissional e universitário, a comunicação emerge na sociedade brasileira na década de 1960, mas só ganha legitimidade no período seguinte. Vários fatores convergem para essa nova forma de organização do trabalho e do conhecimento.

O processo conquista reconhecimento nacional, consolidando-se a partir de evidências remotas e recentes, como está esboçado a seguir.

Evidências remotas

1. Fundação, na cidade do Recife, do ICINFORM – Instituto de Ciências da Informação (1963), por iniciativa de Luiz Beltrão, logo após retornar de Quito (Equador), onde atuou como catedrático de Pedagogia do Jornalismo, a convite da UNESCO; instalação do Departamento de Investigação Científica do ICINFORM, para sistematizar o conjunto de pesquisas empíricas efetuadas no Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (1961-1963); promoção do I Curso Nacional de Ciências da Informação (1964); lançamento da revista *Comunicações & Problemas*, primeiro periódico científico do campo comunicacional publicado no país;

2. Criação, na cidade de Brasília, da FACUNB – Faculdade de Comunicação de Massa da Universidade de Brasília (1964), cujo projeto foi elaborado pelo jornalista Pompeu de Souza, que se demite da instituição no ano seguinte, juntamente com a equipe de docentes fundadores; a direção da FACUNB é confiada a Luiz Beltrão que ali permanece no triênio 1965- 1967, mantendo o projeto original, aperfeiçoado com as experiências testadas em Pernambuco; em 1967, Beltrão defende sua tese de doutorado sobre Folkcomunicação, tornando-se o primeiro docente brasileiro a conquistar o título no âmbito das ciências da comunicação;

3. Fundação, na cidade de São Paulo, da ECA-USP – Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo (1966), a primeira universidade pública do país a contratar uma equipe docente para trabalhar em regime de dedicação exclusiva ao ensino e à pesquisa, induzindo o grupo de professores fundadores a matricular-se no Programa de Doutorado, desenvolvendo projetos de pesquisa nos departamentos criados (1967), com prazo de cinco anos para concluir as teses respectivas, cujas defesas foram realizadas no início do ano subsequente (1973);

4. Fundação do Centro de Pesquisas da Comunicação Social (1967) na Faccasper, então vinculada à PUC de São Paulo. Nesse departamento foram realizadas as pesquisas pioneiras sobre quadrinhos, telenovelas, imprensa de imigrantes, jornalismo comparado, erotismo na propaganda, comunicação eclesial, pedagogia do jornalismo, estudos que suscitaram impacto nas instituições congêneres de todo o país.

5. Fundação da UCBC – União Cristã Brasileira de Comunicação Social (São Paulo, 1969), contando com o apoio da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil – CNBB –, que financiou a realização de uma consulta nacional na cidade do Recife (1970) para definir temas e metodologias de pesquisa destinadas a subsidiar as políticas eclesiais de comunicação emanadas do Concílio Vaticano II (Decreto Inter Mirífica, 1963);

6. Realização do I Congresso Nacional de Comunicação, promovido pela ABI – Associação Brasileira de Imprensa (Rio de Janeiro, 1971), com apoio governamental e empresarial, reunindo empresários, profissionais, gestores públicos e professores universitários; trata-se de evento dotado de grande transcendência porque reúne todos os segmentos do campo da comunicação e demanda do Estado o estabelecimento de públicas em nossa área;

7. Realização do I Congresso Brasileiro de Ensino e Pesquisa da Comunicação (Belo Horizonte, 1973), em grande parte decorrente dos debates feitos durante o congresso da ABI, buscando definir estratégias para o mundo acadêmico; bem como da IV Semana de Estudos de Jornalismo, realizada em 1972 no campus da Universidade de São Paulo, quando foi decidida a criação da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação – ABEPEC – responsável pela organização dos congressos unitários de Belo Horizonte (1973) e Fortaleza (1974), mas que entrou em crise no congresso de São Luis (1975), perdendo a legitimidade inicial, o que determinou sua posterior dissolução;

8. Fundação da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (São Paulo, 1977), catalisando todas as experiências acumuladas nesse período fundacional e instituindo uma autêntica comunidade científica num campo emergente, através de parcerias com o estado (Capes, CNPq, Fapesp) e a sociedade civil (SBPC), buscando inserir o país na comunidade científica mundial (ALAIIC, IAMCR, ICA), etc.;

Evidências recentes

a) Fundação de sociedades científicas em diferentes disciplinas que compõem o universo das ciências da comunicação: Pós-graduação (COMPÓS,

1991); Cinema e Audiovisual (SOCINE, 1996; FORCINE, 2000), História da Mídia (ALCAR, 2001), Semiótica (ABES, 2001), Jornalismo (FNPJ, 1995; SBPJOR, 2003), Economia Política da Comunicação (ULEPIC, 2004), Folkcomunicação (FOLKCOM, 2004), Relações Públicas (ABPCORP, 2006), Cibercultura (ABCiber, 2006);

b) Fundação da SOCICOM – Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Sociedades Científicas de Comunicação (Natal, 2007);

c) Realização da I CONFECOM – Conferência Nacional de Comunicação, convocada pela Presidência da República (Brasília, 2009);

Como resultado das políticas públicas instituídas pelo governo atual (2011-2014), o Ministério de Assuntos Estratégicos da Presidência da República estabelece parceria com a SOCICOM para edição do anuário *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, através do IPEA, mantendo a periodicidade regular nos anos de 2011, 2012, 2013.

Assim sendo, o momento é oportuno para se fazer um balanço do caminho percorrido, historicizando seus acontecimentos paradigmáticos, resgatando o protagonismo de pessoas ou instituições, de modo a favorecer sua consolidação e sedimentação em todo o país.

Foi justamente perseguindo esse objetivo que a SOCICOM – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação estimulou ou induziu uma série de ações para celebrar os 50 anos das Ciências da Comunicação:

1) Publicação de um volume da série *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil*, ano 2012/2013, editado em parceria do IPEA com ALCAR – Associação Brasileira de História da Mídia, dedicado à memória do campo comunicacional brasileiro;

2) Apoio à edição da série “Fortuna Crítica da INTERCOM, inventariando a produção acadêmica da sua vanguarda intelectual;

3) Estímulo à FOLKCOM para a publicação da antologia *Metamorfose da Folkcomunicação*, disponibilizando às novas gerações textos emblemáticos da História dessa interdisciplina;

4) Colaboração com a Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o lançamento da coleção PENSA-COM BRASIL constituída por *Dicionários*

Histórico Bio-Bibliográficos de Pensadores Comunicacionais Brasileiros, cujos volumes iniciais abrangem o PENSA-COM Alagoas, PENSA-COM Piauí, PENSA-COM Goiás, PENSA-COM Minas Gerais;

5) Parceria da INTERCOM e da FAPESP para a realização do Ciclo de Palestras “50 anos de ciências da comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo”;

Essa efeméride ganhou dimensão internacional com a inauguração da Mostra Digital sobre o Cinquentenário do Campo Comunicacional no Brasil, no dia 29 de maio de 2013, no Museu Nacional da Imprensa (Porto, Portugal, 2013), na abertura do II Fórum da CONFIBERCOM (Confederação Ibero-americana de Associações Científicas de Comunicação).

A ideia era a de respaldar a realização de um colóquio internacional em Manaus (Amazonas), durante o XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, do qual participarão os presidentes da IAMCR, ICA, ECREA, AJMC, CONFIBERCOM, ALAIC e os representantes das 15 associações nacionais que integram a SOCICOM, com a finalidade de debater e implementar uma estratégia de ação multicultural, visando um maior equilíbrio mundial no âmbito das ciências da comunicação.

Divisor de águas

Sinalizando a convergência de acontecimentos decisivos para sedimentar o estudo dos processos comunicacionais na sociedade brasileira, o ano de 1963 constitui marco decisivo entre duas fases.

A *práxis* vigente nas indústrias midiáticas e nos serviços públicos de comunicação converte-se em objeto de análise *acadêmica*, configurando, portanto, um “campo científico”.

O marco histórico consensual é a fundação do Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) na Universidade Católica de Pernambuco, em 13 de dezembro de 1963, primeiro espaço acadêmico brasileiro dedicado especificamente à pesquisa *científica* da comunicação.

Na verdade os fenômenos da comunicação já vinham sendo estudados no Brasil, desde muito antes, mas essas incursões, além de efêmeras ou utilitárias, não tinham motivação cumulativa e raramente eram publicizadas ou criticizadas.

Tais limitações vão sendo neutralizadas a partir do momento em que a universidade deixa de ser mero espaço para a formação de recursos humanos e decide produzir conhecimento.

No campo da comunicação, a iniciativa pioneira coube evidentemente ao ICINFORM, repercutindo em todo o país e sendo continuada, aperfeiçoada, dinamizada em outras universidades.

Por que esse processo emerge no espaço brasileiro, naquele momento, tendo a região nordestina como *cenário* referencial e a cidade do Recife como *locus* cognitivo?

Fatores conjunturais

No fim da Segunda Guerra Mundial, a derrota do nazi-fascismo, longe de significar o ingresso da humanidade numa era de paz e convivência fraterna, entre povos e nações, na verdade se desdobra em outro tipo de conflito.

As armas da destruição material que vitimaram pessoas, comunidades e países foram substituídas por artefatos simbólicos, letais para consciências, culturas e ideias.

As duas superpotências responsáveis pela vitória contra o obscurantismo do eixo nipo-italo-germânico cultivam espaços diferenciados no plano socioeconômico, polarizando os sistemas vigentes: comunista e capitalista. Para ganhar terreno junto às sociedades periféricas, nutrem uma competição de natureza ideológica, valendo-se da *informação* e da *comunicação* como armas de conquista. Esse período histórico ficou conhecido como *guerra fria*, estendendo-se de 1945 a 1989.

Seus limites fronteiriços encontram-se na criação da ONU – Organização das Nações Unidas –, quando os países constituídos se agrupam numa instituição legitimada mundialmente – e na queda do Muro de Berlim – quando cai por terra a disputa bipolar. A *perestroika* de Gorbachev dá passagem a uma era que se pretende multipolar, mas na realidade assume feição unipolar, sob a hegemonia da superpotência capitalista. (ARBEX JR., 1997)

Essa primazia parecia tranquila, até que em 11/09/2001 a destruição das Torres Gêmeas sinaliza a transição para uma fase híbrida, em que guerra fria e guerra quente se entrelaçam, contudo sem adquirir dimensão totalizante. A ameaça de guerra nuclear mostra-se contida, depois das invasões do Afeganistão e do Iraque,

embora fatores aleatórios – Irã, Tibete, Coréia do Norte – sejam veiculados pelas redes de difusão que cobrem todo o planeta, podendo gerar pânico.

Nesse panorama não se pode minimizar o papel desempenhado no mundo ocidental pela Igreja Católica, buscando uma terceira via.

Sua projeção tem sido marcante no Brasil, onde persistem “condições de injustiça” não equacionadas pelo “reformismo”, cuja meta é alterar gradualmente as “relações de vida” das periferias.

Não é sem razão que o Papa Francisco volta a erguer a bandeira dos pobres neste desabrochar do século XXI, conquistando simpatia e credibilidade.

Na avaliação do jornal *O Globo* (27/06/2013, p. 1) “o Papa Francisco viu uma unanimidade por sua empatia e comunicação com o público [...] e lembrou do hábito dos brasileiros de colocar mais água no feijão para partilhar comida...”.

Contexto nacional

No início dos anos 60, o Brasil tinha o *status* de nação emergente, integrando o bloco internacional dos países não alinhados. Era, portanto, assediado pelos governos de Washington e de Moscou para engrossar as fileiras do capitalismo ou do comunismo.

Em 1963, o vice-presidente João Goulart recuperava o poder de gestão republicana, depois de manietado pelos generais que ocuparam o poder logo após a renúncia do presidente Janio Quadros. Só foi empossado, mesmo assim com desconfiança, depois de sua viagem à China, quando instituído o regime parlamentarista. Na sequência, Goulart promove o plebiscito que iria restaurar o presidencialismo.

Vacilando entre forças políticas antagônicas, opta inicialmente pelo Plano Trienal elaborado por Celso Furtado e aceito pelo Fundo Monetário Internacional, mas decide endossar a tese das reformas de base, patrocinada pelas centrais sindicais. Isso atemoriza as classes médias, justificando a intervenção das forças armadas, que desencadeiam o golpe constitucional, empurrando-o para o exílio, juntamente com figuras eminentes da sociedade civil brasileira, entre elas o governador de Pernambuco, Miguel Arraes.

Eleito pelo povo que aspirava melhores condições de vida, Arraes toma posse no início de 1963, justamente quando a Universidade Católica de Pernambuco

diplomava sua primeira turma de jornalistas formados numa mentalidade que privilegiava a pesquisa como atividade essencial.

Luiz Beltrão, coordenador do novo curso, foi duplamente influenciado a criar o primeiro núcleo brasileiro dedicado ao estudo científico da comunicação. De um lado, pelas ideias circulantes no entorno político e de outro pelo pensamento eclesial. Capitalizando toda a sua experiência internacional, como líder trabalhista da categoria dos jornalistas, formulou uma estratégia que atingiu o ápice em 1963, esbarrando em 1964 nas circunstâncias decorrentes do golpe militar, mas retemperado pela conduta assumida pela Igreja Católica, designando D. Helder Câmara para ocupar a diocese do Recife.

Singularidade regional

Antenado nos acontecimentos em progressão naquela cidade no primeiro ano de gestão do governador Miguel Arraes, Beltrão sensibiliza seus alunos para desenvolver vários projetos de pesquisa. Inicialmente, estuda a greve dos gráficos que privou Pernambuco de jornais diários durante 20 dias.

A seguir, investigou a morfologia, o conteúdo e a dinâmica do noticiário policial nos jornais de Recife, dando início a um programa de estímulo à iniciação científica.

Diagnosticou ainda o comportamento da imprensa local diante de um episódio inusitado: o *lock out* promovido pelas lideranças empresariais da cidade e do campo para resistir às medidas legais que o governo Arraes tomava para garantir o cumprimento da nova legislação trabalhista. Tal estatuto retirava o campesinato do regime semiescravista em que se encontrava secularmente na região onde se produzia açúcar para abastecer o mercado internacional.

No ano seguinte, quando o governador Miguel Arraes já havia sido apeado do poder, ele promove uma pesquisa de opinião para saber o que a população do Recife esperava do novo arcebispo católico.

Todo esse cabedal de conhecimento significou o avanço na formação dos novos jornalistas, culminando no fim de 1963 com a fundação do ICINFORM. É necessário registrar que Luiz Beltrão vinha se articulando com a instituição que difundiu na América Latina a mentalidade da pesquisa científica no campo comunicacional. Ele próprio atuou como professor visitante no Centro Internacional do Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina –

CIESPAL –, divulgando suas experiências vanguardistas no Brasil e assimilando outras ideias pedagógicas que vinham sendo nutridas pela UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

Cenário internacional

Concomitantemente, tomariam corpo, em todo o país, ofensivas desencadeadas pelas potências hegemônicas do mundo capitalista no sentido de valorizar a comunicação e a informação. O pano de fundo desse movimento é a adesão de Cuba ao bloco comunista, depois do triunfo dos “barbudos” comandados por Fidel Castro e a perspectiva da transição pacífica do Chile ao socialismo, sob a liderança de Salvador Allende.

Tanto a diplomacia norte-americana quanto a missão francesa promovem a tradução para a língua portuguesa de obras seminais nesse campo. Em julho de 1963, a Aliança para o Progresso publica o emblemático livro de David Berlo – *O processo da comunicação*, que “faz a cabeça” da vanguarda atuante na área.

Sintonizado com a nova “onda” intelectual, Gilberto Freyre lança pela Imprensa Universitária de Pernambuco o seu clássico livro *O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX*, deslançando uma linha metodológica que o próprio sociólogo de Apipucos denominaria “anunciologia”.

No mesmo diapasão, o jornalista Mauro de Almeida emplacaria seu instigante ensaio *Filosofia dos para-choques*, antecipando uma corrente investigativa que depois assumiria a fisionomia de *folkcomunicação*.

Tampouco se pode esquecer que nessa mesma ocasião vem a público a fundamentação do sistema Paulo Freire, cuja estratégia educacional ancora-se numa ousada pedagogia da comunicação, enfeixada numa edição especial da revista “Estudos Universitários” (n. 4, Recife, Universidade Federal de Pernambuco, abril-junho de 1963), projetando intelectuais como o próprio Paulo Freire, bem como outros ainda não reconhecidos nacionalmente: Abdias Moura, Aurenice Cardoso, Jarbas Maciel, Jomard Muniz de Brito, Juracy Andrade e Luis Costa Lima.

Pertencem também a essa ofensiva editorial dois livros que circulam no ano seguinte, simbolizando as ofensivas francesa e norte-americana para disseminar as ideias dos pesos-pesados da nascente área das ciências da comunicação: Fernand Terrou – *A informação* (São Paulo, Difel, 1964) e Wilbur Schramm – *Panorama da comunicação coletiva* (Rio de Janeiro, Fundo de Cultura, 1964).

Esse ambiente propício ao aparecimento do campo *científico* da comunicação é nutrido, durante todo o ano de 1963, pela repercussão do Concílio Vaticano II, convocado pelo papa João XXIII e instalado no final do ano anterior, mas repercutindo sensivelmente no âmbito acadêmico através da edição de dois documentos paradigmáticos. A encíclica *Pacem in Terris* catalisa o pensamento do pontífice para fortalecer a “terceira via” no terreno ideológico, da mesma maneira que o decreto conciliar *Inter Mirifica* postula uma nova atitude para os agentes eclesiais, encerrando o período de desconfiança em relação aos meios de comunicação que estigmatizou a postura da Igreja Católica desde os tempos inquisitoriais. (Dale, 1974)

Também nessa ocasião, o Brasil desponta como vanguarda do novo campo científico, através do magistério exercido por dois eminentes jornalistas brasileiros no CIESPAL, em Quito, Equador. Suas aulas são convertidas em livros-textos que circulam em todo o continente latino-americano: *Métodos en la enseñanza de la técnica del periodismo* (Luiz Beltrão) é lançado em 1963 e *Pedagogia del Periodismo* (Danton Jobim) tem sua segunda edição publicada em 1964.

Ambas disseminam as ideias que os autores partilharam com diretores e professores das escolas de comunicação da região.

Nesse sentido, precisamos superar, como o fizeram Beltrão e Jobim, o complexo de inferioridade que nos atrela à legião dos deslumbrados com os modismos do “primeiro mundo”.

Nessa empreitada, convém admitir que a transformação do campo comunicacional em espaço anglófono vem se dando principalmente pela inércia dos países pertencentes a outros agrupamentos geoculturais, que assimilam e reproduzem as matrizes do conhecimento hegemônico, pouco a pouco legitimado como “pensamento único”.

PARTE I

Ideias Precursoras



1.

Raízes do Brasil: onde está a Comunicação?

Marialva Barbosa¹

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro / CNPq

HOLLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 25^a ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993. 158p.

Quando recebi o convite para fazer uma apreciação crítica da obra clássica de Sérgio Buarque de Holanda, *Raízes do Brasil*, numa mesa em que este excepcional intérprete do Brasil era localizado como “Precursor das Ciências da Comunicação”, vi-me num dilema de múltiplas faces. Localizo alguns deles.

1. Professor Titular de Jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Professora titular aposentada de Jornalismo da Universidade Federal Fluminense (UFF), no período de 1979 a 2010. Vice-Presidente da INTERCOM. Seu livro *História Cultural da Imprensa – Brasil 1900–2000* foi ganhador da Medalha Carlos Eduardo Lins e Silva, outorgada pela Intercom, em 2007 às mais representativas publicações lançadas naquele ano. Ganhou o prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, categoria Maturidade Acadêmica, em 2008. Pesquisadora 1D do CNPq. E-mail: mcb1@terra.com.br

Em primeiro lugar, o que falar de um livro que se tornou um clássico referenciado há quase oitenta anos no Brasil? O que falar de um livro que foi interpretado trinta anos depois do seu lançamento por um dos maiores intérpretes dos intérpretes do Brasil, Antonio Candido?

Como situar Sérgio Buarque de Holanda, um historiador, e que nesta obra deixa a mostra toda a sua veia sociológica, num Colóquio cujo foco é a Comunicação? Aonde é que estaria o seu diálogo com a área que ainda não era referenciada, em 1936, quando o livro foi editado, e o que faria figurar hoje como um dos Precursores das Ciências da Comunicação? São, certamente, muitas perguntas para poucas respostas que oferecerei ao longo dessa exposição.

Em primeiro lugar, não tenho a pretensão de interpretar *Raízes do Brasil*. Ainda mais depois que li, com muito cuidado, o prefácio que Antonio Candido brilhantemente fez do livro, trinta anos depois de sua primeira edição. Vou então nesta primeira parte de minha exposição situar brevemente a obra e para isso me valerei do olhar que Candido lançou sobre o livro de Sérgio Buarque de Holanda, caracterizado por ele como “curto, discreto, de poucas citações, atuaria menos sobre a imaginação dos moços” (comparando-o com *Casa Grande & Senzala*, de Gilberto Freire e *Formação Econômica do Brasil*, de Caio Prado Júnior). Mas completava: “no entanto seu êxito de qualidade foi imediato e ele se tornou um clássico de nascença”.

Em seguida, vou me deter em trechos do livro em que o autor faz referência à história da comunicação no Brasil, descrevendo alguns dos processos comunicacionais localizados, sobretudo, no século XIX: a tardia implantação da imprensa no território brasileiro; a transformação das cidades e o papel da imprensa nesse processo e, sobretudo, o que chamou “bacharelismo ilustrado” e que viria a moldar os jornalistas que se definiam como tal a partir do início do século XX.

No seu excepcional Prefácio à obra de Sérgio Buarque de Holanda, escrito em 1967, Antonio Candido constata logo no início que:

[...] a certa altura da vida, vai ficando possível dar balanço no passado sem cair na autocomplacência, pois o nosso testemunho se torna registro da experiência de muitos, de todos que, pertencendo ao que se denomina uma geração, julgam-se, a princípio, diferentes uns dos outros e vão, aos poucos, ficando tão iguais, que acabam desaparecendo como indivíduos para se dissolverem nas características gerais de sua época (CANDIDO, 1967 Apud HOLLANDA, 1993, p. XXXIX)

Nessa frase que inicia o texto do prefácio, Candido toca em aspectos fundamentais para Comunicação e para a História: a experiência do testemunho, a produção da ideia de geração e de sequência de gerações e as consequências da passagem do tempo.

A experiência de ter vivido mais de cinquenta anos permite a ele então, naquele momento, situar *Raízes do Brasil*, ao lado de *Casa Grande & Senzala*, de Gilberto Freire, e de *Formação do Brasil Contemporâneo*, de Caio Prado Júnior, como obras essenciais na sua formação e que exprimiam a “mentalidade ligada ao sopro de radicalismo intelectual e análise social que eclodiu depois da Revolução de 1930 e não foi, apesar de tudo, abafado pelo Estado Novo” (CANDIDO, 1967 Apud HOLLANDA, 1993, p. XXXIX).

O livro de Sérgio Buarque de Hollanda que procura interpretar o Brasil em toda a sua complexidade, editado pela primeira vez em 1936, portanto, às vésperas do Golpe do Estado Novo (1937), partia de uma análise do tempo presente (a década de 1930) para tentar interpretar o passado. Fazia o movimento inverso das obras de caráter histórico. Partia de certa caracterização daquele momento histórico – das transformações exponenciais que o Brasil passava na década de 1930, em que a explosão urbana era uma das marcas mais características – para tentar entender o país, ou seja, lançar olhares para as “raízes” que poderiam dar uma explicação plausível para o tempo presente. Como bem caracterizou Candido, trazia, por exemplo, as explicações para as realidades da produção, da distribuição e do consumo da riqueza no Brasil em função das “mentalidades” de um Brasil Colonial.

Candido também se preocupa em tecer os diálogos autorais que Sérgio Buarque estabelece ao construir sua obra: o mais denso permeado por uma visão weberiana do mundo, no qual o dualismo como chave primordial da interpretação emerge dos tipos ideais que vai compondo ao longo de sua narrativa. Segundo Candido, teria sido esta a primeira vez que foram empregados os conceitos weberianos de “patrimonialismo” e “burocracia”, para dar um fundamento sociológico à caracterização do “homem cordial”, expressão tomada a Ribeiro Couto, na construção do capítulo que terminou sendo o mais referenciado (e polêmico) de todos. Na obra de poucas citações aparecem também diálogos com autores primordiais do chamado pensamento conservador brasileiro: Alberto Torres, Oliveira Vianna, a quem destila uma crítica pela visão que cunham de uma sociedade hierárquica e autoritária. Exatamente o oposto que Sérgio Buarque de Hollanda caracterizava.

Do ponto de vista do material empírico utilizado para a sua análise do passado colonial e dos tempos imperiais figuram com destaque os relatos dos

viajantes e os textos de políticos de outrora, que ajudam o autor a sedimentar seus argumentos nos sete capítulos que compõem o livro, cujo intuito maior era analisar para compreender em sua complexidade o Brasil e os brasileiros.

Como um livro que expõe formas de pensar próprias do momento histórico em que foi construído, mas avançando nas propostas teóricas e metodológicas, a obra de Sérgio Buarque de Holanda introduzia autores até então desconhecidos, formas de análise de vanguarda, como a história social calcada no senso profundo das estruturas (tão caras aos principais expoentes da ainda pouco conhecida entre nós, naquele momento, *École des Annales*). Mas o que marca de maneira indubitavelmente a obra é, como remarca Antonio Candido, a adoção de uma metodologia que “repousa sobre um jogo de oposições e contrastes, que impede o dogmatismo e abre campo para a meditação de tipo dialético” (*op.cit.*, p. XIVIII).

Ao relermos hoje, passados quase oitenta anos da sua primeira edição, muito do que causou naquele momento de transformação a partir da leitura da obra de Sérgio Buarque de Holanda pode ter se apagado na poeira do tempo senão tivermos em conta os aspectos fundamentais de uma história das ideias em voga do Brasil daquele momento.

Olhar o passado com olhos do passado, máxima fundamental da História que impede o anacronismo (medo fundamental também da História), é essencial para que de hoje, num mundo fundamentalmente diferente, possamos ter toda dimensão dessa obra no Brasil da década de 1930.

Num tempo, como diz Candido, ainda banhado de indisfarçável saudosismo patriarcalista, num momento em que os intérpretes do passado ainda se preocupavam com aspectos de natureza biológica, manifestando fascínio pela raça, visão herdada dos evolucionistas, Sérgio Buarque de Holanda pautou sua análise em três aspectos centrais: analisa o Brasil a partir de um viés psicológico e da história social (destacando as estruturas profundas); na visão de que o conhecimento do passado deve estar vinculado aos problemas do presente; e na importância do desenvolvimento histórico como forma de ultrapassar as raízes que nos prendia a um passado ibérico (CANDIDO, *op.cit.*, p. XIIX).

Naquele momento, Sérgio Buarque de Holanda identificava que o Brasil vivia a fase mais profunda da crise de “decomposição da sociedade tradicional”. O ano seguinte à publicação da primeira edição do livro, 1937, mostraria que a análise de Sérgio Buarque de Holanda não era apenas uma visão das “raízes”, mas, de maneira quase premonitória, do próprio futuro do Brasil.

E a comunicação? Onde está?

Porque um livro que cujo objetivo principal era interpretar o Brasil a partir de suas “raízes” poderia ser considerado um precursor das chamadas Ciências da Comunicação no Brasil?

Em busca de resposta para essa indagação reli o velho livro já amarelecido pelo tempo e que figurava em um lugar pouco acessado na minha estante com um novo olhar. E lá descobri alguns motivos para essa inserção. Busquei as referências explícitas à comunicação e à dimensão de um olhar histórico sobre a imprensa.

Escrito a partir ideia moderna de história, o livro, paradoxalmente, faz da gênese o ponto de partida para a reflexão. Assim, no capítulo IV, especificamente na nota sobre a vida intelectual na América Espanhola e no Brasil, Sérgio Buarque de Hollanda surpreendia-se com o contraste existente entre a América Espanhola e a América Portuguesa, no que dizia respeito à introdução da imprensa no Brasil. Qualificando a imprensa, como “importante instrumento de cultura” (p. 85), listava cidades em que na América Espanhola já existiam desde séculos antes a impressão de livros (desde 1535, no México e 1584, em Lima). No Brasil, cita a tentativa frustrada de Antonio Isodoro da Fonseca, no Rio de Janeiro, em 1747, que teve sua oficina fechada por ordem da Metrópole, já que não era conveniente que no Estado do Brasil:

[...] se imprimam papéis no tempo presente, nem ser utilidade aos impressores trabalharem no seu ofício aonde as despesas são maiores que no REINO, DO QUAL PODEM IR IMPRESSOS os livros e papéis no mesmo tempo em que deles dever ir as licenças da Inquisição e do meu Conselho Ultramarino, sem as quais não se podem imprimir nem correrem as obras (HOLLANDA, 1993, p. 86).

Na interpretação de Sérgio Buarque de Hollanda, esses entraves foram definitivos no desenvolvimento da cultura intelectual no Brasil, já que na visão da administração lusitana era imperioso impedir a “circulação de ideias novas que pudessem por em risco a estabilidade do seu domínio” (p. 87).

Chama a atenção na análise dois aspectos: primeiro a profusão de dados com que sedimenta seu diagnóstico (chega a detalhar a quantidade de obras impressas no México desde o século XVI, por exemplo) e a interpretação que

faz da importância da circulação de papéis impressos para a criação e a expansão de uma esfera pública no Brasil.

Coerente com este raciocínio, em outro capítulo do livro (Capítulo II, Trabalho e Aventura) atrela o desenvolvimento das cidades não apenas à expansão econômica, mas ao papel que a “circulação de notícias” adquiriu já no século XIX. A expansão das cidades e da economia, a partir da segunda metade do século XIX, é atribuída pelo autor não apenas ao “incremento dos negócios”, mas o fato de este “incremento” ter sido favorecido pela rapidez na circulação das notícias, em função do desenvolvimento de transportes modernos entre as praças comerciais do Império (p. 42). Tão importante quanto a circulação das mercadorias era a circulação das ideias que os modernos caminhos de ferro passaram igualmente a transportar.

Escrevendo seu livro quando a imprensa (jornais e revistas) era o meio de comunicação mais importante no país, sobretudo para o grupo de intelectuais aonde se movia Sérgio Buarque de Hollanda, ele mesmo que tinha escrito em *Klaxon*, no *Jornal do Brasil* e na *Revista do Brasil* e fundado com Prudente de Moraes Neto a revista *Estética* (1924), atribui a ela um valor simbólico em função de permitir a amplificação das ideias circulantes no território brasileiro.

Mas talvez o conceito mais importante contido na obra de Sérgio Buarque de Hollanda para a interpretação do passado histórico dos meios de comunicação e da sua produção por um grupo restrito de pessoas – que serão designados jornalistas – seja o de “bacharelismo ilustrado”.

Ao mesmo tempo em que considera imprescindível a circulação das ideias impressas nos livros e jornais para o desenvolvimento duradouro do país, identifica como parte das raízes do Brasil o que denomina “bacharelismo ilustrado” e que permite interpretar o simbolismo construído pelos jornalistas, desde o final do século XIX, em torno da profissão.

Destacando a importância dos valores individualistas sobre os coletivos, uma “verdadeira praga na formação do país”, atentava também para o fato de que na sociedade brasileira o prestígio era decorrente muito mais do simbolismo que distinções materiais poderiam conferir. Nesse sentido, os símbolos do letramento – anel de doutor e diploma de bacharel – valiam mais do que títulos honoríficos e serão esses valores os fundamentais na definição do ser jornalista e que conferia a profissão lugar de distinção na sociedade. Aqueles que não possuíam esses símbolos distintivos certamente não iriam ocupar lugar de destaque no campo profissional.

Como parte do mesmo argumento identifica outros valores atavicamente relacionados aos lugares simbólicos construídos pelos jornalistas quando a

imprensa se transforma definitivamente nas “fábricas de notícias”: o fato de o jornalismo ser ponto na trajetória em direção a ocupar um lugar de prestígio na política ou na diplomacia; a profusão de advogados ou de estudantes de direito que exerciam o jornalismo nas horas vagas ou como forma conseguir recursos para manter a vida na academia; e o “vício do bacharelismo” que acompanhava a profissão, sobretudo no que diz respeito à exaltação do indivíduo frente a valores coletivos.

Identificando o prestígio das profissões liberais (“uma carta de bacharel vale quase tanto como uma carta de recomendação nas pretensões a altos cargos públicos”, p. 116), enumera os símbolos mais cadentes desse bacharelismo: “o prestígio da palavra escrita, da frase lapidar, do pensamento inflexível, do horror ao vago, ao hesitante, ao fluido que obrigam à colaboração, ao esforço”. Em decorrência, observava-se uma tendência à exaltação da personalidade individual.

Com essa radiografia contundente de um modo de ser que perdurou no tempo, advoga, por fim, a necessidade de uma grande transformação no país. Uma transformação que começava exatamente com o conhecimento mais profundo de suas origens e de suas filiações simbólicas, tal como ele fazia.

E com um olhar que atravessou as épocas diagnosticou:

A grande revolução brasileira não é um fato que se registra em um instante preciso; é antes um processo demorado e que vem durando pelo menos há três quartos de século. Seus pontos culminantes associam-se como acidentes diversos de um mesmo sistema orográfico. Se em capítulo anterior se tentou fixar a data de 1888 como o momento talvez mais decisivo de todo o nosso desenvolvimento nacional, é que a partir dessa data tinham cessado de funcionar alguns dos freios tradicionais contra o advento de um estado de coisas, que só então se faz inevitável. Apenas nesse sentido é que a Abolição representa, em realidade, o marco mais visível entre duas épocas. (HOLLANDA, 1993, p. 127)

Se tivesse colocado seu marco entre três épocas (o século XIX, o XX e o XXI), se tivesse escrito seu livro na alvorada do século XXI certamente Sérgio Buarque de Holanda teria compreendido que a longa revolução brasileira continua se produzindo e se transformando nos atos cotidianos daqueles que continuam reivindicando, hoje, contra a prevalência do mesmo individualismo que denunciou no seu livro.

Mas como a história não se faz com “se”, como a história está atavicamente relacionada ao passado, resta a cada um de nós, quase um século depois da escrita das *Raízes do Brasil* seguir tentando interpretar os ecos que o passado continua produzindo no presente.

Referências

CANDIDO, Antonio. “O significado de Raízes do Brasil”. In: HOLLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 25ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

HOLLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 25ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

2. Carlos Rizzini, um jornalista precursor

Antonio F. Costella¹

RIZZINI, Carlos. **O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 1500-1822:** com um breve estudo geral sobre a informação. [1946]. Edição fac-similar. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1988. 448p.

A bibliografia de Carlos Rizzini compõe-se de cinco livros, sendo um deles póstumo. Dois são obras estelares: *O jornal, o livro e a tipografia no Brasil*, de 1946, e *Hipólito da Costa e o Correio Braziliense*, de 1957. Os outros três são: *O ensino de jornalismo*, de 1953, pequeno em extensão, mas vanguardeiro no conteúdo, pois constituiu inspiração basilar para a formulação dos cursos universitários de jornalismo no Brasil; *O jornalismo antes da tipografia*, de 1968, desdobrado principalmente daquele primeiro livro, editado em 1946; e *Liberdade de imprensa*, de

1. Jornalista, professor, escritor, advogado, pintor e gravador brasileiro. Fundador do museu *Casa da Xilogravura* em Campos do Jordão. E-mail: afcostella@ig.com.br

1998, organizado por mim com a compilação de artigos de Rizzini publicados em jornais.

A obra *O jornal, o livro e a tipografia no Brasil* é um clássico, abriu caminho para todos aqueles que se dedicaram posteriormente ao tema sugerido pelo título. Reconhecem-no como livro basilar, inúmeros autores: Luiz Beltrão, Nelson Werneck Sodré, Juarez Bahia, José Marques de Melo, Isabel Lustosa, e muitos outros. (De minha parte, atesto que meu livro *O Controle da Informação no Brasil*, editado em 1970 pela Editora Vozes, é um reverente devedor de seus ensinamentos.) Essa obra de Rizzini é tão importante que todos, inclusive quem não a leu, a repete. Sem mesmo o saber, repete informações que originalmente dela derivam.

Publicado em 1946 pela Editora Kosmos, e reeditado fac-similarmente em 1988 pela Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, o livro *O jornal, o livro e a tipografia no Brasil* faz uma minuciosa descrição das formas de comunicação desde os tempos da oralidade, passa para o universo da escrita, chega à letra de fôrma e, de modo sutil, transita dos novidadeiros e das gazetas manuscritas ao jornal impresso; ocupa-se, ainda, com a circulação das informações no Brasil desde os primórdios da colonização até o primeiro reinado. Ninguém, absolutamente ninguém, pode escrever sobre a história da imprensa no Brasil sem se reportar a esse livro.

A par de seu conteúdo basilar e do estilo requintado, a obra *O jornal, o livro e a tipografia no Brasil* mostra, por sua finura gráfica, um outro aspecto da personalidade de Carlos Rizzini: o bibliófilo apaixonado. Cada capítulo é aberto por uma capitular resgatada em algum antiquíssimo códice. Os textos se espelham nas ilustrações coletadas em épocas e longitudes as mais diversas. Há toda uma ourivesaria de figuras que conduz ao conhecimento da História e ao deleite e, considerando-se as condições de coleta de imagens daquele tempo, causa espanto. Fico pensando: quantas viagens, quantas horas de pesquisa, quantos esforços materiais foram necessários para arrebanhar tantas dezenas de gravuras, especialmente tendo em vista que foram colhidas na década de 1940, quando as técnicas de reprodução eram incipientes, e depois levadas à reprodução por clichê metálico, tudo para serem inseridas, às mancheias, nas 448 páginas do livro!

Tamanho amor pelo mundo gráfico e tão grande capacidade investigativa explicam-se por outra característica do autor: Carlos Rizzini foi antes de tudo um jornalista. Há vários Carlos Rizzini: o escritor, o educador, o historiador, o político, o empresário, etc., mas em todos eles perpassa, imiscui-se, ressurgem a

figura do jornalista. Sua história pessoal, que adiante segue, ajuda a entender esse aspecto.

Carlos de Andrade Rizzini nasceu em Taubaté, em 25 de novembro de 1898, filho de Carlos Maglia Rizzini, italiano naturalizado brasileiro, e Maria Angélica de Moura Andrade, de antiga estirpe paulista. Aos sete anos de idade, morando ainda no Vale do Paraíba, mas na vizinha cidade de Tremembé, tornou-se coroinha na igreja do Bom Jesus. Visitava a Basílica com frequência e, aproveitando sua “amizade” com o Santo, pedia a ele que desse um “jeito em sua vida”. Afir-mava, muito compenetrado:

– *Gosto daqui. Mas quero ir além. Quero crescer e ter nome.*

O Santo ao que parece, confirmou sua fama de milagroso e o atendeu. Em 1907, ainda menino, foi enviado para a casa dos tios Aida e Francisco, no Rio de Janeiro, onde, conquistando o primeiro lugar no exame de seleção, teve oportunidade de estudar, como bolsista, na escola então mais afamada do País: o Colégio Pedro II. Quanto à faculdade, houve imprevistos. Rizzini, na adoles-cência, sonhava tornar-se médico. Mas o Santo falhou. Falhou? Anteviu, talvez, que o rapaz apreciaria mais as palavras do que as vísceras. Assim, e também por-que precisasse de parte do dia para ganhar a vida, só lhe foi possível estudar na Faculdade de Direito, que lhe tomava meio período.

Mas, embora viesse a se formar em Direito, Rizzini estava vocacionado, mesmo, para o jornalismo. E sua primeira tentativa de ingressar nesse setor foi surpreendente. Tendo pedido emprego em um jornal, o diretor, para testá-lo, solicitou-lhe uma reportagem. Muito animado, dedicou-se integralmente a ela e, no dia seguinte, retornou para apresentá-la. Não encontrou nem o diretor, nem mais ninguém. Soube pelo vizinho que o jornal, falido, acabara de cerrar suas portas.

Sua efetiva estreia na imprensa deu-se em 1919, ainda estudante, em *O Jornal*, do Rio de Janeiro, então de propriedade de Renato Toledo Lopes. (So-mente a partir de 1926 esse periódico passou à propriedade de Assis Chateau-briand e tornou-se, depois, o veículo líder da cadeia dos Diários Associados.) Sua função era a de “repórter de estrada de ferro”. O próprio Rizzini, em artigo publicado no *Diário de São Paulo* de 30 de abril de 1959, explicou: “O meu serviço consistia em apanhar notas nas diretorias e secções da Central do Brasil e em registrar os nomes das pessoas que iam e vinham a São Paulo e Rio. Era um trabalho cacete e secundário, um pouco humilhante, esse de perguntar a graça aos viajantes de graúda aparência [...]”. Mais adiante, Rizzini acrescenta: “Pouco tempo fiquei na reportagem de estrada de ferro. Logo me

firmei como tradutor de revistas francesas e inglesas, cujas publicações eram na época livremente ou, melhor, abusivamente estampadas nos jornais brasileiros, sem que se ouvisse falar em direito autoral”. Paralelamente, no “Rio-Jornal”, passou a assinar crônicas e comentários, escrevendo sobre teatro e o meio artístico carioca. Em 1921, tarimbado nos vários setores do jornal, chegou a secretário de redação.

Formado em 1922, mudou-se para Petrópolis, onde dirigiu “O Comércio” e, na sequência, comprou o “Jornal de Petrópolis”; advogou e foi procurador da Câmara Municipal; e fez política, chegando a deputado estadual (1927-1930) e elegendo-se vereador (1930). Sem dúvida, já lhe germinava o gosto pela historiografia. Advogando em uma ação de reconhecimento de paternidade, redigiu dezenove páginas a título de razões finais, nas quais começa invocando o Direito Romano, agrega-lhe em seguida o Cristianismo, enfia-se pela Idade Média com o Direito Canônico, repercute na Revolução Francesa e, ao chegar aos tempos recentes, não descuida do histórico da legislação brasileira.

Retornando ao Rio em 1934, largou as outras atividades e enterrou-se no jornal, até à medula. Aferrado ao jornalismo, nele foi galgando posições que o levaram a ocupar, em 1948, o cargo mais cobiçado por seus colegas de então: Diretor Geral dos *Diários Associados*. A chamada “cadeia associada”, que Assis Chateaubriand erigira inclusive com a ajuda do próprio Rizzini, chegou a reunir 33 jornais, 15 revistas, 23 emissoras de rádio e, a partir da década de 1950, também mais 16 estações de televisão.

Os relevantes cargos de direção que exerceu ao longo da vida podem dar a impressão de que, nele, o empresário de imprensa substituiu o jornalista militante. Não é verdade. Rizzini nunca deixou de escrever seus artigos e viver o dia-a-dia da redação. Jornalista foi sempre, até o fundo da alma. Disso dou testemunho. Bem depois de sua morte, por ocasião das comemorações de seu centenário de nascimento, tive acesso à coleção de todos os seus artigos, cuidadosamente guardados por sua viúva, Dona Áurea, que me permitiu fazer cópia xerox de toda a coleção. Constatei que, ao longo da vida, ele escrevera milhares de artigos! Analisei-os, um a um, para organizar o livro, publicado pela Editora Mantiqueira em 1998, como obra póstuma de Carlos Rizzini, no qual reuni a maioria dos artigos de sua autoria dedicados ao tema que, aliás, dá nome ao volume: *Liberdade de Imprensa*.

Sua atividade de magistério também esteve, toda ela, ligada ao mundo do jornalismo. Já tive a oportunidade de mencionar que seu pequeno livro *O*

Ensino de Jornalismo, de 1953, constituiu uma inspiração basilar para a formulação dos cursos universitários de jornalismo no Brasil. Nesse setor, aliás, Rizzini contribuiu também com suas aulas, como professor do Curso de Jornalismo, na Universidade do Brasil (1951-1961), e como professor e diretor da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero (1962-1966), em São Paulo.

Tudo, enfim, convergiu para que Carlos Rizzini – jornalista, escritor, professor, pensador do ensino de jornalismo – viesse a construir sua monumental obra *O jornal, o livro e a tipografia no Brasil*, que se viu complementada pela igualmente indispensável *Hipólito da Costa e o Correio Braziliense*, biografia do fundador do primeiro jornal brasileiro. Nesses trabalhos Rizzini reuniu todas as aptidões necessárias para assentar, assim, as bases da historiografia de nossa imprensa.

Muito mais haveria que falar a respeito desse ilustre taubateano, não só o Rizzini das funções públicas, mas também o homem comum. É bem verdade que, de comum mesmo, ele não tinha nada. Nunca se satisfazia com o corriqueiro. Uma pequena tira de tecido pré-colombiano, um antigo vaso chinês, a primeira edição de um clássico empolgavam-no quase até o êxtase. E não eram só as coisas faustosas que o atraíam. De muitos banquetes, até daqueles em que o traje era a casaca, costumava sair com os bolsos recheados de caroços de frutas exóticas porventura servidas aos convidados. Levava-os, como quem carrega sua maior riqueza, e carinhosamente os plantava em seu quintal. Mas, infelizmente, esses outros aspectos desbordam as fronteiras impostas a esta resenha.

Apenas para concluir, permito-me acrescentar uma última observação. Continuei a visitar Rizzini ao longo dos anos, em São Paulo e, depois, em Tremembé, onde, retirado de suas atividades intensas, comprou uma grande casa ao lado da Basílica. Na biblioteca, com seus livros à volta, contou-me que então só lia memórias. Nada mais. E passou a discorrer a respeito dos encantos da “petite histoire”, da graça que as intrigas de bastidores conferem aos grandes feitos da História com “h” maiúsculo, de como as indSCRIções dos memorialistas podem ser mais elucidativas do que volumosos tratados. Percebi claramente. Com essas leituras, ele estava fazendo, jornalisticamente, para ele mesmo, verdadeiras reportagens sobre fatos dos tempos idos.

Carlos Rizzini morreu em 19 de julho de 1972. Acompanhei seu féretro até o cemitério de Tremembé. Sobre o túmulo de granito preto vê-se, reproduzido em bronze, seu “*ex-libris*”: uma rosa obliquamente sobreposta a um livro, que representam a beleza conjugando-se ao conhecimento.

RESUMO BIOGRÁFICO DE CARLOS RIZZINI:

Nascimento: Taubaté, 25 de novembro de 1898.

Falecimento: Tremembé, 19 de julho de 1972.

Formação

Colégio Pedro II, Rio de Janeiro.

Curso de Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade de Direito do Rio de Janeiro.

Jornalismo

Repórter de *O Jornal* e do *Rio-Jornal*, 1919-1921, Rio de Janeiro.

Redator e redator-chefe de *Boa Noite*, 1921-1922, Rio de Janeiro.

Diretor de *O Comércio* e de *Jornal de Petrópolis*, 1923-1934, Petrópolis.

Secretário de *Diário da Noite* e de *O Jornal*, 1934-1938, Rio de Janeiro.

Diretor da *Rádio Tupi*, 1938, Rio de Janeiro.

Diretor de *Diário de Notícias*, 1939, Porto Alegre.

Diretor dos *Diários Associados*, de São Paulo (*Diário de São Paulo*, *Diário da Noite*, *Rádio Tupi* e *Rádio Difusora*), 1946-1947.

Diretor Geral dos *Diários Associados*, 1948-1955, Rio de Janeiro.

Diretor de *Última Hora*, 1955-1958, São Paulo.

Colaborador diário da *Folha da Manhã*, 1958, São Paulo.

Diretor de *Jornal do Commercio*, 1959-1961, Rio de Janeiro.

Colaborador de *Diário de São Paulo*, 1959-1969.

Presidente do Sindicato dos Proprietários de Jornais e Revistas de São Paulo, 1943-1945.

Presidente do Sindicato dos Proprietários de Jornais e Revistas do Rio de Janeiro, 1952-1953.

Presidente do Clube de Jornais de São Paulo, 1943-1963.

Cargos Públicos

Advogado da Câmara Municipal de Petrópolis, 1925-1927.

Deputado estadual no Estado do Rio de Janeiro, 1927-1930.

Vereador à Câmara Municipal de Petrópolis, 1930.

Diretor do Departamento Estadual de Informações, São Paulo, 1947.

Secretário de Educação e Cultura, Prefeitura de São Paulo, 1961-1963.

Magistério

Professor do Curso de Jornalismo da Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil, 1951-1961.

Professor da Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, 1962-1966.

Diretor da Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, 1962-1966.

Livros publicados

O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 1946.

O ensino do jornalismo, 1953.

Hipólito da Costa e o Correio Braziliense, 1957.

O jornalismo antes da tipografia, 1968.

Liberdade de Imprensa, edição póstuma, 1998.

3.

Área exótica do cosmo cultural: Florestan Fernandes e o Folclore Paulista

Maria Cristina Gobbi¹

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

FERNANDES, Florestan. **Folclore e mudança social na cidade de São Paulo**. São Paulo: Anhambi, 1961.475 p.

Introdução

O texto traz uma análise das contribuições da obra do professor Dr. Florestan Fernandes “Folclore e mudança social na cidade de São Paulo”, editada pela

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

Anhambí, em 1961. São cinco ensaios, resultado de pesquisa de campo realizada no ano de 1941 para a cadeira de Sociologia, da Universidade de São Paulo, que até então tinha como titular o professor Dr. Roger Mastide.

A publicação reúne diversos estudos do autor sobre o tema, resultado de dados coletados na cidade de São Paulo e que foram originalmente publicados entre os anos de 1942 e 1959, especialmente na *Revista Anhambí*, criada em 1950 e dirigida, desde o início, por seu principal mentor, Paulo Duarte (1899-1984), jurista, arqueólogo, jornalista e escritor paulista, ligado a Julio de Mesquita Filho e ao grupo do jornal *O Estado de S. Paulo*. De acordo com o site da publicação, a Revista circulou até 1962, sendo parte do “[...] projeto intelectual e pessoal de seu editor, propondo-se elevar o nível cultural das elites locais. Era uma publicação mensal, que tratava de assuntos os mais variados, das ciências às artes, e contava com a colaboração de diversos professores da USP, estrangeiros e nacionais”.

No volume editado por Florestan Fernandes é possível perceber que o nosso folclore é pouco conhecido, especialmente no que tange aos seus aspectos humanos e sociais, não somente no período da pesquisa realizada pelo professor, mas passados mais de cinquenta anos, corroboramos esta afirmação.

Florestan Fernandes argumenta que a cidade se transformou depressa, rompendo suas ligações com o passado tradicional e dando nova feição à organização da vida humana (1959). Assim, “[...] o comportamento e as atitudes tornam-se mais articulados no folclore que em qualquer outro traço cultural, o que faz com que ele tenda a cristalizar e a perpetuar as formas da cultura que são articuladas por seu intermédio (Ruth Benedict, *Folklore*, Encyclopaedia of Social Sciences, vol VII, p. 291)”.

Para que seja possível o entendimento da obra de Florestan Fernandes é preciso resgatar três termos tratados por ele em toda a publicação: folclore, mudança social e cidade de São Paulo.

O professor Dr. Roberto Benjamin, que dedicou sua vida ao estudo do folclore e das manifestações de cultura popular, afirma que a palavra folk-lore denotava a área de estudos de tradições populares. “A palavra folclore, grafada inicialmente folk-lore fora formada a partir das velhas raízes saxônicas em que folk significa povo e lore saber. Assim, segundo o seu criador, a nova palavra significaria sabedoria do povo” (2013, p. 1). O mestre afirma que o termo surgiu em 1846, criado por William John Thom. Mesmo aparentando certa objetividade e simplicidade, o termo trouxe muitas controvérsias.

No Brasil, durante muito tempo, prevaleceu a definição da Carta do Folclore, resultado do I Congresso Brasileiro de Folclore, realizado em 1951. Em 1995,

durante o VIII Congresso Brasileiro de Folclore, foi realizada uma releitura da Carta e o resultado incorporou “[...] contribuições de estudos das ciências humanas e de letras, bem como a adoção de novas tecnologias, especialmente na comunicação, e das transformações da sociedade brasileira” (BENJAMIN, 2013, p. 2).

Assim, para o Brasil, folclore é “[...] o conjunto das criações culturais de uma comunidade, baseado nas suas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social. Constituem-se fatores de identificação da manifestação folclórica: aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade”. (Carta do Folclore apud BENJAMIN, 2013, p. 2)

Sem dúvidas que o folclore nacional é muito rico de movimentos, acontecimentos, ações, variedade, participação, expressões, símbolos, em muitas manifestações não tem autor conhecido (anonimato), é de aceitação coletiva e representa manifestações populares. No Brasil podemos citar diversos exemplos, como: Festas populares: Carnaval, Festas Juninas, Cavalhadas, Festa do Divino; Lendas e Mitos: Saci-Pererê, Negrinho do pastoreio, Mula sem cabeça, Lobisomem, Curupira, Bicho-papão; Música e Dança: Frevo, Samba, Fandango, Xaxado, Xote, Maracatu, Pau-de-fita, Quadrilha; Cantigas de roda: Atirei o Pau no Gato, Escravos de Jó, Ciranda-cirandinha, O Cravo e a Rosa, Sapó Cururu (SIGNIFICADO, 2013). E nesse conjunto estão as análises dos folguedos infantis, dos ditos populares, das canções de ninar, das brincadeiras de roda, das crendices e superstições que o mestre Florestan Fernandes traz em seu livro.

O outro termo tratado no livro é mudança social, que por si traz uma amplitude de possibilidades. Mas podemos dizer que os últimos 70 anos têm sido marcados por grandes acontecimentos. O mundo globalizado, onde as fronteiras não resistem aos avanços das tecnologias, viu coisas grandiosas acontecerem, como os movimentos ambientalistas mundiais pela preservação dos recursos naturais do planeta; o mundo chegou aos 7 bilhões de pessoas; a queda do Muro de Berlin, os protestos por democracia em países do norte da África e do Oriente Médio (Primavera Árabe) iniciados por redes sociais, buscando colocar fim aos regimes ditatoriais e tirânicos; as múltiplas manifestações populares para a abertura de Cuba para o mundo. No Brasil, os debates sobre a construção de usinas hidroelétricas, a descoberta da camada pré-sal; a 1ª Conferência Nacional de Comunicação (*Confecom*). O desenvolvimento da medicina, das vacinas, tratamento com células tronco. A criação do *Kinect*, desenvolvido pelo brasileiro Alex Kipman, é um sensor de movimento, que elevou os jogos (vídeo games) a um novo patamar e provou que o joystick está com os dias contados; o uso dos aparelhos celulares se popularizou; a tecnologia 3D, dos *tablets*, dos múltiplos

aplicativos que transformaram os aparelhos celulares em verdadeiros parques de diversão, promovendo sua constante atualização, *Orkut*, *Facebook*, *Firefox*, *You Tube*, *Wikipédia*, *Chrome* e os códigos abertos; Bluetooth, *Wi-Fi* e “USB sem fio”, última novidade no setor. Nasce no país uma nova classe média, que traz de sua origem seus cânticos, poesias, crenças, costumes, festas, danças, credences, decoração, vestimentas, vocabulário etc fazendo a chamada elite nacional rever seus valores e repensar seus preconceitos.

É neste cenário tão amplo, como diversificado, onde o coletivo se confunde com global, em um misto de culturas e tradições, onde o individual ganha eficácia amparado nas múltiplas ações conjuntas que são capazes de modificar todo o planeta, que está a maior cidade do país. São Paulo hoje (2013), de acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), tem aproximadamente 19 milhões de habitantes considerando a região metropolitana, recebe anualmente mais 12 milhões de visitantes nacionais e internacionais. É sede de 38% das 100 maiores empresas privadas do país, 63% dos grupos internacionais instalados no país e 17 dos 20 maiores bancos. Além disso, abriga

[...] o Hospital das Clínicas, o maior e mais renomado complexo hospitalar da América Latina; o maior shopping center da América Latina – o Centro Comercial Aricanduva, com 500 lojas; dos 7 portais de Internet mais conhecidos, 6 estão baseados em São Paulo; 1.769 estabelecimentos de saúde, 40 hospitais públicos, 61 hospitais particulares, 24.957 leitos hospitalares, 99 bases móveis da Polícia Militar, 93 distritos policiais, 04 postos do Poupatempo, 146 faculdades, 26 universidades; 22 Centros de Educação Tecnológicas; a maior Parada do Orgulho GLBT do mundo e a Corrida de São Silvestre, que atrai em média 15 mil corredores de todo o mundo de cerca de 20 países (IBE, 2013).

Tudo sem contar salas de espetáculos, museus, shows, parques, hotéis, restaurantes, centros culturais, estádios de futebol, feiras, bolsa de valores, parques aquáticos etc. É quase um país em um estado. (CIDADE DE SÃO PAULO, 2013, web). E quando o mestre Florestan Fernandes empreende sua pesquisa os números de São Paulo já demonstravam que São Paulo era um espaço que tendia a ser uma grande metrópole.

Segundo afirma Luís Octávio da Silva (2013, web) foi o período de 1930 a 1945 decisivo para a definição dos “[...] processos econômicos, da evolução do

quadro demográfico, como também pela consolidação das bases de um determinado modelo de organização espacial assumido pela metrópole nas décadas seguintes”. A recuperação pós-crise de 1929, onde a economia paulista se dinamiza, saindo da dependência cafeeira. A era Vargas e o Estado Novo consolidam São Paulo como principal “[...] polo econômico e industrial do Brasil e a cidade de São Paulo como principal foco desse processo [...]. Em 1939, pela primeira vez, o valor da produção industrial desse estado já ultrapassava o valor da produção agrícola”. O desenvolvimento da grande metrópole já dava sinais claros que ocorreria em pouco tempo.

Foi no bojo desse processo de desenvolvimento econômico e, especialmente, industrial que houve uma aceleração do processo de urbanização. O município de São Paulo tinha, em 1930, cerca de 890 mil habitantes. Em 1933, esse número já ultrapassava um milhão. Em 1945, já eram 1.608 mil (1.800 mil na região metropolitana). Mesmo que, em números absolutos, os incrementos demográficos fossem cada vez maiores, houve um arrefecimento no ritmo desse crescimento. De 1920 a 1930, o acréscimo foi de 56%; de 1930 a 1940, foi de 47%. Por outro lado, o peso demográfico do município no total do estado, assim como no do país, não cessou de aumentar. Em 1900, o município abrigava 1,4% da população do Brasil; em 1920, esse percentual já era de 1,9%; em 1940, 3,2% e, em 1950, 4,2%. Durante o nosso período de interesse (1930 a 1945), a maior parte desse incremento já se dava por crescimento vegetativo. No que diz respeito à chegada de novos habitantes, os anos 1930 e as décadas seguintes foram marcados pela intensificação dos fluxos migratórios internos, que se tornaram mais importantes do que a chegada de imigrantes estrangeiros. Um outro traço característico do período foi a consolidação, também, do processo de metropolização. (SILVA, 2013, web)

Eram os grandes loteamentos de terra, que do dia para a noite faziam surgir bairros inteiros. “Os limites da zona urbanizada contígua já ultrapassavam as fronteiras municipais”. (SILVA, 2013, web) Esse movimento de ocupação, fez desenvolver o transporte sobre rodas, uma vez que era o bonde ainda o meio popular. Também, ampliou-se o fornecimento de gás, serviços de telefonia, e o desenvolvimento de rodovias para abrigar o crescimento dos transportes por ônibus e carros. Igualmente,

Dois outros acontecimentos foram também nevrálgicos para a consolidação da urbanização extensiva. A Lei do Inquilinato, de 1942, inibiu a produção rentista de moradias. Também bastante importante foi a instituição do sistema de vendas a prestação, ocorrida em 1937. O crescimento demográfico e a crise da produção rentista empurraram a população de mais baixa renda para a autoconstrução em lotes periféricos, na sua maioria desprovidos de infraestrutura, mas comprados a prazo e acessíveis através dos ônibus. Ainda que não totalmente materializado, o modelo do desenvolvimento urbano extensivo teve suas bases e hegemonia consolidadas durante os anos 1930's e 40's. Esse padrão se tornou uma das principais características assumidas pela cidade nas décadas que se seguiram. (SILVA, 2013, web)

Foi nesse emaranhado de crescimento, misturado com desenvolvimento de condições estruturais básicas, necessárias para atender as demandas dos fluxos migratórios internos e a chegada dos imigrantes estrangeiros, que Florestan Fernandes, então aluno do curso de Sociologia da Faculdade de Ciências e Letras, da Universidade de São Paulo, realiza um levantamento parcial do folclore paulistano.

Folclore na cidade de São Paulo: considerações sociológicas

A publicação é constituída de uma riqueza ímpar de dados, reunindo pesquisas em diversas nuances do folclore paulista, retratando o comportamento de uma cidade que estava em ritmo de mudanças, mas conservava em seu cerne a preciosidade da cultura popular. Os resultados foram originalmente publicados no período de 1942 a 1959 e logo no primeiro capítulo o autor traz indicações dos locais onde podem ser encontrados os textos originais, embora muitos dados não tenham sido publicados anteriormente e estão reunidos nesse volume analisado.

Na leitura da obra, embora recheada de análises densas e dados surpreendentes o autor demonstra uma de suas principais características, a autocrítica, muitas vezes dura, revelando seu perfil de pesquisador, que busca em cada investigação a profundidade e a densidade de quem, de fato, se distingue pela qualidade do trabalho que realiza. Essa assertiva pode ser constatada na afirmação,

As análises feitas acima são incompletas e imperfeitas. Elas só consideram alguns aspectos das relações entre o folclore e a dinâmica da sociedade paulistana. A relativa inconsistência dos dados, as limitações da experiência do autor na época da realização da pesquisa e as possibilidades abertas pelo estudo sin-crônico do folclore, visto como realidade social, confirmam o presente balanço a um número bem reduzido de temas (p. 34).

“Livro é um esboço do que deveria ser um estudo sociológico do folclore paulistano” (p. 10), assume o autor. E justifica a sua opção em publicar todo o material coletado, oferecendo uma fonte riquíssima para outros pesquisadores.

Para o mestre Florestan Fernandes, inferindo considerações sociológicas ao tema do folclore, ele afiança tratar-se de problemas complexos e amplos, que não seria possível abarcar em sua plenitude em uma única pesquisa, ou mesmo por um autor, pois além das transformações rápidas pelas quais passou a cidade, há nesse panorama uma riqueza de peculiaridades temáticas e de estratos sociais (escravo, plebeu e nobre) que mereceriam estudos individuais e aprofundados.

Em sua análise sobre as funções sociais, Florestan resgata os conceitos de Max Weber no que tange a conexões de sentido, afirmando que os usos e costumes podem perdurar mesmo depois do desaparecimento das condições sociais que os suportam. Assim, nessa ocorrência tornam-se neutros para a integração e a continuidade do sistema social. Desta forma, manifestações folclóricas podem ser definidas como sobrevivência de um passado mais ou menos remoto e desta forma as funções sociais por elas desempenhadas dependerão da relação existente entre as manifestações folclóricas e o fluxo da vida social (p. 7-11).

Para o autor o folclore infantil exerce na sociedade influências sócio-dinâmicas. Seu posicionamento está não somente no papel da preservação de costumes ou ainda como brincadeira de criança, mas especialmente quando possibilita o exercício da aprendizagem. Assim, por exemplo, afirma Fernandes (p. 11-20), no folguedo (brincadeira) folclórico a criança “aprende algo” e adquire experiência de vida em sociedade. Para ele não se trata de mera fonte de recreação, mas as brincadeiras vão atuar como fontes de atualização e de “perpetuação de estados de espírito e de atitudes que garantem a eficácia dos meios normais de controle social”. Além de ser um elo entre presente e o passado. Exemplo: regras de um jogo, onde são ensinados conceitos como: lealdade, reciprocidade, disciplina, conceitos de certo ou errado etc.

Folclore e a herança social

Tratando do conceito social, a publicação fala das brincadeiras de mágica, nos contos, nas lendas, nos ditos e provérbios populares. O autor observa cinco famílias de diferentes origens. Os resultados mostram que, de forma geral, em todos esses atos folclóricos não há fixação de modelos de ação e também não são especificadas, de forma padronizada, as particularizações das sanções contra os transgressores das regras da brincadeira. O que há em comum é todo o conjunto de percepções e de explicações sobre as brincadeiras e seus regulamentos, de forma a propiciar a perpetuação de valores centrais de nossa herança social (p. 21-24).

Os modos de ver as coisas, de sentir e de agir evidenciam a cultura luso-brasileira, presente em nossas raízes. O apelo aos provérbios, muito utilizados nessa cultura, parte da concepção que “tudo está dito ali”, pois eles exprimem verdades em poucas palavras. Assim Florestan afiança que há certa homogeneização do universo do discurso dessas comunidades havendo, portanto, certa estabilidade da sociedade no que tange a sua cultura folk e como consequência isso permite a preservação de traços da antiga “cultura luso-brasileira tradicional”. Essa manutenção são os sistemas de referência de certas comunidades, que definem o comportamento tradicional e os aspectos de moral pelo qual a grupo se automantém. Diretamente, o folclore reintegra a herança social, projetando no mundo urbano uma espécie de “Oasis semirrural”, ajudando na construção e na manutenção do cosmo social da cidade, afirma Florestan. Isso “[...] ajusta certos tipos de personalidade ao mundo urbano em transformação”, fortalecendo posições “[...] psicossociais favoráveis à renovação cultural com base na conservação de elementos essenciais à integridade da civilização brasileira”. (p. 24-27)

No que tange especificamente a mudança social proposta pela análise do folclore nessas comunidades, Florestan adverte que esse mote não foi a proposta inicial do trabalho, mas que enquanto o folclore transparecer na “[...] vida cotidiana de um grupo, ele constitui uma realidade cultural e pode influenciar comportamentos e a mentalidade dos homens”. (p. 27-34)

Na análise das rápidas mudanças que estão ocorrendo na cidade, especificamente ligadas ao desenvolvimento em várias frentes, como o crescimento urbano, desenvolvimento social e o aumento dos problemas de infraestrutura básica da cidade, Florestan Fernandes aponta como consequências dessas transformações o aumento da criminalidade e reforça que “As valorizações excessivas de técnicas, instituições e valores sociais estranhos, assimiláveis pelo nosso sistema civilizatório, têm acarretado um processo de perda cultural contínua,

verdadeiramente pernicioso para o que se poderia chamar de ‘caráter nacional brasileiro’. (p. 27-35)

Mas, ao mesmo tempo, pergunta em sua investigação “O que sucede ao homem que se mantém fiel à sua herança cultural tradicional?” Aponta então, como aspectos positivos, o conforto e a segurança de que essas mudanças propiciam aos indivíduos, especialmente ao homem perdido em ambientes estranhos e aparentemente hostis, resultados da movimentação territorial. Como negativos, Florestan assinala que “[...] os indivíduos conseguem ajustar-se perfeitamente às exigências e certas avaliações tradicionais sobre o ‘dever’, a ‘reciprocidade’, a ‘palavra de honra’ ou a integridade do próprio ‘homem’”, mas que este não possui mais pontos de referência social. Em outras palavras, o indivíduo que se mantém fiel a sua herança cultural tradicional se sujeita a sofrer decepções em todos os níveis da vida prática. (p. 27-35)

O que fica claro na investigação é que não se pode estudar, compreender e explicar as ocorrências folclóricas fora do contexto social. As transformações deste é que regulam a estabilidade e a continuidade da herança cultural tradicional. Assim, os resultados apontados na pesquisa indicam que em São Paulo, apesar do folclore estar em crise, ele ainda concorre “[...] para atualizar e fornecer atitudes e avaliações de importância dinâmica definida para o ajustamento dos indivíduos às suas obrigações sociais e para o funcionamento de certos tipos de controles universais na sociedade brasileira”. Desta forma, reforça Fernandes,

O Folclore poder ser útil aos seus agentes humanos, favorecendo seu intercâmbio com o mundo social urbano, ao mesmo tempo em que se projeta no sistema sociocultural urbano como uma das forças que defendem os valores sociais que deveriam ser preservados através da mudança social. Põem-nos diante do “destino histórico-social” da própria herança cultural tradicionalista no Brasil: como e por que ele está se desintegrando, se empobrecendo e desaparecendo, onde e como ele pode perpetuar-se e renovar-se mediante a integração de seus componentes à cultura urbana. (p. 27-35)

Deste modo, considera o mestre, um dos desafios seria o de dissipar certo preconceito, que se vem firmando contra São Paulo. “Nossa cidade é comumente concebida como uma espécie de ‘área exótica’ do cosmo cultural brasileiro”. E para dar conta desse entendimento sua pesquisa traz uma riqueza de análises sobre o folclore infantil, jogos, parlendas, trabalengas, cantigas de

piquenique, ex-libris, brincadeiras de chateação, pêgas, jogos de salão, cantigas, contos, provérbios, ditos, frases, além de apontar bibliografia de referência e brindar aos leitores com uma seleção de vários tipos desses ritmos. (p. 27-35)

Trocinhas do Bom Retiro

O capítulo 2, em “As trocinhas do Bom retiro” (p. 153-255), onde também trata do folclore infantil paulistano, vai mostrar os grupos de folguedos, descrevendo as principais influências socializadores desses grupos. Este trabalho foi escrito em 1944, para o concurso “Temas Brasileiros”, instituído pelo Departamento de Cultura do Grêmio da Faculdade de filosofia, Ciências e Letras, ganho pelo autor no âmbito da Seção de Ciências Sociais, publicado, posteriormente, com prefácio de Roger Bastide, pela Revista do Arquivo Municipal, nr. CXIII, Departamento de Cultura, São Paulo, 1947 (p. 7-124).

Anteriormente, ainda enquanto aluno do curso de Ciências Sociais, da USP, Florestan Fernandes, realizou para a Cadeira de Sociologia I, a cargo do professor Roger Bastide, uma pesquisa sobre o folclore paulistano. Os resultados foram publicados em alguns artigos da revista Sociologia e apresentados em seminários. A própria coleta dos dados acabou por levar Florestan para o estudo dos grupos infantis, conhecidos como trocinhas. No trabalho observou as trocinhas nos bairros do Bom Retiro, Lapa, Bela Vista, Brás e Pinheiros, sendo, porém o mais completo o material do Bom Retiro, como afirma em sua pesquisa.

Para Roger Bastide, que prefacia o capítulo (p. 153-255) o folclore, durante muito tempo foi estudado por curiosos e “amadores”. Hoje, porém, tornou-se “[...] uma ciência, que tem suas regras, seus métodos, e que exige de quem o estuda qualidades especiais”. O crédito deste resultado ele atribui a Mário de Andrade, que segundo Bastide foi “[...] quem foi quem formulou a hipótese sobre a origem portuguesa das composições do folclore infantil brasileiro. Quanto ao tipo melódico, o próprio Mário de Andrade fez uma análise satisfatória, embora incompleta, que evidencia a influência europeia e particularmente portuguesa nas rodas infantis brasileiras”. (p. 154)

Bastide (p. 154-155), no prefácio do material, fala das brincadeiras de criança, relatada no estudo do professor Florestan Fernandes, ao mesmo tempo em que referenda a desatenção dos adultos sobre essas manifestações infantis. E reforça que para estudar a criança é preciso tornar-se criança, em uma

menção clara da necessidade de viver a brincadeira, mergulhar no momento, viver o brinquedo e somente desta forma poderá ser possível compreender o universo infantil.

Para o professor Roger Bastide “O Folclore é uma cultura; ora, não se pode compreender a cultura, separando-a do grupo social que ela exprime. O folclore não é uma simples curiosidade ou um trabalho de erudição, é uma ciência do homem e não deve, portanto esquecer o homem, ou melhor, neste caso, a criança que brinca”. Assim, o professor Bastide homenageia a coragem de Florestan ao estudar o folclore infantil e reforça dizendo que resultados são ao mesmo tempo uma contribuição à sociologia e ao folclore.

Porém, Florestan faz alerta com referência a esse campo de pesquisa. Para ele (p. 155-156), o estudo sobre o folclore brasileiro está precisando de renovação, fazendo menção as “[...] técnicas, tematização e explicações científicas”, embora, o escopo dos elementos do folclore brasileiro como padrões costumeiros de comportamentos e em especial como relação às condutas individuais sejam recentes entre nós. Florestan afirma que as primeiras incursões podem ser datadas a partir,

[...] de Casa Grande & Senzala, de Gilberto Freyre. Anteriormente, em escala microscópica, apenas Sílvio Romero, em alguns ensaios, e Euclides da Cunha, em certos trechos de Os Sertões, fizeram alguma coisa nesse sentido. O desenvolvimento da sociologia e da antropologia, no Brasil, criará as condições necessárias ao aproveitamento mais amplo e racional do material folclórico, colhido em pesquisa de campo, pelos cientistas sociais.

Para ele, mesmo fazendo um estudo do folclore infantil, recheado com seu olhar sociológico, este deve ser encarado como um duplo aspecto, que foi resultado da riqueza do material coletado ao longo da pesquisa. Desta forma, o material não analisa todos os grupos infantis, mas aqueles formados nas ruas, “trocinhas”, que tem por finalidade imediata a recreação.

Para Florestan a condição básica de formação das trocinhas é a vizinhança, pois esta condiciona o contato entre os membros do grupo, porém não define a interação entre eles. O grupo pode existir e sobreviver mesmo com a perda da liderança. Tornam-se amigos e há uma intolerância aos estranhos que querem participar das brincadeiras. Normalmente os grupos recebem nomes, pelos

quais são identificados, inclusive pelos membros das trocinhas rivais. Neste universo infantil as ações folclóricas estão nas brincadeiras de roda, de casinha ou nos times formados para os jogos. Florestan Fernandes afirma que “Os grupos promovem os primeiros contatos das crianças com o meio social, de maneira mais livre e íntima. As relações são de grupos primários, face a face, apresentando-se perfeitamente organizados e regulamentados em seus traços mais gerais, havendo mesmo, sanções punitivas para os transgressores” (p. 159-162). Brincam em conjunto, sem grandes isolamentos, mas na adolescência há uma separação entre meninos e meninas. “Esses grupos sobrevivem ao tempo, porém mudam suas ações, e passam a frequentar juntos outros espaços de interação, como teatro, futebol, cinemas”. (p. 162-163).

De modo geral as relações entre os membros dos grupos se orientam segundo padrões democráticos de conduta. O máximo observado são as xingações (mas dependem da aceitação do novo membro). Dentre elas, Florestan cita: judeus “gambás”; brasileiro “macaco”; espanhol “garrafa vazia ou vendedor de ferro velho”, italiano “carcamano”, negro “tiçumo ou pau de fumo”, japonês “tekago na kara”, etc.

Outro aspecto a ser considerado é que a cultura infantil que se forma vem do conceito do “aprendi na rua”, e está fortemente influenciada pela cultura adulta que quase se perdeu ao longo do tempo. Assim, nas brincadeiras ela vai definindo alguns papéis sociais (papai-mamãe – embora não haja semelhança com o pai, mas com a função social que ele exerce). A representação dos papéis e sua relação com as brincadeiras são, na verdade, antecipações da vida adulta e do espaço social que cada um vai desempenhar no futuro. (p. 163-167)

O capítulo também faz análises dos vários tipos de jogos, parlendas etc. Outro dado interessante é que Florestan disponibiliza diversas fontes de referência, com autores interessantes da primeira metade dos anos de 1900, muito deles desconhecidos, especialmente para nós da chamada “nova geração” de pesquisadores da cultura popular.

Distintas facetas do folclore infantil: contribuições finais

Em “As contribuições para o estudo sociológico das cantigas de ninar” o autor enumera algumas composições utilizadas pelos adultos como cantos de

acalento. Observa sua significação, uso e função avaliando que estas guardam um esboço sistemático, caminhando entre o folclórico, psicológico, etnológico e o sociológico. Traz, por exemplo, 11 variações do “Dorme nenê” e reforça que Afonso A. de Freitas, em 1921 (Tradições e Reminiscências Paulistanas), fez um estudo destes aspectos.

Para Florestan os grupos das principais cantigas de ninar são tradicionais em nosso meio, sendo a maioria de procedência portuguesa e não apresentam diferenças significativas entre as regiões rurais ou outras locais. “Elas são coe-rentes, do ponto de vista formal, com as versões antigas, as quais se revelam à análise folclórica”. Além disso, há formas mais completas e mais puras como aquelas que estão no material de Aluísio de Almeida “Cuca, tutu Marambaia”, de 1945, afixa ele (p. 259-275). Outros que estudaram essa temática, citados por Florestan Fernandes são: Amadeu Amaral, *Tradições Populares*, Progresso Editorial, 1948; Lindolfo Gomes, *Contos populares*, Melhoramentos, s/d; A. do Vale Cabral, *Achegas ao Estudo do folclore brasileiro* que está no livro de Luís Câmara Cascudo, *Antologia do Folclore Brasileiro e Geografia dos Mitos Brasileiros*, José Olympio, 1947; Basílio de Magalhães, *O folclore no Brasil*, 1939; Veríssimo de Melo, *Acalantos*, s/d entre muitos outros, disponibilizados entre as páginas 266-267 da publicação.

Em “Contribuições para o estudo sociológico das adivinhas paulistanas”, capítulo 4 do volume, Florestan traz uma análise formal das composições e de suas relações com o ritmo de mudança social. Além disso, disponibiliza 72 composições, sendo 61 adivinhas, 7 problemas e 4 perguntas. Utilizando como referência Amadeu Amaral, que afirma que essas adivinhas são “[...] enigmas verbais, que representam o objeto por meio de analogias, mas cujo mútuo concurso o delimita suficientemente”. Porém Florestan não concorda muito com a definição do professor, por estar ela recheada de dogmatismo e que por isso nem sempre delimita suficientemente o objeto subentendido (p.279-281). Essa brincadeira argumenta,

[...] É um passatempo momentâneo, explanação verbal rápida e sumária, adquirem significados suplementares, que dão sentido a exteriorização, atuam como agências de lubrificação das relações sociais, em particular quando são empregadas deliberadamente pelos sujeitos como expedientes de ajustamentos; são representadas pelos sujeitos, enquanto valores sociais, como uma modalidade dos ‘jogos de espírito’ (p. 287-317).

Para o Florestan a origem desse tipo de folclore é uma mescla entre o folclore ibérico, francês, italiano etc e cita autores como Alcides Bezerra, *Adivinhas*, (s/d) e Rossini Tavares de Lima, com *Poesias e Adivinhas*, s/d; Sebastião Almeida de Oliveira, s/d; Théo Brandão, *Folclore de Alagoas*; Arthur Ramos, o *Folclore Negro do Brasil* entre outros, como referências importantes para a compreensão mais ampla do tema.

No quinto capítulo do volume (p. 339-376), “Aspectos Mágicos do folclore Paulistano”, Florestan sistematiza as crendices e superstições. São analisadas as conexões do comportamento social das práticas mágicas de cunho folclórico. Traz referência de vários autores, como: Mauss e Hubert, Durkheim, Bergson (1941) falando do mágico ou superstições como um ajustamento às condições novas da sociedade, assim como nos estudos de Gilberto Freire sobre o tema.

Na parte final – Variações sobre os mesmos temas, Florestan Fernandes nos brinda com um aprofundamento das análises realizadas ao longo do livro, trazendo outros olhares e significações, inserindo a educação e a cultura em suas análises. Faz uma explicação da metodologia que ele utilizou e as delimitações em função de suas escolhas. Contribui com considerações sobre o estudo do Folclore e das Ciências Sociais e menciona a crítica que fez, publicada na *Revista Brasiliense* (24), 1959, onde as suas ideias sobre o Folclore foram objeto de apreciação negativa e lamenta que seus conceitos tenham chocado alguns folcloristas brasileiros. Reforça o caráter empírico de sua pesquisa afirmando que os dados apresentados foram coligidos através da pesquisa, assim complementa as descrições e análises anteriores e data precisamente as contribuições, avaliando o folclore como disciplina autônoma. Registra composições folclóricas de cuja existência em São Paulo nada se poderia dizer e revela como as condições de mudança afetaram a “sobrevivência” dessas composições, o significado que elas possuem na vida social da cidade, em uma perspectiva sociológica na interpretação do folclore brasileiro.

Para o professor Roger Mastide “[...] é um autêntico livro sobre folclore, um documento vivo e rico das práticas tradicionais da ‘mentalidade popular’, no período de desintegração da herança cultural arcaica e de aceleração do desenvolvimento urbano e industrial”. Assim, pode-se afirmar que não se trata de meras afirmações “sobre a natureza social do folclore”, mas a riqueza de detalhes, a amplitude das pesquisas realizadas e os resultados apontados demonstram não somente “[...] em que sentido a mudança social está refletindo na perpetuação ou no desaparecimento das práticas folclóricas”, mas se trata de uma fonte rica

da herança cultural tradicional no novo espaço de formação da vida social humana em nossa região e deve ser resgatada por todos os estudiosos desse campo de pesquisa. (p. 376-468)

Também é nessa etapa da publicação que Florestan define o objeto do campo do folclore. Para ele o Folclore pode ser estudado do ponto de vista científico, na perspectiva das contribuições das Ciências Sociais, porém que isso não faz dele uma ciência independente. Para o professor a cooperação entre folcloristas e cientistas sociais constitui o único meio para corrigir diferenças de abordagens e de análise especializada. Assim, o objeto do folclore consiste no estudo dos elementos culturais praticamente ultrapassados, garantindo, portanto, suas formas de sobrevivências. Ou seja, como definiu Sébilot, em 1913, “[...] a ciência do saber popular, partindo da significação do próprio vocabulário (folk = povo; lore = saber), tal como o propusera seu criador, William Thoms”. (p. 411-428)

Igualmente, trazendo dados sobre Sílvio Romero e o Folclore Brasileiro, afiança que esta obra é uma referência, mas que dificilmente poderá ser avaliada por quem não tenha experiências pessoais em pesquisas, em trabalhos de campo. Para Florestan Fernandes (p. 453-456) o problema maior para a crítica é o de situar o folclore na produção Sílvio Romero e não o de localizá-lo entre os estudiosos do folclore brasileiro.

No que tange aos estudos de Mário de Andrade, o professor Florestan (457-462) afirma ser o pesquisador uma das personalidades mais complexas na história cultural do Brasil, “[...] figura singular por sua capacidade criadora, versatibilidade, seriedade intelectual, erudição, vocação de escritor e por sua apaixonada identificação com as gentes de sua terra. As contribuições dele ao folclore projetam, verdadeiramente, novas luzes aos estudos” e o aponta como pioneiro no campo do folclore brasileiro, citando *Danças dramáticas do Brasil*, Martins, 1959 (três tomos), como uma obra de referência.

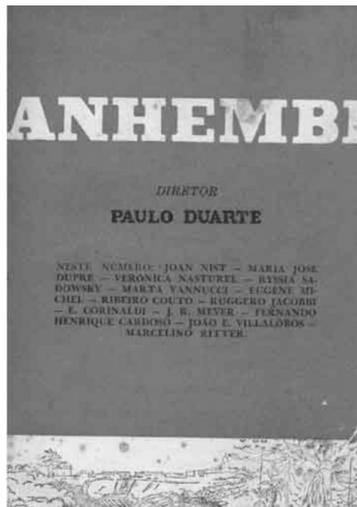
Finaliza sua pesquisa falando do folclore Musical, romance e o folclore. Para o professor Florestan, os limites entre literatura e o folclore não só se tornaram menos nítidos e rígidos, como a literatura se apresenta como uma forma fecunda de revelação do folclore (p. 465-471).

É um livro que deve ser lido por todos aqueles que se interessam pelos estudos de cultura popular, também há um rico conjunto de dados e referências, que podem ser utilizados por outros pesquisadores, de forma que possam gerar outros estudos e diversas análises.

Breve perfil de Florestan Fernandes

Foi um sociólogo e político brasileiro. Foi duas vezes deputado federal pelo Partido dos Trabalhadores. Nasceu em 22 de julho de 1920 e faleceu em 10 de agosto de 1995. “Começou a trabalhar muito cedo, ainda criança, aos seis anos de idade. Em consequência disso não concluiu o curso primário, formando-se mais tarde no Curso de Madureza, uma espécie de supletivo. Em 1941, ingressou na Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo, graduando-se mais tarde, em Ciências Sociais. Obteve o título de Mestre em 1947, ao dissertar sobre *A Organização Social dos Tupinambás*. E no início da década de 1950, defendeu sua tese de doutorado, *A Função Social da Guerra na Sociedade Tupinambá*. Atuou como assistente catedrático, livre docente e professor titular na cadeira de Sociologia I, sendo efetivado na cátedra no ano de 1964, com a tese *A Integração do Negro na Sociedade de Classes*” (web, 2013).

Revista onde Florestan Fernandes publicou parte de seus textos



Fonte: google imagens, dez 2013.

A “Escola de São Paulo” aprofundou o estudo de transição entre o escravismo e o capitalismo, e Florestan Fernandes foi seu representante mais destacado.



Fonte: google imagens, dez 2013.

Referências

CIDADE DE SÃO PAULO. Disponível em <http://www.cidadedesapaulo.com/sp/br/sao-paulo-em-numeros>, acesso em dez 2013.

FERNANDES, Florestan; BASTIDE, Roger. **Branco e negro em São Paulo**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1971: (1 a. Edição: 1955).

IANNI, Octavio. Florestan Fernandes e a formação da sociologia brasileira. In: **Florestan Fernandes: Sociologia, antologia**. Organizada por Octavio Ianni. Coleção Grandes Cientistas Sociais, São Paulo: Ática, 1986.

MOURA, Clóvis. **Sociologia do negro brasileiro**. São Paulo: Ática, 1988.

PÉCAUT, Daniel. **Os intelectuais e a política no Brasil - entre o povo e a nação**. São Paulo: Ática, 1990.

REVISTA. Disponível em: http://grabois.org.br/portal/cdm/revista.int.php?id_sessao=50&id_publicacao=159&id_indice=1084, acesso dez 2013.

SIGNIFICADO. Disponível em: <http://www.significados.com.br/folclore/>, acesso dez. 2013.

SILVA, Luís Octávio da. **A constituição das bases para a verticalização na cidade de São Paulo**. Disponível em <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/07.080/280>, acesso dez 2013.

4.

A Cultura e as Culturas no Brasil: O pensamento de Alfredo Bosi

Osvando J. de Moraes¹

UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

BOSI, Alfredo (organizador). **Cultura Brasileira: Temas e Situações**. São Paulo, Ática, 1992.

BOSI, Alfredo. **Dialética da Colonização**. São Paulo, Companhia das Letras, 1992.

A obra de Alfredo Bosi está carregada de preocupações com a cultura brasileira traduzidas nas práticas aplicadas aos acontecimentos, informação, constatadas

1. Doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Mestrado em Literatura Brasileira e graduação em Letras pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo (USP). É autor do livro *Grande Sertão: Vêredas - O Romance Transformado* (São Paulo, EDUSP/FAPESP, 2000). Dirige as Coleções Azul de Comunicação (Ateliê Editorial), Verde-Amarela, Memórias (incluindo nesta Coleção as séries Personalidades e Documentos), Coleção GP'S e Coleção Beltrianas de Comunicação (INTERCOM). Editor e Diretor da OJM-Casa Editorial. Tem organizado publicações, escrito artigos na área de comunicação. Pesquisa as relações e aproximações entre as Teorias da Comunicação, a Hermenêutica, a Compreensão e a Interpretação. É Professor e Pesquisador da UNESP Bauru-SP.

nas mudanças do imaginário de seu povo e na assimilação simultânea de outras culturas. Cremos que a importância da obra de Alfredo Bosi esteja diretamente ligada às questões relacionadas à herança colonial, presente nos seus ensaios e em suas críticas ensaísticas. Temas como pluralismo e diversidade culturais pesquisados e analisados pelo autor, com muita frequência e, na maioria das vezes, as ênfases recaem sobre as ideias e experiências paradoxais impostas pela dinâmica econômica e cultural com todas as irracionalidades que lhes convêm. Podem-se acrescentar ainda os problemas que envolvem as diversidades étnicas que se fazem presentes nas culturas brasileiras. É neste sentido que Bosi defende o conceito de cultura ampliado e pluralizado como uma espécie de metodologia para se pensar os problemas nacionais – culturais e econômicos – no Brasil como um todo, pois, somos uma mistura de raças, de gostos, de costumes, de crenças, de soques e de lembranças. A preocupação de Bosi com as mudanças do imaginário popular construído resgata, etimologicamente, a ligação imposta pela colonização aos processos e práticas culturais que vem desde o descobrimento do Brasil até os dias de hoje, igualmente repetidos em quase todos os países do continente sul-americano e, da mesma forma, como este mesmo imaginário é assimilado e difundido. O exemplo ideológico contido nestas ideias pode ser discutido como proposta nos trabalhos de muitos autores que através da literatura pensam as questões fundamentais da formação do Brasil que são mais bem percebidas, hoje, após a instalação do sistema universitário, com a justaposição à indústria cultural e conseqüentemente com a expansão da comunicação de massa.

Há muito que dizer de importante sobre o trabalho de Bosi. Referência para se tomar como base e discutir as culturas brasileiras em um processo dialético, como quer Bosi, aplicado não somente às culturas no Brasil que enfrenta realidades diferentes, mas também às culturas diferentes impostas que o transforma, talvez, no país mais colonizado da América Latina.

Independentemente de se fazer uma análise minuciosa de cada elemento da obra bosiana, nosso maior objetivo é mostrar as contribuições relevantes em relação aos conceitos de culturas discutidos pelo autor ao longo de dois livros fundamentais, muito conhecidos porque resgatam a história dos processos e os mecanismos de dominação que interferiram e ainda interferem profundamente nas culturas, em todo o território nacional: “Cultura Brasileira: Temas e Situações” e o imprescindível “Dialética da Colonização”. Por outro lado, isto significa que em nossas análises e leituras, essas obras sejam lembradas e reafirmadas como textos importantes que influenciaram os estudos da comunicação. Por isso, neste trabalho, o nosso propósito é discutir a comunicação de maneira

interdisciplinar, buscando mostrar como os estudos comunicacionais sofreram transformações através de interação com autores que pensam as culturas, mas não se desvinculam das questões comunicacionais, das políticas e das práticas culturais.

É neste sentido que reafirmamos sempre: não se pode discutir a comunicação, em nosso continente, desvinculada das culturas que são fruto das misturas das raças, das nossas relações históricas com os primeiros colonizadores – Espanha e Portugal – passando pela presença europeia até os efeitos da Guerra Fria com a implantação das ditaduras treinadas e apoiadas pelos EUA em toda a América Latina com exceção de Cuba.

A Comunicação é fruto histórico desse processo colonizador. Foi implantada com orientação estadunidense, no surgimento dos conglomerados comunicacionais e, juntamente com eles, políticas que direcionaram os países do continente aos interesses específicos comerciais, econômicos e culturais dos EUA.

Neste contexto, seria infrutífero discutir a comunicação, sem levar em conta uma relação de domínio. Muitas perguntas ainda não foram feitas e, por isso mesmo, sequer respondidas. Devemos antes analisar as relações de poder com as nossas produções culturais que passaram a ter dependência direta dos meios de comunicação de massa. Poucos exemplos dessa mesma produção fugiram ao controle por um período curtíssimo de tempo, pois, a Indústria Cultural se apodera daquilo que está em evidência e sua voracidade é incontrolável. Por isso o chamado *Boom* das culturas e da literatura latino-americanas capitaneado pelo que se convencionou chamar de ‘realismo fantástico’, e das telenovelas brasileiras como uma suposta revolução de linguagens.

Nesta construção de um amplo espaço mercadológico, a TV e as universidades ocupam lugares especiais. A TV por garantir uma divulgação eficaz e as universidades por traduzir as ações dos meios massivos em verdade e consequentemente propiciar respeito. Qual o papel da América Latina neste cenário? Sobraram alguns focos de resistência, mas acima de tudo, o papel de consumidores em um sentido amplo: consumidores de todos e quaisquer bens de consumo – duráveis ou não; consumidores de bens simbólicos e juntamente com esses dois as ideologias altamente fomentadoras, diluindo ou “desmanchando no ar” uma cultura fragilizada por conta de uma educação fragmentada. Provocada por problemas econômicos e de uma tradição com raízes superficiais e, portanto, pouco resistentes, aos ataques atraentes de um projeto mercantil predador. Como diz Bosi, nenhum tipo de apoio legal foi previsto às culturas nas nossas constituições.

O Imortal membro da Academia Brasileira de Letras e Professor de Literatura Brasileira da USP, reunidos na pessoa de Alfredo Bosi, apresentam em seu livro “Cultura Brasileira: Temas e Situações” perfis de nossa formação como nação e como cultura. Para Bosi não existe uma cultura brasileira homogênea, mas culturas brasileiras. Esta falta de unidade faz pensar em uma fragmentação representada nas manifestações materiais e espirituais. Há, portanto, uma falta de unidade que impossibilita o uso do conceito de cultura no singular, eliminando o todo aglutinado, unindo as manifestações culturais.

Como reafirma Bosi, a Antropologia já fazia uma divisão do conceito de cultura, adotando o critério racial: cultura indígena, cultura negra, cultura branca, culturas mestiças que ao repensar as práticas e situações do nosso cotidiano simbólico sintetizam o conceito de cultura como herança de valores e objetos compartilhados por grupos humanos e coesos. Mas ainda assim, deve-se pensar no caráter plural de cultura brasileira também dividida em cultura erudita, cultura popular, cultura de massa e cultura do consumo, aproveitando as discussões da Escola de Frankfurt que articula os sistemas de produção industrial ao mercado de bens materiais de consumo além d’aqueles outros produtos simbólicos ou de natureza simbólica.

Nesta mesma trajetória, é possível ainda complementar e fazer outra divisão, segundo o autor, em cultura: universitária, cultura criadora extra-universitária, indústria cultural e cultura popular, colocando no mesmo plano as instituições e as universidades, ficando fora dos esquemas institucionais a cultura criadora e a cultura popular.

E neste sentido, a cultura erudita estaria centrada no sistema educacional, principalmente nas universidades. Por outro lado, ao falarmos de uma cultura erudita, acadêmica universitária, devemos falar também da cultura popular basicamente iletrada, carregada de valores materiais e simbólicos e nela o homem rústico, sertanejo ou interiorano e ainda o homem pobre suburbano alojado nas periferias das grandes cidades.

Bosi sublinha que a cultura universitária está ao mesmo tempo habilitando pessoal para as carreiras burocráticas do país e também incorporando mudanças que traduzem o desaparecimento de uma formação humanista. Por exemplo, já não se aprende mais Grego, Latim, Filologia Clássica e Vernácula, Francês, Direito Romano e disciplinas afins. Com essas mudanças desapareceram não somente a explicitação e o conhecimento das razões de existência das habilidades como também os grandes humanistas – o mais trágico. Neste sentido, pode-se dizer que o autor esteja representando aqui os últimos humanistas de sua geração. Bosi

reconhece que a ausência do Francês como língua e como cultura nas grades curriculares de nosso ensino básico provocou perdas e danos irreparáveis. Não existe ou não poderia existir cultura letrada e humanista sem Francês ou Latim.

Este é o resultado de um ensino com ideais neocapitalistas que subestima disciplinas como História Geral, Geografia Geral, História do Brasil, substituindo por disciplinas generalizantes e híbridas. Além do Francês, desapareceu abruptamente do currículo de ensino médio a disciplina Filosofia, significando mais uma grande perda.

Neste vácuo foi ganhando predominância o ensino do inglês básico com técnicas pragmáticas características do ensino programado. Paralelamente a todos esses acontecimentos, os Estados Unidos da América foram ganhando importância política e econômica em nosso território.

Mesmo assim, diante das novas configurações políticas que resultaram em grandes transformações, é possível perceber que a vida cultural letrada se faz dentro e em torno da universidade, ressalta Bosi. Os exemplos são muitos: os artigos, resenhas de livros, reportagens e entrevistas alimentam as revistas e os suplementos dos jornais, principalmente, dos grandes centros mais informados.

Alfredo Bosi, como um dos maiores e conceituados pesquisadores de Literatura Brasileira, sempre viu as manifestações literárias e culturais no Brasil dependentes do contexto histórico, oferecendo dados bem fundamentados às Teorias das Literaturas e das Culturas, sem esquecer que em nosso país não se pode pensar as literaturas e muito menos as culturas sem estudá-las do ponto de vista sociológico e antropológico para ver com mais luz um jogo de poder e uma construção ideológica de comportamentos que não dependem só das relações do homem em sociedade, mas de uma relação de poder impositivo entre as nações.

Bosi assume em sua pesquisa uma herança gramsciana com dados muito interessantes e, ao mesmo tempo, fazendo perguntas na tentativa de encontrar respostas para a construção das culturas. Para explicar ser justamente a cultura massa que faz esquecer o dia-a-dia e a luta insana por sobrevivência e fixa um modelo de comportamento alienado de nossa própria realidade. Basta olhar com alguma atenção ao apelo das propagandas televisivas que utilizam um glamour irresistível. É neste sentido que a obra bosiana, torna-se base obrigatória para os estudos comunicacionais, pois justifica a contínua construção das culturas através dos processos de comunicação.

Um dos grandes méritos de Alfredo Bosi foi perceber e analisar as façanhas da indústria cultural, provocando transformações nos hábitos de produção e

consumo dos bens simbólicos. Como ele mesmo assinala, do simples rádio de pilha à televisão, tudo se interliga, formando uma teia, como nos dias atuais com a Internet e as redes sociais. A cultura fabricada em série de acordo com receitas de sucesso rápido e instantâneo não passa despercebida e é analisada com muita perspicácia por Bosi.

Percebe-se uma preocupação do autor com o fetichismo criado, envolvendo os processos psicológicos com um apelo imediato nos modos de ver e sentir, lembrando as discussões da Escola de Frankfurt com seus autores clássicos e críticas contundentes à cultura voltada para as massas. Queremos dizer com isso que Bosi faz uma análise aprofundada das carências e fragilidades de nossas raízes, dando um sentido acadêmico e provocando muito interesse pelos estudos de nossas identidades atravessadas pelas transformações sociais e culturais com um desequilíbrio fomentado ideologicamente, deixando dúvidas, de maneira premeditada, se são verdadeiramente mudanças ou construções intencionadas para uma consciência desprovida de crítica.

O sentido ideológico pode ser aplicado ainda à instabilidade e à racionalidade de um mundo administrado, fazendo desaparecer as subjetividades. Do mesmo modo, perceberam-se as mesmas estratégias quando se fala no fim da história, da nacionalidade, das culturas e das classes com objetivos políticos específicos para fazer crer em uma aparente pós-modernidade que preconiza um mundo igual, sem diferenças, seja social, nacional e cultural.

Na realidade, as fronteiras impostas pelos países colonizadores estão muito bem pensadas em todos os sentidos, tanto do ponto de vista físico com seguranças nas fronteiras como nas projeções ideológicas construídas milimetricamente nas imagens que são mentalizadas e no poder representado pelo domínio linguístico, nos modos de ser e agir. Estes países administram e concentram com mãos de ferro um imenso poder chamado mercado.

Por isso, a retórica que conceitua o fim de qualquer coisa: do homem, das classes, das nações para imperar o homem transnacional, simbolicamente, prostrado diante de uma tela com imagem, que supostamente é o mesmo em todo o mundo.

Queremos afirmar que os debates provocados por Alfredo Bosi, são importantes, pois, abrem caminho para que se conheça uma dimensão histórica e cultural da América Latina pouco discutida, mas que ainda poderá ser iluminada por meio de análises e estudos e alcançar uma consciência de um mundo em mutação contínua, em plena transformação. Todos concordam que, a “televisão manipula” e cumpre a sua meta de construir imaginários em todo o território

nacional, aproveitando um espaço pouco crítico e de reflexão quase nula. Poderíamos aplicar essa mesma afirmação, sem medo de errar, a todos os países do continente.

Sob a aparência do transnacional, do global, do pós-nacional, e da não-identidade, esconde-se um poder neoconservador. Por isso, as colocações de Bosi ao reafirmar que esse poder vem diretamente dos meios massivos, também fazem lembrar que é impossível ignorar o poder e mais ainda, impossível aceitar modelos pensados a partir da realidade de cada um desses países que os exportam com objetivos explícitos e precisos.

Por isso, as reflexões bosianas chamam atenção para as modas teóricas, há que ter cuidado com as questões políticas, pois ainda estão muito carregadas de discursos que tentam a qualquer custo despolitizar um passado, uma história e uma cultura construída desde o descobrimento, que sempre estiveram atreladas às questões políticas e conseqüentemente ao poder.

No entanto, quando analisamos o século XX e as ideologias dominantes, não podemos deixar de perceber que a comunicação e as culturas, obrigatoriamente, fizeram a passagem para o século atual com suas transformações tecnológicas, implicando transformações também nas culturas, como um jogo de poderes absolutos, aproveitando as fragilidades educacionais que refletem nas culturais, tornando a conquista mais fácil e suave. Da mesma forma que houve uma dominação das ideologias no século passado, trouxemos para o atual século como herança todo um trabalho já realizado e com desdobramentos previsíveis: corremos o risco de sair da Cultura e cair no culturalismo.

Na verdade, a função da academia é tentar o tempo todo entender, mas não aceitar um projeto de poder para Brasil que está em curso, buscando ora esclarecimentos no sentido frankfurtiano, ora em teorias que possam justificar as nossas dependências e servidões voluntárias. E para não fugir às questões ideológicas, alerta-se para o fim de tudo, a começar pelo nacional que se transforma em pós-nacional e transnacional. Podemos lembrar a frase usada por Roberto Schwarz como título magistral de seu livro: “Ao Vencedor, As Batatas”. Só que o vencedor agora não se contenta só com as batatas, ele quer muito mais que isso.

Para exemplificar a pluralidade e riqueza das culturas brasileiras Alfredo Bosi reuniu grandes pensadores, em sua maioria professores da USP para justificar o plural que faz questão de ressaltar nos trabalhos que tratam das séries que compõem as culturas brasileiras. Não passam despercebidas por Bosi as críticas aos meios de comunicação de massa que se contentam em nutrir-se da aparência do novo. Há, portanto, uma falta de enraizamento como processo contínuo para

manter a indústria e o comércio cultural. É neste sentido que para entender as comunicações exige estratégias que comprovadamente teria a necessidade de pesquisas e um tempo que os meios de comunicação não se dão. Por isso mesmo, repetem-se tudo que é feito lá fora. Do Jornalismo à Interatividade dirigida e instantânea. O autor lembra que não somos a Europa e tão pouco os Estados Unidos, apesar de tanta semelhança válida também para os países da América Latina.

Todo o continente tem seus mitos e suas histórias, por razões justificadas nas teses sobre o indianismo do antropólogo Roberto Cardoso de Oliveira e sobre o nosso patrimônio cultural do arqueólogo Ulpiano Bezerra de Menezes, presentes na coletânea “Cultura Brasileira: Temas e Situações” dando uma pequena ideia das dimensões e rigor dos trabalhos dedicados às culturas brasileiras.

Pensamos na Comunicação e aplicações destas ideias como matrizes e também como conquistas sem resistências de um passado que nos pertence, mas insistimos em esquecer, como um querer ser outro com outra aparência, mesmo que isso signifique uma amnésia sem volta, aproveitando o exemplo das culturas do continente latino-americano inteiro: sentimos uma atração irresistível pelo estrangeiro, valorizamos o que vem de fora, em detrimento de nossa própria história, de nossa própria essência. No entanto, é necessário pensar em nossa realidade não só a partir das ideias de Bosi mas também das colocações e dos relatos minuciosos sobre as relações e imposições culturais através dos meios de comunicação de massa, principalmente o cinema instaurando uma verdadeira transformação para o mal e para o bem.

Politicamente, somos um povo híbrido, bipartido, dividido. Nossa cultura obedece a outros parâmetros e a outra ética, colocando e aumentando ainda mais as contradições. Difícil superar, neste contexto particularmente rico do último século até o presente, a efervescência dos efeitos da contínua colonização cultural. Por isso, autores como Bosi, presenças constantes em trabalhos importantes apontam que estamos lidando com realidades culturais que extrapolam as fronteiras de um país, envolvem toda a América Latina.

Discutir a comunicação, sem levar em conta essas dimensões seja no campo político, seja no comunicacional, que na verdade são inseparáveis, seria infrutífero.

No entanto, as Teorias da Comunicação, com raríssimas exceções, são utilizadas sem levar em consideração as devidas diferenças de práticas e vivências culturais dos meios massivos. Cada país extrapola os limites que os modelos importados impõem. A comunicação não está desligada das experiências acumuladas ao longo de séculos. Estudá-la e praticá-la sem os laços com a cultura e literatura seria teoricamente injustificável.

A literatura não pode ser esquecida dos estudos comunicacionais e aprisioná-la somente ao seu contexto seria não levar em conta os elementos históricos do século XX em que teve um papel importante no cinema e na televisão. Neste mesmo sentido, é importante salientar que Alfredo Bosi sempre pensou a literatura e a cultura em um contexto mais amplo. Sua consciência política e ações como pesquisador sempre foi a de considerar a literatura como mais uma manifestação entre outras tantas dentro da cultura nacional. E coincidentemente a comunicação e os meios massivos nunca foram esquecidos em seus projetos. Por isso mesmo, a literatura e a comunicação são vistas por Bosi como um projeto em construção que pode ser estudado dentro de toda a produção de bens simbólicos que compõem as culturas brasileiras.

Para ele, não importa a especificidade dos estudos. Seja Televisão, Jornalismo, Publicidade, Cinema e Teatro. São aspectos relevantes da produção cultural do país. Em suas pesquisas há sempre um resgate histórico de todas as manifestações materiais e imateriais possíveis.

Assim, a obra bosiana, juntamente com estudos históricos, antropológicos, sociológicos e culturais contribui muitíssimo para que a comunicação seja melhor pensada e teorizada dentro de um projeto maior em que a interpretação da nossa realidade não fique restrita a teorias e esquemas e modelos importados, contribuindo cada vez mais com a nossa independência.

Não por acaso que a obra do Professor, Pesquisador e Acadêmico Alfredo Bosi aqui é lembrada como uma importante matriz dos estudos comunicacionais. É a sua consciência como pensador que provoca uma consciência política nas futuras gerações. Suas reflexões fazem pensar na educação midiática, escolar, formal e informal voltadas sempre aos valores nacionais e culturalmente compartilhados. São os modos de ser brasileiro como projeto acadêmico que tornam as reflexões bosianas únicas. Nada lhe escapa. Desde as grandes questões humanas, passando pela língua até chegar aos pequenos hábitos e práticas culturais.

Perorações

Podemos pensar em duas hipóteses para se entender a cultura no Brasil. A primeira: a partir de uma análise histórica e cultural, com os elementos já previamente levantados pelos estudiosos destas áreas, seria possível propor uma teoria que justificasse as transformações culturais provocados pelos processos intermediados e mediados?

A segunda: a partir das imposições culturais, verificadas nos processos de colonização contínua, seria possível pensar uma teoria da comunicação e da cultura, levando em conta os Estudos clássicos já realizados no Brasil por grandes autores como Alfredo Bosi, Sérgio Buarque de Holanda, Tristão de Ataíde, Florestan Fernandes, para se pensar as Culturas num contexto em que os meios de comunicação pudessem ser analisados criticamente, atribuindo-lhes as verdadeiras funções exercidas até hoje?

Neste sentido, as ideias de Alfredo Bosi mostram as diversidades das Culturas brasileiras, no plural, e a imensidão de seus problemas. A grande questão é que as contradições são muitas e diante das dificuldades de se lidar com cada uma delas, propõem-se reflexões contínuas, pois as mudanças também são contínuas. Na impossibilidade de se pensar do ponto de vista teórico o Real em contínua transformação, inventam-se saídas contra a aculturação e esquecimento das manifestações culturais e de suas materializações de um modo próprio dentro da “realidade” que está presente em todas as coisas. A saída está no próprio homem que dialoga troca e deixa marcas e registros e ideias que traduzem o que ele faz com ele mesmo. Este seria o sentido do conceito cultura mais atual e adequado ao século XXI.

É neste universo cultural, misto de abstrações, aproveitamentos e levantamentos e engajamentos teóricos que se encontra o trabalho de pesquisa do Professor Alfredo Bosi que também tem o propósito não só de refletir sobre nossa história como país, mas também para nos fazer lembrar o que somos e, de maneira mais que precisa, mostrar o que podemos ser ou o que não queremos ser. Como base no universo amplo das culturas brasileiras, podemos pensar os meios de comunicação de massa, sem esquecer-nos das servidões voluntárias presentes nas experiências até o momento, mas também como transgressão, como engajamento contra os modelos atuais porque pressupõem o comum, o igual que se repete sempre, e sempre a se repetir *ad nauseam*.

5. Antonio Candido e os estudos de comunicação

Carlos Eduardo Lins da Silva¹

FAPESP/ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing

MELLO E SOUZA, Antonio Candido de. **Literatura e Sociedade**. São Paulo: Nacional, 1965.

Comunicação sempre existiu. Na Grécia antiga e em Roma, estudava-se retórica, oratória, persuasão. Depois, estudaram-se gramática e lógica. Mas só no século 20 foi que os estudos sobre o processo de comunicação começaram a ganhar especificidade, paulatinamente, em especial após a Primeira Guerra Mundial, a disseminação do rádio e do cinema, os avanços da propaganda política e sua utilização pelo fascismo e especialmente pelo nazismo. A partir dos anos 1950 é que realmente eles encorporaram.

1. Consultor de Comunicação da FAPESP e Professor da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing).

Crítica literária e teoria literária têm uma história mais antiga do que a dos estudos de Comunicação dentro da academia institucionalizada e influenciaram bastante os primeiros pesquisadores em comunicação na Europa, nos EUA e também no Brasil. Um dos expoentes da crítica literária e da teoria literária no Brasil é Antonio Candido, e sua importância para os que inicialmente se debruçaram sobre os problemas de comunicação no país foi imensa e perdura até agora. Ao buscar a gênese do “leitor brasileiro”, ele deu o mote para todos os que se preocupavam com o “leitor de imprensa brasileiro”, o “radiouvinte brasileiro”, o “telespectador brasileiro”.

Antonio Candido de Mello e Souza, 95, é professor-emérito da USP e da UNESP, doutor *honoris causa* da Unicamp e professor da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Entre 1958 e 1960 foi professor de literatura brasileira na Faculdade de Filosofia de Assis, hoje integrada à Universidade Estadual Paulista.

Ele ingressou na recém-fundada Universidade de São Paulo em 1937. Graduou-se em 1941 e iniciou sua carreira de professor universitário como professor auxiliar na cátedra de Sociologia II, regida por Fernando de Azevedo. Obteve o título de doutor em Sociologia em 1954, quando defendeu a tese *Os parceiros do Rio Bonito: estudo sobre a crise nos meios de subsistência do caipira paulista*.

Candido militou no Partido Socialista Brasileiro, editou um jornal clandestino, de oposição ao governo Getúlio Vargas, chamado *Resistência*. Criou o Suplemento Literário do jornal *O Estado de S. Paulo*, lançado em 6 de outubro de 1956, o que por si só, já justificaria plenamente sua vinculação ao campo da comunicação no Brasil.

Fernando Henrique Cardoso escreve sobre Candido em *Pensadores que Inventaram o Brasil*: “Parece-me que a contribuição de Antonio Candido ao estilo de trabalho de nossas ciências sociais está na síntese que propõe entre uma funda preocupação teórica e a paixão pelo concreto” (p. 164). Esta é uma das características do trabalho de Candido que o aproxima tanto dos estudos sobre comunicação e o torna tão atraente aos pesquisadores da área.

Antonio Candido trouxe aos estudos literários no Brasil temas e procedimentos da sociologia, da história, da filosofia, da antropologia e da psicanálise, e todos eles acabaram por influenciar a forma como alguns dos primeiros estudos específicos sobre o processo de comunicação vieram a fazer seus estudos no país. Transpostas para qualquer outro processo de comunicação, elas são extremamente úteis.

Candido era um mestre da comunicação clara, e por isso também se tornou atraente para quem pensa a comunicação como um processo em que a clareza é fundamental. Ele enfatizou que não há como tratar a obra literária isoladamente, em si própria, mas compreendê-la no contexto social e político e na relação entre autor e público, princípio fundamental para a compreensão de qualquer ato de comunicação.

Na página 13 de *Literatura e Sociedade* (texto de 1961), ele afirma: “Nada mais importante para chamar a atenção sobre uma verdade do que exagerá-la. Mas também, nada mais perigoso, porque um dia vem a reação indispensável e a relega injustamente para a categoria do erro, até que se efetue a operação difícil de chegar a um ponto de vista objetivo, sem desfigurá-la de um lado nem de outro. É o que tem ocorrido com o estudo da relação entre a obra e o seu condicionamento social, que a certa altura do século passado chegou a ser vista como chave para compreendê-la, depois foi rebaixada como falha de visão, — e talvez só agora comece a ser proposta nos devidos termos. Seria o caso de dizer, com ar de paradoxo, que estamos avaliando melhor o vínculo entre a obra e o ambiente, após termos chegado à conclusão de que a análise estética precede considerações de outra ordem”.

E ele continua, com grande sabedoria para quem quer estudar Comunicação: “Hoje sabemos que a integridade da obra não permite adotar nenhuma dessas visões dissociadas; e que só a podemos entender fundindo texto e contexto numa interpretação dialeticamente íntegra, em que tanto o velho ponto de vista que explicava pelos fatores externos, quanto o outro, norteado pela convicção de que a estrutura é virtualmente independente, se combinam como momentos necessários do processo interpretativo. Sabemos, ainda, que o externo (no caso, o social) importa, não como causa, nem como significado, mas como elemento que desempenha um certo papel na constituição da estrutura, tornando-se, portanto, interno.”

Na página 14, diz: “[...] o núcleo do problema: [...] no terreno da crítica literária somos levados a analisar a intimidade das obras; [...] Tomando o fator social, procuraríamos determinar se ele fornece apenas matéria (ambiente, costumes, traços grupais, ideias) [...] ou se, além disso, é elemento que atua na constituição do que há de essencial na obra enquanto obra de arte [...]”. Essa falsa dicotomia, que ainda atormenta muitos pesquisadores de comunicação, era negada por Candido: “[...] tudo é tecido num conjunto, cada coisa vive e atua sobre a outra” (p. 15).

Na página 17, Candido continua a ensinar: “Neste caso, saímos dos aspectos periféricos da sociologia, ou da história sociologicamente orientada, para

chegar a uma interpretação estética que assimilou a dimensão social como fator de arte. Quando isto se dá, ocorre o paradoxo assinalado inicialmente: o externo se torna interno e a crítica deixa de ser sociológica, para ser apenas crítica. O elemento social se torna um dos muitos que interferem na economia do livro, ao lado dos psicológicos, religiosos, linguísticos e outros. Neste nível de análise, em que a estrutura constitui o ponto de referência, as divisões pouco importam, pois tudo se transforma, para o crítico, em fermento orgânico de que resultou a diversidade coesa do todo. Uma crítica que se queira integral deixará de ser unilateralmente sociológica, psicológica ou linguística, para utilizar livremente os elementos capazes de conduzirem a uma interpretação coerente.”

Recomenda, e teria sido tão bom se essa recomendação tivesse sido mais atendida no campo da comunicação, evitar dogmatismos, novos ou velhos, e sectarismos políticos, inclusive de vacas sagradas, como Lukács, assim como “imperialismos” de disciplinas (psicologia, sociologia e outras) cujos praticantes “julgam poder explicar apenas com os recursos das suas disciplinas a totalidade do fenômeno artístico” (ou, para este fim, de qualquer processo de comunicação) ou “reduções esquemáticas” (p. 27). Candido classifica modalidades de estudos sociológicos da literatura (da página 18 a 21), mas conclui que “todas [...] são legítimas e, quando bem conduzidas, fecundas...”, outro conselho da mais alta importância para quem estuda comunicação no Brasil.

O que ele escreve sobre literatura serve para qualquer forma de comunicação, basta trocar o sujeito: “[...] a literatura, como fenômeno de civilização, depende, para se constituir e caracterizar, do entrelaçamento de vários fatores sociais. Mas, daí a determinar se eles interferem diretamente nas características essenciais de determinada obra, vai um abismo, nem sempre transposto com felicidade. O primeiro cuidado... é delimitar os campos e fazer sentir que a sociologia não passa, neste caso, de disciplina auxiliar; não pretende explicar o fenômeno literário ou artístico, mas apenas esclarecer alguns dos seus aspectos”. (p. 21)

Uma questão fundamental para nós da área de comunicação vem na forma dessas perguntas: “qual a influência exercida pelo meio social sobre a obra de arte? Digamos que ela deve ser imediatamente completada por outra: qual a influência exercida pela obra de arte sobre o meio? Assim poderemos chegar mais perto de uma interpretação dialética, superando o caráter mecanicista das que geralmente predominam”. (p. 28)

Seus argumentos ajudam a acabar com as teorias de manipulação das mídias, que atormentaram por décadas os estudos de comunicação e ainda são influen-

tes: “[...] a arte é social nos dois sentidos: depende da ação de fatores do meio, que se exprimem na obra em graus diversos de sublimação; e produz sobre os indivíduos um efeito prático, modificando a sua conduta e concepção do mundo, ou reforçando neles o sentimento dos valores sociais. Isto decorre da própria natureza da obra e independe do grau de consciência que possam ter a respeito os artistas e os receptores de arte”. (p. 30)

Assim, “[...] a primeira tarefa é investigar as influências concretas exercidas pelos fatores socioculturais. É difícil discriminá-los, na sua quantidade e variedade, mas pode-se dizer que os mais decisivos se ligam à estrutura social, aos valores e ideologias, às técnicas de comunicação. O grau e a maneira por que influem estes três grupos de fatores variam conforme o aspecto considerado no processo artístico” (p. 31) “Eles marcam, em todo o caso, os quatro momentos da produção, pois: a) o artista, sob o impulso de uma necessidade interior, orienta-o segundo os padrões da sua época, b) escolhe certos temas, c) usa certas formas e d) a síntese resultante age sobre o meio”. (p. 31)

Muito importante para quem vive se preocupando com os efeitos (e aqui ele generaliza): “Ora, todo processo de comunicação pressupõe um comunicante, no caso o artista; um comunicado, ou seja, a obra; um comunicando, que é o público a que se dirige; graças a isso define-se o quarto elemento do processo, isto é, o seu efeito”. (p. 31)

Em conferência à Sociedade de Psicologia, em São Paulo, em 1957, sete anos antes da publicação de “Understanding Media: The Extensions of Men”, de Marshall McLuhan, em que o canadense argumenta que “o meio molda e controla a escala e a forma de ação e associação humanas e, portanto, é a mensagem”. Candido, de maneira clara e inquestionável, faz o mesmo argumento nas páginas 42 e 43, que abaixo está transcrito.

“Tanto quanto os valores, as técnicas de comunicação de que a sociedade dispõe influem na obra, sobretudo na forma, e, através dela, nas suas possibilidades de atuação no meio. Estas técnicas podem ser imateriais — como o estribilho das canções, destinadas a ferir a atenção e a gravar-sena memória; ou podem associar-se a objetos materiais, como o livro, um instrumento musical, uma tela”.

“Sabemos, por exemplo, que a forma moderna do quarteto musical se definiu, no século XVIII, em grande parte devido ao fato dos seresteiros vienenses não poderem transportar o cravo, necessário ao “baixo contínuo”, e precisarem, em consequência, desenvolver um novo sistema de coordenação dos instrumentos de corda. Em poesia, o refrão, a recapitulação, a própria medida do verso

estão ligados ao fato de dela se haver originado em fases onde não havia escrita, prendendo-se, pois, necessariamente, aos requisitos da enunciação verbal, às exigências de memorização, audição etc. Quem lê os poemas homéricos nota imediatamente a recorrência de fórmulas, a constância dos atributos, a repetição de invocações, episódios, reflexões, e mesmo — o que parece estranho a um moderno — a presença de trechos optativos, os famosos doublets, que tanto preocupam os eruditos. Um intérprete racionalista seria levado, como Victor Bérard, a ver em quase tudo isto interpolações devidas às vicissitudes por que passaram os manuscritos antigos. Os estudiosos mais prudentes lembram que “essas repetições têm algo de refrão e podem estar criando atmosfera”; que os “poemas são essencialmente obras cantadas por episódios, não na íntegra”; que doublets “podem ser originais”, a fim de que os aedos “tivessem a possibilidade de escolher entre duas versões segundo o que desejassem declamar ou conforme o público a que se dirigiam”.

E Candido dá outros exemplos de como meio se sobrepõe à mensagem (ou a determina, ou a conforma), como, por exemplo, quando o jornal cria gêneros novos para a literatura (a crônica, o folhetim) ou quando a introdução do piano na vida da música proporciona a criação de grandes sonatas, como as de Beethoven, impossíveis para o cravo ou a espineta.

Outro aspecto genial que Candido destaca em seu livro é o da influência da reação do público sobre o trabalho do comunicador: “A sua ação é enorme sobre o artista. Desgostoso com a pouca ressonância dos seus romances, Thomas Hardy abandona a ficção e se dedica exclusivamente à poesia. Premido pela exigência dos leitores, Conan Doyle ressuscita Sherlock Holmes — que lhe interessava secundariamente — e prolonga por mais vinte anos a série das suas aventuras. Desejosos de fama e bens materiais, muitos autores modernos se ajustam às normas do romance comercial”. (p. 45)

E também como os valores influenciam a reação do público: “Se nos voltarmos agora para o comportamento artístico dos públicos, veremos uma terceira influência social, a dos valores, que se manifestam sob várias designações — gosto, moda, voga — e sempre exprimem as expectativas sociais, que tendem a cristalizar-se em rotina. A sociedade, com efeito, traça normas por vezes tirânicas para o amador de arte, e muito do que julgamos reação espontânea de nossa sensibilidade é, de fato, conformidade automática aos padrões. Embora esta verificação fira a nossa vaidade, o certo é que muito poucos dentre nós seriam capazes de manifestar um juízo livre de injunções diretas do meio em que vivemos. Em 1837 Liszt deu em Paris um concerto, onde se anunciava uma peça

de Beethoven e outra de Pixis (Johan Peter, 1788-1874 alemão), obscuro compositor já então considerado de qualidade ínfima. Por inadvertência, o programa trocou os nomes, atribuindo a um a obra de outro, de tal modo que a assistência, composta de gente musicalmente culta e refinada, cobriu de aplausos calorosos a de Pixis, que aparecia como de Beethoven, e manifestou fastio desprezivo em relação a esta, chegando muitos a se retirarem. Este fato verídico ilustra com mais eloquência do que qualquer exposição o que pretendo sugerir, isto é, que mesmo quando pensamos ser nós mesmos, somos público, pertencemos a uma massa cujas reações obedecem a condicionantes do momento e do meio”. (p. 46)

A relação entre obra, autor e público é descrita de maneira magistral por Candido: “Na medida em que a arte é — como foi apresentada aqui — um sistema simbólico de comunicação inter-humana, ela pressupõe o jogo permanente de relações entre os três, que formam uma tríade indissolúvel. O público dá sentido e realidade à obra, e sem ele o autor não se realiza, pois ele é de certo modo o espelho que reflete a sua imagem enquanto criador... A obra, por sua vez, vincula o autor ao público, pois o interesse deste é inicialmente por ela, só se estendendo à personalidade que a produziu depois de estabelecido aquele contacto indispensável. Assim, à série autor-público-obra, junta-se outra: autor-obra-público. Mas o autor, do seu lado, é intermediário entre a obra, que criou, e o público, a que se dirige; é o agente que desencadeia o processo, definindo uma terceira série interativa: obra-autor-público”. (p.48)

Todos esses “insights” de Candido têm sido fundamentais para os pesquisadores de comunicação que se propõem a estudá-la de maneira livre dos jugos da ideologia e dos preconceitos. Sua influência é ainda vital.

6.

A transição do Campesinato brasileiro da sociedade tradicional para a moderna

Cristina Schmidt¹

UMC – Universidade de Mogi das Cruzes

QUEIROZ. Maria Isaura Pereira. **O campesinato Brasileiro**: ensaios sobre civilização e grupos rústicos no Brasil. Petrópolis/RJ:Vozes, SP: Edusp, 1973.

1. Uma pesquisadora contrária ao seu tempo

Diferentemente dos sociólogos de seu tempo, Maria Isaura Pereira Queiroz estudou as mudanças sociais partindo do contexto rural para a compreensão do

-
1. Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), e mestre em Teoria e Ensino da Comunicação pela UMESP (Universidade Metodista de São Paulo). É jornalista, graduada pela Metodista, com atuação no ensino, na pesquisa, na assessoria de imprensa. Pesquisadora e sócio-fundadora da Rede Folkcom Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação, vinculada a Cátedra UNES-CO/Metodista, coordenou o Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação da Intercom. É professora no Mestrado em Políticas Públicas da UMC (Universidade de Mogi das Cruzes – SP), e pesquisadora no GRUPPU – Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas na UMC.

urbano. Para ela o paradigma da modernização brasileira estava na forma como a sociedade tradicional camponesa se inseria no processo de urbanização. Pois, somente nesse sentido era possível perceber a transição do tradicional para o moderno. Por esse prisma, a pesquisadora destoava dos seus colegas e críticos à modernização durante os anos de 1950 até 1970, que sustentavam e privilegiavam o movimento inverso, ou seja, os centros urbanos como foco para entender a modernidade em expansão.

Como essa abordagem era a motivação para seus estudos e pesquisas, Maria Isaura e seus colaboradores fundaram o Centro de Estudos Rurais (CER) em 1964, núcleo que se tornou referência internacional. Repleto de documentos e relatórios de campo, o CER evidenciou por muito tempo a posição metodológica de sua fundadora, que toma como objeto a camada camponesa como elucidadora da dinâmica social, e ainda abrange as ações dessa classe como articuladora do conhecimento tradicional em atividades comunitárias singulares frente à modernização. Em 1968, o Centro já ampliado com participações de outros pesquisadores, com outros enfoques e revisões metodológicas, recebe o nome mais abrangente de Centro de Estudos Rurais e Urbanos (CERU), como permanece até a atualidade.

Sua trajetória mantém como fundamental as pesquisas de campo para efetivo conhecimento dos grupos estudados. Por isso mesmo que mantém firme e sempre seu vínculo com o mundo rústico, expressão e visão que a pesquisadora adota de Antonio Candido, para acompanhar as movimentações camponesas de integração e coexistência com a sociedade moderna.

Dentro dessa mesma linha, pudemos nós mesmos levar mais adiante as pesquisas e mostrar que realmente o isolamento do caipira, do tabaréu, do caiçara, enfim de todos os habitantes do meio rural que não sejam nem fazendeiros, nem trabalhadores sem terra, é realmente uma ilusão. [...] Os sitiante estavam em constante circulação dentro de sua região, solicitados a sair de seus bairros ora pelas atividades econômicas, ora pelas práticas religiosas, e servindo-se de todos os pretextos para não ficarem isolados e trancados dentro de seu grupo de vizinhança. (QUEIROS, 1972, p.13)

Esses movimentos do homem do campo vão tomar o olhar da socióloga durante toda a vida acadêmica, identificando nos saberes populares as mudanças culturais e as relações com a urbanização brasileira. Volta-se ao estudo do folclo-

re, inspirada pelo sociólogo Roger Bastide, seu orientador, e por Antonio Candido, sua referência para o percurso e definição conceitual dos bairros rurais, e defesa do mundo rústico.

Maria Isaura Pereira de Queiroz (São Paulo, 1918) graduou-se em sociologia na Universidade de São Paulo, fez o mestrado na mesma instituição sob a orientação de Bastide (1959) e, doutorou-se na mesma área em Paris (1959). Lecionou em diferentes países, como convidada a expor sua abordagem diferenciada sobre o mundo rural. Além da França, lecionou no Canadá, Senegal e Bélgica. Destacou-se no mundo acadêmico com a fundação e direção do Centro de Estudos Rurais e Urbanos (CERU), na USP onde foi professora e pesquisadora por muitos anos.

Tem uma produção acadêmica extensa. Suas principais obras são: *Carnaval brasileiro: O vivido e o mito* (1992); *História do cangaço* (1991, 4ª. Ed); *Nostalgia do outro e do alhures: a obra sociológica de Roger Bastide* (1983); *Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva* (1983, 2ª. Ed.); *Cultura, sociedade rural, sociedade urbana no Brasil* (1978); *O Messianismo no Brasil e no mundo* (1976, 2ª. Ed.); *O Mandonismo local na vida política brasileira e outros ensaios* (1976); *Bairros rurais paulistas: dinâmica das relações bairro rural-cidade* (1973); *O Campesinato brasileiro* (1973); *Ensaios sobre civilização e grupos rústicos no Brasil* (1973, 2ª. Ed); *Sociologia e Folclore: A dança de São Gonçalo num povoado baiano* (1958). Além desses livros e dezenas de artigos publicados em português, muitos trabalhos e artigos seus foram traduzidos para o Francês, Italiano e Espanhol, países onde suas pesquisas são referências reconhecidas.

2. A problemática do camponês tradicional brasileiro

É com satisfação que apresentamos essa temática, com olhos mais aguçados para o livro de Maria Isaura Pereira Queiroz, pois pudemos verificar em profundidade essa realidade em nosso trabalho de mestrado “New caipira: a reificação da cultura caipira em Piracicaba” (1993); depois, continuando nesse universo da cultura popular desenvolvemos a tese de doutorado e vários artigos apresentados em congressos e publicados em livros e coletâneas. O universo camponês é parte de nossa vida acadêmica e pessoal que trazemos do campo da sociologia e antropologia para dialogar com a comunicação, mais propriamente com a folkcomunicação. Por isso a relevância dessa obra nesse momento do cinquentenário das ciências da comunicação no Brasil.

A obra **“O Camponato Brasileiro: ensaios sobre civilização e grupos rústicos no Brasil”**, publicado em 1973 numa parceria entre as editoras da Universidade de São Paulo e Vozes, está organizada em onze capítulos independentes que se complementam para a reflexão do universo camponês ou “mundo rústico”. Na verdade, trata-se de uma coletânea de artigos publicados em revistas científicas da área ou apresentados em congressos afins.

Sem prefácio, a obra começa diretamente com o primeiro capítulo, cujo título “O sitiante tradicional brasileiro e o problema do camponato”, apresenta inicialmente uma revisão de autores que abordam a temática do campo sob diferentes prismas, segundo a autora desde a década de 1880.

Desde fins do século passado, o meio rural brasileiro tornou-se objeto de estudo, devido a curiosidade que despertava entre os citadinos, admirados de que se conservassem no interior estilos de vida que tinham desaparecido das cidades grandes. (1972, p.7)

Com olhares diferentes sobre o mesmo objeto, estudiosos lançaram mão do mundo rural para compor pesquisas e contribuir no entendimento da formação social brasileira. Sylvio Romero é atraído pelas manifestações populares, nos costumes e saberes do homem simples. É o folclore que subsidia suas pesquisas de campo e seus trabalhos científicos. Outra interpretação que vai trazer uma explicação incontestável foi a obra *Os Sertões*, de Euclides da Cunha, que relata o drama cruel de Canudos. Apoiados em teorias da época, essas referências serviram como “coordenadas dentro das quais os fenômenos rurais brasileiros passaram a ser observados”. (Idem)

O camponês sempre foi visto com um viés urbano, e por isso mesmo com metodologias limitadoras de sua compreensão. Grande parte desse grupo era formado por homens mestiços, decorrentes do processo de colonização. Por isso, advém uma série de teorias sociológicas que desqualificam o mundo rural e toda a sua gente. Uma dessas interpretações negativas, mas que teve pouca repercussão, enfoca o homem mestiço com desequilíbrio físico e étnico. Segundo essa teoria, isso era a causa do desenvolvimento tecnológico atrasado e os costumes arcaicos do interior do país. Outra tese, a do isolamento da vida cabocla, de Euclides da Cunha, considerava o camponês isolado e distante dos grandes centros urbanos e do litoral, por isso mantinham costumes da época colonial. Além disso, considerava que quanto mais o fazendeiro se aproximava do vaquei-

ro, do trabalhador rural, menor era a diferença social. Quanto mais o fazendeiro se aproximava da cidade, maior era a diferença social entre eles.

Outro trabalho que Maria Isaura considera com visão equivocada do camponês foi o de Oliveira Vianna, do sul do país. Para ele a diferença social é sempre muito grande, inclusive por questões biológicas, ao ponto de não existir outra classe social no campo além dessas duas: o fazendeiro e o trabalhador da fazenda. Para esse pesquisador os homens livres, além de preguiçosos, são miseráveis caipiras que não contam sequer com o apoio do fazendeiro. Graças a visões mais compreensivas da realidade camponesa, essas bases biológicas que foram descartadas em estudos posteriores.

A distinção da sociedade rural em duas camadas sociais continua com Gilberto Freyre em *Casa Grande e Senzala* (1933). Tão bem fundamentada, essa tese foi aos poucos sendo levada para a compreensão do universo urbano, onde nas cidades ficavam totalmente distintos os *Sobrados e Mucambos* (1936). E, mais uma vez a camada intermediária não é reconhecida. Mas, fora da sociologia, adentrando outros campos das Humanidades, essa camada intermediária – o pequeno fazendeiro, o sitiante e outros profissionais que serviam esse contexto circulando do urbano para o rural e também o inverso –, ganhou vulto. Na literatura, por exemplo, Monteiro Lobato escreve *O Sítio do Pica Pau Amarelo*, onde uma sitiante idosa mora com seus netos e alguns serviçais, estabelece uma relação mítica com a terra e interações diversas com seus vizinhos e moradores do entorno muito diferente da de um fazendeiro, fora da realidade cotidiana.

Apesar de Maria Isaura não citar que esse autor desqualifica os caipiras em seu livro *Urupês* e em outros artigos, e cria o personagem Jeca Tatu – que estigmatizou o homem camponês até a atualidade; ela aponta a contribuição de Monteiro Lobato ao reconhecer que existe uma camada social intermediária entre o fazendeiro e o vaqueiro. Aliás, primeiro reconhecimento científico dessa camada se deu, segundo Maria Isaura, por Caio Prado Junior em 1963, cientista que vai “dar um lugar na paisagem social do meio rural brasileiro a esta camada que não podia ser incluída nem entre os fazendeiros nem entre os trabalhadores sem terra”. Seguido de Jacques Lambert em 1959, que aponta a importância das roças dessa camada social no abastecimento à maioria da população urbana. A roça do sitiante é que alimenta a população brasileira. Nessa linha vêm depois Manoel Corrêa Andrade, do nordeste; Nice Lecop Müller, de São Paulo, reconhecem o papel da família nesse plantio roceiro, e a mobilidade após esgotar a terra.

Mas é na tese de doutorado de Antonio Candido, *Os parceiros do Rio Bonito: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida*, de 1964 que, na

visão de Maria Isaura, tem a melhor descrição das condições de vida do homem do campo, do caipira que vive em comunidade com seus familiares e vizinhança formando o “bairro rural”. Tese que leva por terra as anteriores que tentam sustentar uma cultura camponesa de isolamento e indolência. Candido evidencia como as relações nesses bairros vão dar contornos culturais bem claros ao ponto de gerar o sentimento de pertencimento e identidade.

Esse sentimento de localidade era primordial na vida caipira, determinando a configuração do grupo, tanto no espaço geográfico quanto no espaço social. Cada “bairro” se compunha de famílias conjugais autônomas, autárquicas, lavrando independentemente suas roças quando e como queriam [...] Configuração intermediária entre a família, de um lado, e de outro lado o arraial, ou a vila, ou a cidadezinha, o bairro apresenta as formas mais elementares de sociabilidade da vida rústica. (QUEIROZ, 1972, p.13)

A autora, apoiada em Candido, evidencia que essa camada social é relativamente autônoma, e os bairros se articulam entre si na localidade; se integram em algumas atividades comuns internas ou externas, que exigem atuações mais amplas e em outras localidades; se apoiam e se solidarizam em algumas questões regionais, ficando mais ou menos próximos dependendo do momento ou processo. Isso tudo constatado por ela mesma em suas pesquisas de campo, o que desbanca totalmente a tese do isolamento.

O capítulo continua com uma longa apresentação histórica para definir o que ou quem é o camponês. A autora busca na história europeia todo o percurso do trabalhador rural posicionando-o desde os romanos, a revolução agrária, a revolução industrial. Situa as camadas sociais nesse percurso histórico e segue situando o camponês em diferentes sociedades. Chega ao campesinato brasileiro afirmando que está em vias de desaparecimento, persistindo em algumas poucas regiões onde o capitalismo não tem atuação ou interesse direto. E, o primeiro motivo para a decadência está na forma de consumo.

Nos capítulos seguintes “A posição do sitiante tradicional na sociedade brasileira” e “O sitiante tradicional e a percepção do espaço” a autora vai aprofundar a estruturação do meio rural ou mundo rústico e caracterizar a configuração espacial e os processos sociais nos quais o homem do campo está inserido, seja pela condição cultural, seja pela econômica.

O contexto das monoculturas sempre manteve uma imagem de enriquecimento e poder, enquanto que a produção de cultura de subsistência sempre foi considerada inferior, era deixada para os pequenos lavradores – os pequenos caipiras. Por isso, a produção em pequenas áreas transformava os produtos em raros e caros. Os próprios produtores não tinham acesso à maioria deles o que os forçava a uma alimentação simplificada e, portanto, a uma plantação limitada. Em muitas regiões de São Paulo, por exemplo, a produção de alimentos se restringia ao cultivo de milho e mandioca, abandonando os demais cereais como trigo, feijão, arroz e aderindo à monocultura, quando não, à venda ou entrega de sua parcela de terra aos fazendeiros.

Conforme Maria Isaura Queiroz, a agricultura de abastecimento comercial surgiu no Estado de São Paulo, em fins do século XIX, estreitamente associado à expansão do café. Competindo com a monocultura um grande cinturão de alimentos, cultivado por pequenos proprietários, rodeava a cidade de São Paulo e era o responsável por uma atividade agrícola que se firmaria como a principal na produção e abastecimento de alimentos do Estado. Os pequenos lavradores abasteciam São Paulo; disseminados em uma região inadequada para a cultura do café – áreas consideradas pouco produtivas, o que possibilitou a alguns deles certa independência dos grandes proprietários.

3. A família como centro das relações de trabalho e da política

A família como centro da economia agrícola é trabalhada por Maria Isaura, assim como também por outros sociólogos e antropólogos contemporâneos a ela como, por exemplo, José de Souza Martins (1975) e Eunice Durham (1984).

Nas relações econômicas é que a comunidade camponesa se define. Adotando uma economia de subsistência, as condições materiais são determinadas pelo mínimo necessário à sobrevivência e, o excedente, vai resultar em capital acumulado. Segundo José de Souza Martins (1975) e Antonio Candido (1987 e 1993), essa cultura do excedente vai definir o perfil do camponês e sustentá-lo mesmo em momentos de crise de mercado. O excedente vai gerar uma flexibilidade de absorção de crises, e por ser exatamente ele que possibilita ao caipira a acumulação de capital, pode garantir baixos salários como se o excedente fosse uma natural subvenção.

O trabalho nas fazendas era dividido entre as famílias que recebiam pelas tarefas realizadas e com isso, quanto maior a família, mais tarefas eram realizadas, maior era a renda. O pagamento em dinheiro era ínfimo, uma vez que lhes era concedido o direito de alojamento na fazenda e permissão para plantar produtos de subsistência, o qual revertia todo para a família colona. A família patriarcal era a unidade socioeconômica de maior importância no meio rural; o patriarca era o responsável pela divisão do trabalho e das terras entre irmãos, filhos, avós – são crianças, jovens e adultos de uma mesma família investindo em pedaços de uma mesma terra.

O trabalho agrícola no Brasil sempre foi essencialmente familiar; mesmo nos dias atuais quando se avalia o trabalho pela formação e competência individual, é comum o grupo familiar todo atuar na agricultura e, em muitos casos, ser contratado ou associado em uma mesma atividade e propriedade. Em propriedades pequenas em que não é possível a contratação de empregados, e antes disso, a compra de escravos, a família direta ou agregada sempre foi o grupo produtivo responsável pela manutenção econômica do sítio.

A organização familiar vai estabelecer a própria relação de classes pois, os traços da família patriarcal são próprios às classes dominantes, enquanto que aos homens livres, escravos e miscigenados – caipiras – era atribuída a ausência de família. Com a imigração Italiana em São Paulo, principalmente por sua origem católica, vai se reforçar o núcleo familiar conjugal que vai predominar como núcleo organizador nas mais diversas regiões rurais. Além disso, os grandes proprietários de terra tinham famílias organizadas em decorrência da necessidade de manutenção do patrimônio. Além de atribuir aos filhos, netos e parentes os cargos principais na fazenda, no comércio e na política, cabia-lhes herdar e decidir os rumos da agricultura, portanto, da economia e da política; como podemos ver exemplificado no capítulo “Política, ascensão social e liderança em um povoado baiano”.

Por outro lado, o pequeno lavrador, mestiço, nos bolsões caipiras, a independência nem sempre era total e provocava uma instabilidade na produção. Fatores que contribuem com isso são vários, desde uma indefinição na apropriação da terra, muitas vezes sem legitimidade de posse; os processos nômades, que eram forçados pelos grandes proprietários; a indefinida política fundiária, sempre ligada aos interesses dos latifundiários; e a falta de apoio para a produção agrícola. Tudo isso vai ser decisivo para a fragmentação dessas unidades produtivas em torno da agricultura o que, inevitavelmente, forçava uma fragmentação familiar e a migração.

Portanto, a compreensão do núcleo familiar e o que ele representa em termos de sociedade agrícola no Brasil durante a história se dá na medida em que compreendemos quem tem a propriedade como empreendimento familiar, estabelece as relações de trabalho; e, quem tem grandes propriedades como empreendimento da família mas que envolve parcerias, meeiros e funcionários, definem as atividades agrícolas na economia e na política.

É importante destacar que a agricultura em São Paulo, em meados do século XIX, quando introduziu o trabalho livre, deu preferência aos núcleos familiares. O contato com a fazenda sempre era assinado pelo chefe da família, que também recebia o salário de todos. Sempre coube ao homem a responsabilidade da lavoura na fazenda, enquanto à mulher os afazeres de casa e a lavoura de subsistência, como a horta, e as crianças ficavam encarregadas de atividades leves. Durante a safra, no entanto, toda a família participava. Os homens, mulheres e crianças com mais de cinco anos entravam na colheita.

Os imigrantes, principalmente os italianos e japoneses incorporaram essa forma de trabalho na agricultura, de modo que todos fossem responsáveis pelo processo produtivo na lavoura. Aos olhos da sociedade, por muitas décadas, eram considerados mais trabalhadores que os nativos pelo fato de não arriscarem a sobrevivência de suas famílias e, assim, se submetiam a todos os tipos de trabalho na fazenda e em áreas consideradas improdutivas. Também, como os escravos, os imigrantes eram duramente vigiados e distribuídos em fazendas distantes para evitar contatos com seus “patrícios” e uma possível organização. Já no século XX, muitos deles passam a liderar essa economia em pequenas ou grandes propriedades, e contribuem decisivamente para as novas configurações do campesinato brasileiro.

4. O bairro como espaço demarcador do mundo camponês

No livro “Campesinato brasileiro”, do mesmo modo que em obra anterior “Bairros rurais Paulistas”, Maria Isaura vai evidenciar as relações sociais demarcadas a partir do que define como a instituição base que é a “parentela”, o grupo que se configura pela configuração familiar em parentescos diretos, consanguíneos, ou indiretos, que são os agregados por compadrio ou por solidariedade. A autora segue os estudos de Antonio Candido (1987) que brilhantemente e sensivelmente apresenta como essa instituição vai compor diferentes grupos em localidades diversas é a responsável pela formação dos “bairros rurais”.

Enquanto os povoadamentos permanentes tinham definido um processo histórico, existia um outro tipo de povoamento nômade que estabeleceu outras formas de relações sociais e outra perspectiva histórica. Denominado povoamento transitório, Antonio Candido estabelece novas categorias de grupos identificados na história de São Paulo. Partindo do pressuposto de que o morador que não tem registros legais de propriedade da terra não se fixa e, portanto, é um morador temporário, subdivide este grupo em dois tipos: os agregados e os posseiros. O primeiro assenta-se na terra com autorização do proprietário, ao qual destina parte de sua produção ou seu trabalho. O segundo assenta-se em local apropriado às necessidades do grupo, independente da situação legal da terra.

Tanto as formas de trabalho como as relações sociais desse povoamento transitório, são mais complexas e ultrapassam os limites da família e do proprietário das terras - fazendeiros ou sitiante -, assim como, a posse da terra - herdada, comprada, apropriada - e a fixação nela dependem de fatores inerentes ao grupo que migra, ou povoamento nômade; ou seja, uma família nômade se estabelece em uma determinada localidade e forma um círculo de relações além das relações de trabalho e de família. Essas localidades são denominadas bairros e são compostas por núcleos de vizinhança que vão dos - parentes legítimos - filhos, sobrinhos, tios, irmãos - às famílias outras que podem estabelecer laços de solidariedade através da convivência.

Os bairros são agrupamentos essencialmente caipiras e se configuram a partir de famílias próximas ou, simplesmente, por laços de convivência, do trabalho, da religião, do lazer. Tornam-se próximos na medida em que se solidarizam podendo, os vizinhos, se tornarem "parentes" através do que convencionaram chamar de "padrinhos". O compadrio é uma categoria social das comunidades caipiras, que para assegurar os filhos, formalizam a solidariedade entregando as responsabilidades congênicas aos vizinhos, no ato do batismo religioso, em caso de ausência dos legítimos pais. Outras formas de compadrio também se estabeleceram como, por exemplo, padrinhos de casamento e por afinidade. Essa simplicidade de estrutura e a forma fluida da organização caracterizam as bases das comunidades rurais brasileiras.

O bairro, agrupamento típico de São Paulo e do universo rural, não garante uma estabilidade e efetividade do grupo por agregar muitos grupos essencialmente nômades e migram de acordo com a necessidade ou possibilidade econômica. As relações de poder, então, se estabelecem através de grupos ou indivíduos que se destacam por sua experiência, sua capacidade de organização dos povoadamentos, ou por sua atuação em direção às expectativas da comunidade. São as lideranças, que formadas espontaneamente, vão propiciar atividades comuns nos bairros.

É importante considerar os aspectos infraestruturais dos bairros. Compostos por casas bem próximas, a presença natural de uma capela e de um cemitério, e às vezes, um ponto comercial (armazém de secos e molhados). Mais tarde, os bairros mais aglomerados se subdividem em vilas e, depois, em quarteirões. Nessas localidades iniciaram os comércios, seguidos de uma formação administrativa através de pessoas que representavam a justiça e a ordem econômica. Processo esse, aos olhos de Maria Isaura, é o evidente processo de urbanização pelo campo, que aos poucos vai incorporando e integrando as modernidades ao seu contexto social.

5. O mundo rústico do folclore e do catolicismo espontâneo

O conhecimento popular e todos os elementos que compõem o universo rústico é ponto fundamental no livro “O Campesinato Brasileiro”, por esse prisma a autora vai evidenciar como o moderno e o tradicional são “complementares, uma vez que se interligam e se pressupõem”. Em uma espécie de entrelaçamento e de associação formando um todo dotado de organicidade, os capítulos destinados a essa reflexão procuram compreender o rural e o urbano em seus processos dinâmicos; e, ainda faz uma análise de seus fatos, fatos folclóricos, como as vivacidades e acontecimentos permanentes. É o que encontramos nos capítulos “O catolicismo rústico no Brasil”, “Funções sociais do folclore”; e, também exemplificados em estudos de caso nos capítulos “A dança de São Gonçalo, fator de homogeneização social numa comunidade do interior da Bahia”, “O Bumba meu boi, manifestação de teatro popular no Brasil”, “Os penitentes”, e “Três sobrevivências portuguesas na civilização rústica brasileira”.

Para Maria Isaura (1973, p. 137), o mundo rústico pode ser entendido como “um estilo de vida” resultante de “uma adaptação dos primeiros colonos europeus ao novo ‘habitat’ e de seu contato com os indígenas e africanos.” Esse mundo estaria desaparecendo com a aproximação e implantação cada vez maior da cultura urbana, o que significa a alteração de todo um modo de existência e seus rituais, festas, costumes e valores. A cultura rústica brasileira, definida por ela como civilização popular (1973:177), sempre foi transformada e adaptada ao modo de vida urbano que se expande permanentemente para as regiões rurais.

Define o modo de vida do homem rústico, partindo de Antonio Candido (1987: cap I) que coloca o universo da cultura tradicional com uma economia

de subsistência, relações familiares e de vizinhança, relação do homem com a natureza, com sentimento forte pela localidade, pela solidariedade, e pelas práticas de religiosidade popular, como características que vão determinar a estrutura econômica e cultural das comunidades rurais. Esse camponês que sempre manteve sociabilidade mínima; ou seja, socialmente se restringiu ao universo familiar e, quando muito, estabeleceu laços de confiabilidade e simpatia com outras pessoas que se tornavam “compadres”. O mundo rústico, portanto, sempre esteve relacionado a um ciclo natural fora das estruturas oficiais da sociedade; fora regido pelas determinações da natureza e proporcionando uma rotina determinada por ela, o que José de Souza Martins (1975) chama de “rotina ritualizada”. Esse cotidiano ritualizado vai seguir referências básicas: os ciclos da natureza nas diferentes estações do ano, e as comemorações litúrgicas do catolicismo, presentes em função da colonização portuguesa.

O domínio popular dos rituais, seja religioso ou profano, atribui ao camponês uma identidade cultural própria que foi facilitada pelo tipo de colonização que a América Portuguesa recebeu. Inicialmente submetido ao processo religioso colonizador e de dominação, principalmente nas cidades, os povos foram incorporando suas expressões e crenças aos rituais oficiais, do mesmo modo que a Igreja também incorporou algumas manifestações.

Para Maria Isaura, o catolicismo brasileiro foi estruturado a partir de um catolicismo trazido ao Brasil pelos portugueses imigrantes, mas já era um catolicismo popular traduzido pelas crenças dessa gente. Essa religiosidade, contudo, caminhou em duas frentes distintas: uma que se manteve mais vinculada à formalidade que seria o catolicismo urbano, e a outra que percorreu o sertão rural adquirindo interpretações mais espontâneas (1973: 78) Na condição de homem escravo e livre, pouco a pouco, foi se constituindo uma comunidade mestiça e mulata que se tornou nômade e independente, o que criou um universo religioso composto por comemorações e festividades religiosas de diferentes origens – indígena, negra e europeia. Essas manifestações ocorriam em locais diferenciados considerados sagrados, muitas vezes em localidades naturais. Em outros momentos, onde havia dispersão, as famílias se reuniam no interior de uma propriedade rural ou em uma capela. Essa é a composição do Catolicismo Rústico, que bem lembra a autora, vai se configurando diferentemente nas mais distantes e diferentes regiões do país. (1973, p. 79-80)

Dentro de uma sociedade baseada na economia de subsistência, o natural e o sobrenatural ganham importância complementar. Na medida em que se dá no cotidiano explica ou justifica os fatos simultânea e complementarmente.

Por isso, um ritual nesse contexto é extremamente complexo e envolve várias formas de manifestações, compreende desde a música com letra, melodia, ritmo; a dança com vestimenta, passos combinados, gestos; até procissões com rezas, visitas, bênçãos, promessas. Também definem responsabilidades que criam hierarquias de grupos, como as irmandades, congadas, moçambiques, rezadeiras; ou de pessoas festeiros, capitães de mastro, reis e rainhas, cavaleiros. Essa vai se mesclando à hierarquia da própria Igreja com o bispo, padre, capelão, ministros e beatos. Alguns como o festeiro e o capelão são personagens centrais do catolicismo rústico (1973, p. 90).

As festas populares constituem a expressão mais importante para a população rural. Nelas os grupos são levados a reencontrar suas origens e, deste modo, também, uma forma de identificação e comunicação coletiva. Permitem a liberdade de expressão e a valorização local e até individual. Outros marcadores religiosos também compõem o universo camponês como o batismo, que define as relações de compadrio; a Folia, como fator de integração de vizinhança; a novena e os ex-votos, que marcam uma relação sobrenatural com o santo que representa sua fé. Nesse período extraordinário e solene de uma manifestação religiosa rompe a rotina dura de produção e se misturam as classes sociais, camuflando a hierarquia de poder, inclusive o da Igreja, para viver dias de um mesmo culto a um mesmo Santo.

É característica das manifestações de religiosidade popular, portanto, unir o sagrado ao profano e as diferentes autoridades no que a autora chama de “catolicismo rústico”; é a junção do catolicismo oficial com o popular que configura uma dualidade religiosa que está presente em todo o mundo. Isso levou muitas vezes a grandes conflitos, expurgos e mortes. Mas, no Brasil os rituais oficiais foram se ligando a atividades do festejo popular de uma maneira que se complementam. E o que é mais interessante, com o processo de urbanização do campo o catolicismo rústico foi sendo modificado pela atuação mais intensa do catolicismo oficial e, “se reforçam e se estruturam de maneira mais vigorosa, contrastando com a fluidez e a indeterminação da religião rústica brasileira” (1973, p. 98).

6. As funções do folclore como afirmação do mundo camponês

O contexto rural traz todo um arcabouço de referências que compreende o pensar, o sentir e o agir dos envolvidos àquele meio, seguindo um conhecimento

tradicional. Dos afazeres do dia-a-dia ao extraordinário das festas, o campesinato brasileiro configura uma diversidade cultural. De uma geração à outra, oralmente ou por processos materializados, o conhecimento e a tradição foi transmitida e repetida. Diferentes rituais que registram e transmitem saberes empíricos. Para Maria Isaura o termo “folclore” que teve origem no século XIX designa: “o conjunto de provérbios, cantos, mitos, lendas, crenças que se incorporam à tradição de uma comunidade, quanto também a disciplina que os estuda” (1973, p. 123).

Essa abordagem conceitual europeia mais ampla sobre folclore, tem como referência seu orientador e parceiro em pesquisas Roger Bastide. Também adota “comunidade” do ponto de vista sociológico que compreende o termo como um grupo restrito, ou limitado; um subgrupo dentro de uma sociedade mais ampla o que para ela “o folclore se liga, pois, especificamente a grupos de envergadura demograficamente modesta; em seu ambiente de relações íntimas e carregadas de afetividade se formam costumes e peculiaridades, crenças, lendas, que tornam um grupo diferente dos demais” (1973, p. 124). Com isso ela identifica a primeira função social do folclore a de “acusar e reforçar a personalidade dos pequenos grupos”, e lembra que essa linha foi destacada por Bastide em seu curso de Sociologia do Folclore.

No capítulo “Funções sociais do folclore”, a autora traz essas posições e faz questão de distinguir os fatos folclóricos dos fatos da cultura em geral, evidenciando uma oposição entre a cultura popular do fato folclórico e a cultura erudita e, também oposição à sociedade secularizada das religiões oficiais. Define como fato folclórico o espontâneo, o vulgar, o anônimo e o coletivo; enquanto o fato erudito como um saber mais aprofundado e próximo da ciência; e o fato cultural o mais amplo que envolve o folclore com um de suas partes. E tudo aquilo que nesse contexto tiver duração e for transmitido e repetido de uma geração à outra, permanecendo vivo e exercendo importância para a comunidade torna-se tradição. Essa é a segunda função social do folclore, seu “caráter tradicional” que, segundo o texto, torna-se “quase sinônimo de sobrevivência”. (1973, p. 125)

Outra função do folclore apresentada no capítulo é a formação de uma disciplina, a fim de compreender as expressões que estavam sendo perdidas no processo de urbanização do campesinato, ou pelos movimentos humanos que caracterizaram esse contexto rural na história. O folclore como disciplina só pôde ser concebido quando abordado pelo campo da antropologia e da sociologia, com métodos e técnicas de pesquisa próprios a essas áreas de conhecimento,

como as observações, entrevistas e questionários, e ainda com utilização de fontes documentais e bibliográficas. Postura essa que muitos folcloristas passaram a adotar para legitimar seus estudos.

Florestan Fernandes, no livro “Folclore em questão”, faz uma crítica acirrada a conceituações sobre o folclore colocando-o como disciplina isolada, ou ciência. Ele coloca que os folcloristas isolam os fatos do contexto e fazem um estudo positivista e funcional. Com isso, ele argumenta que folclore é objeto de investigação científica e não ciência e, assim como Maria Isaura, defende que tal procedimento pode desenvolver-se no campo da história, da sociologia, da psicologia, da linguística, da antropologia; “ao contrário do folclorista, o psicólogo, o etnólogo, o sociólogo não estudam o folclore propriamente dito, mas a sua inserção e influência na organização da personalidade, da cultura e da sociedade.” (1979, p.14)

Por fim, depois de exemplificar com estudos de caso (que podemos ler de modo mais amplo nos capítulos VII, VIII, IX e X), a autora encerra o capítulo com três aspectos fundamentais para o estudo dos fatos folclóricos: em primeiro lugar, não há o que lamentar quando o fato folclórico se alterar ou desaparecer, pois não há o desaparecimento do todo, mas sim a diluição ou supressão de certas formas e maneiras de expressar o fato; segundo lugar, é necessário ampliar os estudos folclóricos, quer como disciplina, quer como abordagem multidisciplinar que possa compreender a dinâmica dos pequenos grupos e conseqüente dinâmica das manifestações; em terceiro lugar, entender folclore e estudá-lo como tradicional apenas, mas identificar, descrever e analisar as novas formas no contexto rural e urbano para não limitá-lo a um tipo de sociedade. Então, adverte que redefinir e atualizar o conceito é fundamental.

7. Considerações finais sobre a obra e aproximações folkcomunicacionais

Em sua tese Maria Isaura Pereira Queiroz classifica duas condições sociais: a realidade camponesa que configura o Brasil de modo mais amplo, e portanto definidor de uma postura metodológica para estudar a modernização; e a realidade urbana em processo de avanço dos grandes centros para adentrar o meio rural. Essas realidades abarcam toda a complexidade de manifestações da cultura popular, e vai confluindo e coexistindo com a sociedade moderna que se estru-

tura. É um ajustamento entre campo e cidade que deve, segundo a autora, ser analisado da perspectiva do campo para a cidade, e não o inverso.

São os bairros rurais o foco de sua obra, com base em Antonio Candido que apresenta essa tese amplamente, e demonstra como toda a sociedade camponesa se assenta na estruturação familiar e de parentesco; e se identificam nas manifestações da cultura popular chamadas de folclóricas como manifestações tradicionais de fortalecimento e sobrevivência grupal. Esse livro vai demonstrar também que a cultura camponesa viveu sob o domínio de outras culturas mais centrais e eruditas. E inclusive, ao refletirmos sobre os bairros rurais, não podemos considerar o camponês ligado a um único grupo ou como exclusivo da cultura popular rural, nem tampouco, podemos hierarquizar as diferentes culturas e localizá-lo como “mais ou menos” importante no processo de urbanização. O camponês vai se adaptando e incorporando o contexto social global. O universo do camponês está ligado ao processo de modernização de todos os aspectos sociais: econômico, político, religioso, educacional, etc. E, principalmente no que se refere à cultura popular em suas expressões festivas e rituais diversos. O campesinato brasileiro incorpora, assimila e rerepresenta.

Importante refletirmos alguns pontos da obra de modo mais crítico, levando em conta que é necessário fazer um levantamento nos campos da antropologia e da sociologia, inicialmente. Também de comunicação e de economia. Isso, pelo fato de: primeiro, o folclore ser considerado objeto de estudo de ciências afins e não como uma ciência para o estudo de manifestações consideradas fatos folclóricos; e segundo, esses limites entre o tradicional e o moderno, estagnando um e impulsionando o outro em razão de um desenvolvimento avassalador, devem ser vistos com parcimônia. Pois, o livro demonstra nos estudos de caso que essas mudanças no campo oscilam entre o que é e o que não é folclore e cultura popular, entre o que é e o que não é moderno.

Portanto, igualmente como na obra, é importante entender o folclore como abordagem de uma ciência social e atualizar seu conceito, assim como localizar as diferentes concepções de cultura popular, cultura erudita e cultura de massa. Fica evidente os modos culturais, que se entrecruzam no processo de modernização do campo, como expressões da cultura camponesa ou meios de transmissão dos saberes daqueles grupos. Aspecto delimitado nos estudos iniciados por Luiz Beltrão em 1967, que identifica as diferentes formas de comunicação dos grupos marginalizados no campo e nas cidades. Área científica que protagoniza os processos comunicacionais inerentes às manifestações populares e folclóricas, um estudo de folkcomunicação, ao que Luiz Beltrão define como “o processo

de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (2001, p.79). É um processo artesanal e horizontal onde ocorre a comunicação interpessoal através de canais conhecidos pelos grupos rurais ou urbanos; mas também, processos com atualizações de linguagens e tecnologias por convivem ou serem apropriadas por diferentes meios e grupos sociais. Entender quais eram os objetivos da modernidade e os desdobramentos na América Latina, e no Brasil.

Fazer um estudo sobre o livro “O campesinato brasileiro” é fazer uma revisão dos vários conceitos pertinentes ao estudo da sociedade e da cultura, e ao campo da sociologia da comunicação. E nesse aspecto é fundamental precisar os conceitos principalmente os mais comumente utilizados nesses estudos como: cultura, cultura popular, cultura de massa, cultura erudita, comunicação popular e de massa, folclore, são alguns. Buscar as especificidades do universo rural nos leva a buscar mais compreensões no campo da folkcomunicação, como líder folk, folkmídia, centros de informação e meios de expressão, por exemplo. E é nesse campo que encontramos uma complementação aos estudos do campesinato brasileiro e as interações entre o tradicional e o moderno, o rural e o urbano.

Referências

BRANDÃO, Carlos Rodrigues - **Os caipiras de São Paulo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

CANDIDO, Antonio. **Os Parceiros do Rio Bonito**. São Paulo: Livraria Duas Cidades Ltda., 7ª edição, 1987

_____. **Recortes**. São Paulo, Companhia das Letras, 1993.

CASCUDO, Luiz da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro, 1972.

DURHAM, Eunice R. **A caminho da cidade**. São Paulo: Perspectiva, 3ª Ed. 1984.

FERNANDES, Florestan. **O folclore em questão**. São Paulo: Hucitec, 1989.

LIMA, Rossini Tavares de. **A ciência do folclore**. São Paulo: Ricordi, 1978.

LOBATO, Monteiro. **Urupês**. São Paulo, Brasiliense, 29ª Ed., 1983.

MARTINS, José de Souza. **Capitalismo e Tradicionalismo**. São Paulo, Ed Pioneira, 1975.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira. **O campesinato Brasileiro**: ensaios sobre civilização e grupos rústicos no Brasil. Petrópolis/RJ: Vozes, SP: Edusp, 1973.

_____. **Bairros Rurais Paulistas**: dinâmica das relações bairro rural-cidade. São Paulo: Livraria Duas cidades. 1972.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na Arena Global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

_____. **Mídia caipira no país dos bandeirantes**. (in) MARQUES MELO, José (org.). Os bandeirantes na Idade Mídia: capítulos da história comunicacional paulista. São Paulo: Intercom/Angellara, 2007.

_____. **A comunicação midiaticizada e a mudança do caipira**. Trabalho apresentado no XX Congresso de Ciência da Comunicação – INTERCOM.

_____. **New-caipira: a recriação da cultura em Piracicaba**. Dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. SBC/SP, 1993.

7.

Culturas móveis, sujeitos atemporais

Rodrigo Gabrioti¹

ESAMC – Escola Superior de Administração,
Marketing e Comunicação

SCHADEN, Egon. **Homem, Cultura e Sociedade no Brasil**. [1972]. 2.ed. Petrópolis:Vozes, 1977. 450p.

Assim quis Cronos, o deus grego do tempo: convergir para 2013 o quinquenário das Ciências da Comunicação no Brasil e o centenário do antropólogo teuto-brasileiro Egon Schaden. Mas o que tais efemérides apresentam em comum? o pensamento comunicacional. As comemorações em torno de um campo multifacetado vão ao encontro da perspectiva antropológica de Schaden. Tal cruzamento se dá por conta do Ciclo de Conferências 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo, realizado entre agosto

1. Doutorando pela Universidade Metodista de São Paulo. Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba e professor do Curso de Jornalismo da Escola Superior de Administração, Marketing e Comunicação (ESAMC) de Sorocaba. E-mail: rgabrioti@hotmail.com

e outubro de 2013. Os caminhos teórico-metodológicos de acadêmicos, que fincaram Ensino e Pesquisa em terras paulistas, se tornaram quocientes de índices que remetem aos precursores (no qual Egon Schaden está inserido), pioneiros, timoneiros, baluartes, renovadores, investigadores, inovadores e dinamizadores. Como precursor, Schaden está entre autores que pesquisaram o caráter mestiço da cultura brasileira, resultante dos primórdios da colonização em contato posterior com a cultura europeia. Essas caracterizações atribuídas aos autores, revelam distintas fases das pesquisas em comunicação, demonstradas a partir de livros selecionados, cujos conteúdos essenciais ao campo foram apresentados por dezenas de pesquisadores, em atividade ou não, convidados pela organização do evento.

Se já tomarmos inicialmente por base a questão etnográfica, metodologia tão recorrente nas pesquisas de Egon Schaden, é notório que esse encontro promovido pela Fapesp/Intercom revelou práticas comunicacionais das mais diversas que dimensionam tempos e espaços diferenciados. O passar dos anos mostra avanços, porém, nos indica que há uma condição que permanece atemporal: a ação do homem. E é justamente do homem, por meio da alteração de seus hábitos e costumes, que se ocupa a Antropologia. Em discussões constantes no campo, observa-se com certa inquietude o porquê da Comunicação ainda não haver se efetivado como Ciência. A interdisciplinaridade é apontada como causa principal. Não há como a comunicação se desvencilhar de certas ciências como a Antropologia, afinal, como apontamos, o indivíduo é fundamental para o desenvolvimento dos atos de comunicação, inseridos na cultura. O que nos parece uma necessidade urgente é rever metodologias e teorias do campo comunicacional, dois temas que merecem ampla discussão, porém fogem da proposta deste artigo que é justamente ressaltar a contribuição de Egon Schaden à comunicação a partir de sua obra *Homem, Cultura e Sociedade no Brasil*, de 1972.

Dispensaremos uma apresentação biográfica de Egon Schaden, o teuto-brasileiro que nasceu em Santa Catarina, mas carrega a descendência germânica. Suas primeiras pesquisas acadêmicas, com populações indígenas de Santa Catarina, são etnográficas com a proposta de investigar a mitologia dos índios e os fundamentos da cultura guarani. Uma busca incessante por materiais de referência que atendessem seu compromisso maior: a educação por meio da docência. Schaden tinha mais preocupação em ensinar do que propriamente fazer das pesquisas, métodos descritivos que resultassem em teorias.

É por seu trabalho na Universidade de São Paulo (USP) e pela criação da *Revista de Antropologia* na instituição, em 1953, que o trabalho de Egon Schaden se projeta nacional e internacionalmente. Aliás, na USP, o professor ajudou a

criar a cadeira de Antropologia cuja vertente social inglesa toma o lugar, no plano teórico, do culturalismo concebendo assim a Antropologia da pobreza, a Antropologia simbólica e o estruturalismo de Lévi-Strauss, de quem Schaden foi discípulo. A partir da viabilidade da disciplina mais a ampliação do corpo docente, as pesquisas antropológicas se descentralizaram de caiaçaras e indígenas para o urbano com questões que passam também pelas relações raciais e os movimentos migratórios. Aliás, o livro em questão, apresentado no Ciclo Fapesp, nada mais é do que uma compilação de artigos de pesquisadores, publicados ao longo do tempo pela *Revista de Antropologia*, selecionados para a obra que faz um percurso dos indivíduos indígenas, afro-brasileiros, rurais e imigrantes.

Na USP, ao lado de seus alunos, Schaden partiu para investigar a aculturação de imigrantes nipônicos em território paulista, com foco nos problemas da aculturação econômica, sistemas de cooperação, conflito de gerações, aculturações religiosa e linguística. O autor não abandona os índios, que representam os primórdios de suas pesquisas, tanto que mantém os estudos sobre grupos tribais com a diferença que agora ele atribui sofisticação teórica a partir da Etnologia e da Antropologia. São os estudos com indígenas e a preocupação com a aculturação que fazem destas duas frentes o recorte metodológico de Egon Schaden.

Isto se demonstra com três trabalhos considerados os mais importantes do autor em sua produção acadêmica. Em *A Mitologia heroica de tribos indígenas no Brasil*, Schaden contribui com a etnologia do país sob a ótica funcionalista; já em *Aspectos Fundamentais da Cultura Guarani*, desenvolve esquemas teórico-configuracionistas e funcionalistas na Teoria da Aculturação, que o faz “o” autor de seu tempo; e em *Aculturação Indígena*, faz uma crítica à Teoria da Aculturação que começou a ser demolida pelo estruturalismo de Lévi-Strauss. Seu trabalho ganha relevância na Universidade de São Paulo tanto que se torna uma referência mundial para a Antropologia. Schaden foi quem estabeleceu os fundamentos da Etnologia Brasileira no século 19.

Toda sua produção intelectual o torna palestrante, professor visitante, enfim, garante a ele a difusão do conhecimento Brasil afora. Tanto que ele recebe um convite para assumir a cadeira de Etnologia, na Universidade de Bonn, na Alemanha. Sai da USP, onde Antropologia fica nas mãos de João Baptista Borges Pereira, mas por motivos pessoais, em especial familiares, ele desiste do Velho Mundo e volta para São Paulo, na década de 70. Um novo convite lhe é feito pela USP, através do diretor da Escola de Comunicações Culturais, Antônio Guimarães Ferri para integrar o corpo docente da Escola. Egon Schaden chega

e viabiliza a disciplina de Antropologia da Comunicação. Com aulas na graduação, Schaden procurava analisar, com seus alunos, os aspectos culturais e as mudanças nesse sentido, consideradas rápidas demais para a época, a partir da ótica da Comunicação. Sua linha de raciocínio a respeito da Antropologia da Comunicação era a manutenção, extinção ou fusão de culturas. E a que os seguidores da disciplina eram estimulados a fazer? Adaptar populações interioranas, sobretudo distantes, aos meios de comunicação. A partir desse pensamento, é que a Antropologia da Comunicação se difunde pela América.

Sempre com a preocupação de ensinar, foram dele os principais esforços, bem como toda a articulação, para a instalação do curso de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, nível Mestrado, na Escola de Comunicação da USP. A primeira turma é constituída em 1972. Da perspectiva que demonstramos acima, Egon Schaden passa a coordenar, na pós-graduação, uma linha de pesquisa denominada “Cultura Brasileira”. O principal objeto de estudo, que norteava as propostas de pesquisas acadêmicas, era o processo de aculturação dos imigrantes, que vinham das mais diversas partes do mundo para o Brasil. Nesses movimentos, o recorte metodológico proposto por Schaden, era justamente observar os processos de comunicação como edificadores da fusão de duas ou mais culturas. Quando interrompe as atividades docentes, definitivamente, Egon Schaden repassa toda sua trajetória, ligada à Comunicação, para sua primeira assistente, Solange Martins Couceiro de Lima.

Homem, Cultura e Sociedade no Brasil

A propósito do título do livro, desde aqui, passamos a abordar o que há de mais relevante na obra vinculando ao recorte de trabalho de Egon Schaden, voltado sempre à Etnologia e Antropologia, com preocupação central nessa questão de aculturação. Quando compila os artigos da *Revista de Antropologia* para arquitetar *Homem, Cultura e Sociedade no Brasil*, Schaden possui a consciência de que reúne estudos de uma realidade étnica e social do Brasil para uma compreensão mais profunda da cultura nacional e suas raízes históricas. Na visão dele, compreender o homem brasileiro é exigência da qual não se pode abrir mão nos estudos de qualquer área.

Quando faz o delineamento do conteúdo da obra, Schaden trata de quatro grupos populacionais. O primeiro, em questão, é a população indígena, objeto

preferencial de pesquisa entre os antropólogos brasileiros. Neste particular, são tratadas questões que percorrem desde a pré-história até as noções linguísticas dos grupos tribais. Entre os afro-brasileiros, explora os estudos de doutrina e vida religiosa. No tocante às populações rurais, perpassa a vida sociocultural do caicara, a alimentação do caboclo e os fenômenos sócio-religiosos no interior da Bahia. Quando percorrem os imigrantes, os textos da obra revelam a situação profissional e os costumes matrimoniais nipo-brasileiros além da língua e do folclore entre descendentes alemães. Aliás, este último grupo merece especial atenção de Egon Schaden uma vez que ele considera os imigrantes e descendentes como representantes das mais profundas transformações na vida econômica e cultural do Brasil.

Apresentamos traços das etnologias presentes no livro. Não mencionaremos autores, mas sim, questões macro que são tratadas dentro da divisão proposta. Na etnografia das populações indígenas, são levados em consideração o desenvolvimento cultural, os ritos dos enterros, os estudos de linguística, a tipologia de vocábulos, grupos tribais específicos, mitologia, aspectos econômicos e adaptação para sobrevivência, além da ação indígena no Brasil como um todo. O princípio da pesquisa antropológica, muito ligada à História, é estabelecer uma classificação de lugares a partir de uma base cronológica. O que vale destacar de todas essas compreensões, no artigo de José Vicente César, selecionado para o livro, é o sentido de “típico” ou “característico”. Na Antropologia, essas denominações são usadas na distinção de indivíduos, povos, grupos populacionais ou culturais entre si e também de outros. Um típico ou um característico é quando o elemento não se enquadra em outra cultura. Um processo bastante dificultoso de ocorrer. Podemos justificar isso pela Teoria da Aculturação, estudada por Egon Schaden. Outra modalidade na qual podemos perceber essa aculturação é na linguística – a distribuição das línguas em uma base de origem comum – quando Aryon D. Rodrigues trata da perspectiva descritiva (baseada em textos nativos) e comparativa (material acumulado reexaminado). Típica, característica ou aculturada, a língua é uma instituição puramente cultural cujos traços linguísticos, de acordo com J. Mattoso Camara Jr., são a fonética, morfologia e sintaxe. E a aculturação é defendida por alguns dos textos reunidos no livro devido à importância da humanização de um território para instaurar o universo da cultura ao desejo do grupo para se constituir como um grupo, de acordo com Amadeu Duarte Lanna. Essa organização é uma espécie de ajustamento ecológico. Um ajustamento que cruza índios e homens. As descrições de Eduardo Galvão e Mário F. Simões, a partir do cenário do Alto Xingu, no Brasil Central,

dão conta dessas interinfluências, as quais criam um aparelhamento tecnológico condizente com as novas necessidades do meio recém-descoberto. Apesar de tribos com línguas diferentes, em um processo de adaptação ecológica e compressão cultural, havia certa homogeneidade cultural em relação à subsistência, artesanato, mitologia, aspectos sociais e religiosos.

Enfim, sobre as populações indígenas, Egon Schaden afirmava que as culturas tribais precisam de preservação sem a intercorrência do fenômeno da nacionalização. Os índios devem se integrar à vida econômica da civilização – nas regiões onde vivem – a partir do próprio trabalho. Na visão do autor teuto-brasileiro, o abandono de uma cultura tribal para um estado de civilização, em vez de progresso, representa um depauperamento, ou seja, um sacrifício mais genuíno de ser homem.

Passamos às populações afro-brasileiras. O trabalho etnológico trata de doutrinas e dos significados socioculturais. Entre esses povos, há uma crença de que a alma é imortal e que a morte chega quando afasta a alma do corpo sem o espírito. Em alguns grupos, como dos Ibeji, por exemplo, a cultura africana reinterpreta a cultura portuguesa dominante. Apesar dos elementos culturais possuírem forma e conteúdo, seus valores são alterados sempre que houver mudanças econômicas, urbanas ou industriais.

Entre as populações rurais, são tratados os aspectos da cultura e da vida social no litoral brasileiro, a primeira área de povoamento no país. Exceção feita ao Rio de Janeiro, Bahia e Santos, em virtude dos avanços, os elementos culturais litorâneos se reduziram nesses locais. Também são observados, pelos textos, os costumes alimentares em torno da farinha, obtida por meio das plantações de mandioca e milho.

O mundo, representado por Japão e Alemanha, é utilizado para explicar a etnologia das populações de imigrantes. A imigração talvez seja a melhor demonstração de aculturação, também definida como assimilação cultural. Isto porque trata de mudanças culturais que se processam em meio a conflitos. Nada é mais do que um costume conservador chocando-se com o acultural. A chegada dos japoneses ao Brasil, no século XX, assim como aconteceu com os demais povos, representa isso. Em contato com o novo, uma maneira de não se sentir totalmente isolado foi a concepção de associações que congregam seus povos. É bom deixar claro que a assimilação cultural, sobretudo em processos migratórios, não é apenas uma mudança de processo linguístico, mas sim, uma alteração total que afeta inclusive aspectos da personalidade uma vez que não se modifica apenas o modo de falar, como a maneira de pensar, agir e viver.

Com os alemães, também se deu o mesmo. Além de todas as transformações culturais, na questão do idioma, cruzou-se a língua vulgar alemã – e vale reforçar que vulgar é a maneira mais típica de expressão da língua – com a Língua Portuguesa. Esse cruzamento resultou em dois grupos. O primeiro, formado por imigrantes que estabeleceram neologismos, palavras inevitáveis ou de adaptação. Já o segundo grupo se concentrou na subjetividade do imigrante que aderiu ao Português para suprir lacunas e deficiências de vocabulário com palavras aceitas somente pela influência cultural.

É na assimilação cultural entre brasileiros e alemães que Egon Schaden se sente à vontade para analisar problemas e aspectos do folclore teuto-brasileiro. Já nos valem algumas vezes do termo teuto-brasileiro, ao longo deste texto, mas decidimos como propício, explicá-lo nesta fase. Teuto-brasileiro é um brasileiro que tem pelo menos um ascendente etnicamente alemão. Schaden é brasileiro de Santa Catarina e neto de alemães, por isso, um teuto-brasileiro.

Quando se propõe a essa análise do folclore teuto-brasileiro, que fecha o compêndio de textos selecionados da *Revista de Antropologia* e editados para o seu *Homem, Cultura e Sociedade no Brasil*, ele entende que as investigações devem se situar no âmbito mais amplo da Antropologia Cultural a fim de serem orientadas por uma Teoria Geral da Cultura em vez de procurar estabelecer uma “Ciência do Folclore”, mais ou menos autônoma com métodos de pesquisa e princípios de interpretação próprios. O folclore, segundo ele, é uma ordem de fenômenos culturais, tradicionais e de autoria anônima que se destrói, como espírito popular, a partir das civilizações, que no Brasil, formaram um mapa cultural do qual ele descreve. No Brasil Meridional, as observações teóricas são menos restritas, pois, seus habitantes tiveram contato mais diretamente com a colonização estrangeira, o que proporcionou interação entre etnias e culturas díspares. Em ambientes teuto-brasileiros, houve aculturação linguística que gerou criações culturais próprias bem como transformou o linguajar dos colonos locais. Um conflito linguístico, Egon Schaden busca explicar pela referência de Artur Ramos ao dizer que “um dos traços culturais onde essa vacilação cultural se manifesta de maneira típica é a língua”. Ramos entende vacilação cultural como o ressentimento social do imigrante, uma assertiva contestada por Schaden que entende que conflitos culturais não podem ser interpretados, sem mais nem menos, como resultantes de quaisquer ressentimentos. Segundo ele, como em todas as esferas da cultura, a aculturação linguística deve ser analisada como processo, ou seja, uma realidade dinâmica.

Embora considere que em toda comunidade, há uma filosofia popular, Schaden reconhece que no âmbito propriamente teuto-brasileiro, há quase uma inexistência de tradições populares e literatura oral. E que a aculturação deve se processar em ritmo relativamente lento.

Considerações Finais

Cabe-nos apontar nesta finalização do presente artigo, a inserção de Egon Schaden nos estudos de comunicação. Quando seu pressuposto umbilical entre Antropologia e Comunicação fora adaptar populações interioranas aos meios e observar os aspectos culturais em mudanças rápidas, ele abriu precedente para validar a Antropologia como uma necessidade de explicação dos processos comunicacionais. Por mais que tecnologias avancem aceleradamente e que, por vezes, assumam o controle de ações, ainda é do homem a prerrogativa do fazer comunicacional. Por isso que nosso título foi esboçado a partir de uma concepção pela qual a cultura se mantém viva, isto é, móvel, em transformação, e o homem permanece como sujeito atemporal implicando seu papel somente no que corresponde aos contextos de uma época como etnologicamente faz Schaden.

Etnologia e Aculturação foram prenúncios de uma época em que o mundo se colocou em contato por meio da Internet. Os tempos passam, novos conceitos surgem e o que Schaden desenvolvia 40 anos atrás, embora continue aculturação, passa conceitualmente a globalização e convergência. E se formos nos valer de sua metodologia, que na comunicação, quis aproximar locais distantes bem como mensurar as rápidas transformações, hoje temos que acelerar essa etnologia, mais facilitada em termos de cruzamentos sociais que muito se dão virtualmente. O período de digitalização que experimentamos, nos dias de hoje, talvez sequer fosse imaginado pelo antropólogo anos atrás, porém, nos dá sinais de que na afirmação dele em que “compreender o homem é exigência da qual não se pode abrir mão” continua e continuará em vigor por todos os tempos.

8.

A propaganda antiga

Adolpho Queiroz¹

Universidade Presbiteriana Mackenzie

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A propaganda antiga**. São Paulo: Pioneira, 1974.

Um pouco sobre o autor

José Roberto Whitaker Penteado nasceu em 24 de novembro de 1919, na cidade de São Paulo. Advogado formado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, contudo especializou-se na área de publicidade, propaganda e marketing,

-
1. Atualmente é professor dos cursos de jornalismo e publicidade e propaganda da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Presidente de honra da POLITICOM, Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político, diretor da revista POLITICOM; diretor administrativo e financeiro da ABP2, Associação Brasileira dos Pesquisadores de Publicidade e Propaganda; membro do Conselho Fiscal da SOCICOM, Federação das Associações Científicas de Comunicação do Brasil; sócio da ABCOP, Associação Brasileira dos Consultores Políticos e presidente do Conselho Consultivo do Salão Internacional de Humor de Piracicaba.

tendo exercido cargos em várias empresas das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Professor na Escola Superior de Propaganda e Marketing e, especialmente, Membro do Conselho da Organização Internacional do Trabalho, tendo permanecido entre os anos 67 e 82 em Portugal, onde organizou seminários e conferências sobre o marketing. Foi conselheiro da OIT para a América Latina. No Brasil, nos anos 40, foi gerente da agência Standard e diretor de RTV da JW Thompson, no Rio de Janeiro.

Além do livro sob análise neste Ciclo, Whitaker publicou, especialmente no período em que viveu em Lisboa, os livros: *O folclore do vinho* (1980), *Relações públicas na empresa moderna* (1970), *Técnica de chefia e liderança* (1967), *Técnica da comunicação humana* (1965) reeditada recentemente esta sua obra mais singular, pela própria ESPM.

Um pouco sobre o livro

O livro de Whitaker foi inspirado provavelmente na obra de Gilberto Freyre, que retratou a venda de escravos no Brasil através de pequenos anúncios de jornais, como relata o autor na página 23: “Gilberto Freyre escreveu um livro interessantíssimo, onde traça o perfil sociológico do Brasil no Século XIX, através de anúncios e da reprodução de certo tipo de noticiário dos jornais da época”.

O livro “O escravo nos anúncios de jornais brasileiros”, reeditado em 2010 pela Editora Global, é um clássico, que mostra a realidade dos escravos africanos no Brasil nos anúncios publicados em jornais do século XIX que anunciavam a venda, a compra e a fuga de escravos. Gilberto Freyre foi um dos primeiros intelectuais a alertar para a riqueza desses anúncios como fontes documentais para nos aproximar do universo do cotidiano dos escravos. E neste livro, reuniu em sua pesquisa cerca de dez mil anúncios retirados de jornais do século XIX, como Diário de Pernambuco (Recife), Jornal do Commercio (Rio de Janeiro), entre outros. A partir de tais anúncios, ele observa com perspicácia as relações que se estabeleceram entre os escravos e seus proprietários. São desnudadas pelo sociólogo as diversas ocupações que os cativos vindos da África exerciam deste lado do Atlântico: desde trabalhadores das lavouras de cana-de-açúcar até barbeiros e cozinheiros pessoais de seus proprietários. Nos anúncios que colocavam

escravas à venda, Freyre destaca a preocupação dos textos em vangloriar os atributos físicos das negras.

É também de Whitaker a informação de que

Perlustrando a coleção da “Gazeta de Lisboa”, do ano de 1830, longe de nós qualquer pretensão de fazer sociologia... O que nos move é aquele “espírito publicitário”, que nos fica na alma, mesmo depois de nos havermos desligado da profissão.

Enquanto viveu em Portugal, entre os anos 60 e 80, Whitaker publicou várias obras, entre elas, a interessante “A propaganda antiga”. A capa do livro é assinada por Jairo Porfirio (pseudônimo Afrânio), em formato de charge mostrando um baile sob o olhar da realeza do país. Há inúmeras ilustrações durante as 302 páginas da obra, provavelmente de outro autor cujas iniciais parecem JMZ, mas não identificado pelo autor da obra e nem por este comentarista.

O livro faz uma releitura de anúncios antigos no jornal português, distribuídos em capítulos que variam apenas o mês da publicação, indo de janeiro a dezembro. Trata-se de uma coletânea de ações comerciais desenvolvidas na época, com especificidades e particularidades de redação para cada caso. Comentadas sempre com um certo bom humor por Whitaker.

A obra começa a despertar a atenção pelo cenário em que transcorrem. As calçadas, ruas, colégios, largos, travessas, cais, praia, paços, palácios, entre outros de Lisboa e fora dela, onde acontecem os fatos relatados pelo autor e publicados pelo jornal escolhido. Alguns nomes continuam incomuns aos olhares contemporâneos para a nova paisagem urbana tanto de Lisboa como do restante do mundo, a saber : Rua do Arco do Cego, Travessa da Cera, Rua das Olarias, Rua do Chiado, Beco da Lebre , Cerca das Religiosas, Rua dos Confeiteiros, que já remete a nossa imaginação direto ao século XIX, pelo título e pelas “especialidades profissionais” de então, como a dos oleiros ou confeiteiros, homenageados com pompas naqueles dias e engolidos por novas profissões do século XXI, nem sempre homenageadas com ruas, praças ou avenidas.

Depois disso, Whitaker faz entrar em cena nomes nem sempre verdadeiros dos prováveis anunciantes da época. Eram individualmente os profissionais como o corretor de imóveis, o dono da botica (farmácia), o mestre ferrador, o relojoeiro, o serralheiro, chapeleiro, fabricante de móveis, vendedor de graxa de sapatos que acorriam à imprensa de então para anunciar especialmente seus serviços e produtos à sociedade portuguesa daquele período.

E escolhe, aleatoriamente, profissões e profissionais, para ir construindo a sua obra. A começar pelos anúncios do campo imobiliário, presentes desde então, como este exemplo de anúncio localizado no jornal em janeiro:

Quem tiver propriedades rusticas ou urbanas (que sejam desembaraçadas), e as queira vender, pode dirigir-se a Diogo Roberto Higgs, rua dos Fanqueiros, n° 131, 2° andar; que debaixo da boa-fé, e com as costumadas diligencias em beneficio dos interessados, espera desempenhar à satisfação dos mesmos, os negócios que lhe confiarem”. (Mantida a grafia da época).

Mais adiante o autor explica que “fanqueiro” é nome de comerciante de fazendas de algodão, linho, lã e etc.

Um dos grandes acontecimentos da época, registrados pela “Gazeta de Lisboa”, foi a morte da rainha Carlota Joaquina. Dias após, era possível ler no mesmo jornal o seguinte anúncio:

Sahio á luz: Marcha Fúnebre dedicada á deplorável morte e Sua Magestade a Imperatriz Rainha, D.Carlotta Joaquina de Bourbon; composta para piano forte, por José Joaquim Lodi: vende-se lithografadas nos armazéns de musica, e lojas de livreiro do costume e em casa do author, rua São João da Praça, n° 29, primeiro andar. Preço 160 réis. (Mantida a grafia da época).

Vários contrastes podem ser observados no episódio. Primeiro, a reverência com a morte de uma figura pública, transformada em obra musical. Depois a reprodução através de técnica litográfica e, por fim, a venda nos “armazéns de música”, “lojas de livreiro do costume” e até na “casa do author”. E a informação essencial, o preço de “160 réis”, impossível de avaliar hoje se caro ou barato!

Há noutro anuncio a sugestão de que o negócio seja feito “nas horas de costume”, sugerindo-se que seriam as horas de funcionamento normal da atividade comercial, que antes começavam às 8 horas da manhã e se estendiam até as 18 horas. Mas, na atualidade, em metrópoles como São Paulo ou Lisboa já não funcionam assim.

O livro diz o autor:

Que Lisboa vivia naquele tempo, sem cinema, sem rádio, sem televisão. Nas residências melhores, das famílias capazes, fa-

ziam-se saraus musicais, tocava-se piano, mas também, os mais sofisticados, talvez o órgão.

Nos demais capítulos continuam desfilando personagens e histórias contagiantes, mostrando hábitos, costumes, formas típicas de redação da época, destaques para a comercialização dos produtos e serviços e endereços pitorescos.

Um pouco de romance, um pouco da realidade da época, uma contribuição marcante de um dos mais completos publicitários que o país conheceu, transformado hoje em nome de Praça na cidade de Águas de São Pedro, onde passou os últimos dias de sua vida.

Breve análise

A botica virou farmácia, a farmácia virou “drugstore” e o marketing moderno transformou as velhas pomadas para frieiras num negócio que movimentava milhões de dólares. O alfaiate e a costureira de ontem estão escondidos nas modernas confecções que fazem do tecido, alta costura, marca, grife e igualmente royalties.

Quem mudou pouco foi o anunciante dos imóveis. Os pequenos anúncios dos nossos jornais continuam, com este tipo de segmento de prestação de serviços, uma parceria duradoura e indispensável. Nem mesmo a internet, com a sua velocidade e agilidade, conseguem derrubar das páginas dos jornais impressos os anúncios classificados para vender ou alugar imóveis.

Nostálgico, mas atualíssimo, o livro que José Roberto Whitaker Penteadado escreveu na cidade de Estoril/Portugal, em 1974, nada deixa a desejar ao seu inspirador, Gilberto Freyre. Relido com olhos de hoje, é uma contribuição decisiva, que parte do advogado transformado em publicitário, em articulador internacional, em observador, em professor e que, com justiça o Ciclo de Conferências “50 anos de Ciências da Comunicação no Brasil : a contribuição de São Paulo”, promovido pela INTERCOM e pela FAPESP, consagram a obra de Whitaker – também pelo seu olhar lusófono – como um dos 100 livros mais importantes escritos por autores paulistas que mais contribuíram para o desenvolvimento das Ciências da Comunicação no nosso país.

De minha parte, a honra em poder lembrar uma velha parceria que estabelecemos com Whitaker, quando era coordenador do Curso de Publicidade na Universidade Metodista de Piracicaba. Residindo em Águas de São Pedro, nos encontramos em pleno Mercado Municipal da cidade de Piracicaba. Ele aceitou prontamente o convite para abrir uma das nossas Semanas de Comunicação. Acostumado a situações de lidar com estudantes, realizou com a plateia de jovens aspirantes a publicidade, através da química da palavra, do bom humor e da própria vivência, um dos momentos de maior encantamento na minha trajetória como Professor Universitário. Relembra-lo nesta data, é motivo de alegria, satisfação e orgulho de quem, mesmo que brevemente, recebeu dele, na ocasião, um abraço afetuoso e um exemplar de “A propaganda antiga” autografado, que guardo com carinho na minha biblioteca até hoje.

Referências

WHITAKER PENTEADO, José Roberto. **A propaganda antiga**. Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1974, 302 p.

Infografia

Através da Lei 1037, de 20 de dezembro de 1995, publicada pelo então prefeito Paulo César Borges, a confluência das ruas Guiomar Soares de Andrade com a rua Auro Soares de Moura Andrade, Quadra 38 defrente ao lote nº 1, no Centro de Águas de São Pedro passou a ser denominada PRAÇA JOSÉ ROBERTO WHITAKER PENTEADO.



Prefeitura do Município da Estância de Águas de São Pedro
Estado de São Paulo

LEI Nº 1037, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1995.

(dá denominação à Praça Pública localizada na Estância e dá outras providências).

Paulo Cesar Borges, Prefeito do Município da Estância de Águas de São Pedro, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, FAZ SABER que a Câmara Municipal DECRETA e eu SANCIONO e PROMULGO a seguinte Lei.

ARTIGO 1º - Fica denominada JOSÉ ROBERTO WINTNER PENTEADO a Praça Pública localizada na confluência das Ruas Guilmar Soares de Andrade e Nuro Soares de Moura Andrade, na quadra 38, defronte ao lote 01, Centro, nesta Estância.

ARTIGO 2º - A instalação de placa indicativa será realizada em ato público, em data próxima futura, com a participação das autoridades, familiares e comunidade.

ARTIGO 3º - O Cadastro Imobiliário da Prefeitura Municipal, apostilará em seus registros a nova denominação.

ARTIGO 4º - As despesas com a execução da presente lei, correrão por conta de dotações próprias do orçamento vigente, suplementadas se necessário.

ARTIGO 5º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Prefeitura do Município da Estância de Águas de São Pedro, aos vinte dias do mês de dezembro do ano de um mil novecentos e noventa e cinco, 55º da fundação de Águas de São Pedro.

PAULO CESAR BORGES
PREFEITO MUNICIPAL

Publicado na Secretaria da Prefeitura do Município da Estância de Águas de São Pedro, na mesma data.

MARIA HELENA FERNANDES KESSELMAN
ASSESSORA ADMINISTRATIVA



PARTE II

Ideias Pioneiras



9.

Estudos Raciais no Rádio Paulistano: raízes da Antropologia da Comunicação

Juliana Gobbi Betti¹

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

PEREIRA, João Baptista Borges. **Cor, Profissão e Mobilidade**: o negro e o rádio de São Paulo. [1967]. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2001.280p.

Nas décadas de 1950 e 1960 o fim da “era de ouro” e a disputa pela audiência com a recém-chegada televisão abalizaram um período de importantes mudanças na história do rádio brasileiro, definindo-se como elementos determinantes

-
1. Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (2009) e graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo (2005). Desde 2011 atua como professora substituta nos cursos de Jornalismo e Radialismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” (UNESP), campus Bauru. Tem experiência na área de Comunicação atuando principalmente com os seguintes temas: Jornalismo Radiofônico; Produção Radiofônica; História da Comunicação; e Estrutura, Técnicas e Processos de Produção da Notícia. E-mail: jubetti@terra.com.br.

na construção do modelo de programação que, ainda hoje, caracteriza o dial. As grandes estruturas dos programas de auditório perderam espaço para uma programação com um custo menor de produção, a performance ao vivo foi substituída por gravações. É neste contexto de mudança que João Baptista Borges Pereira desenvolve a pesquisa intitulada *Cor, Profissão e Mobilidade: o negro e o rádio de São Paulo*.

No entanto, como o título indica, o rádio não era objeto central das atenções do autor, que objetivou investigar: 1. “o processo de integração do homem de cor a essa faixa de convivência socioprofissional”; e 2. “o processo de participação na sociedade e cultura amplas desse contingente humano que ganhou novas qualificações sociais, através de sua integração à estrutura das empresas radiofônicas” (PEREIRA, 2001, p.26). Embora tenha sido originalmente desenvolvida com base nas inquietações da antropologia, a pesquisa contribuiu para a constituição do pensamento comunicacional brasileiro. Para entender esta relação buscamos conhecer e apresentar um pouco mais sobre os elementos e cenários que a caracterizam.

O autor

Assim como seus pais, João Baptista Borges Pereira é natural de Santa Cruz do Rio Pardo, interior de São Paulo. A família é moradora antiga do município, desde a segunda metade do século XIX, no entanto suas origens remontam às terras de Minas Gerais, seu pai, Antonio, é descendente de fazendeiros escravocratas das proximidades de São João da Boa Vista. Sua mãe, Eurídice, descende de imigrantes checos que se instalaram primeiramente na região do triângulo mineiro, sua bisavó materna teria chegado ao Brasil no mesmo navio dos Kubitschek.

Nascido em 23 de julho de 1929, morou em Santa Cruz até o início da fase adulta, quando foi fazer faculdade na capital. Naquele período não havia alternativas para a continuidade dos estudos ginasiais na cidade, só era possível cursar a Escola Normal², a opção de colegial nas modalidades clássico ou científico

2. A Escola Normal, hoje equivalente ao Ensino Médio, objetivava a formação de professores para o ensino primário. O modelo surge na França, no final do Século XVIII.

mais próxima era na cidade de Botucatu, e João Baptista, já enamorado de sua futura esposa Maria Teresa, não queria mudar de cidade. Ainda, os custos seriam muito altos para a família.

A opção pela formação de normalista dificultou seu ingresso na vida universitária. A primeira tentativa ocorreu no início dos anos 1950, quando, ao tentar inscrever-se para o processo seletivo do curso de Ciências Sociais, descobriu que sua formação o permitiria cursar apenas Pedagogia, João Baptista lembra:

Meu raciocínio foi simples e imediato: entre ficar sem curso superior e fazer Pedagogia, eu faria Pedagogia. Não tinha alternativa. Prestei vestibular e ingressei no curso. Depois, cheguei à conclusão de que não havia nascido para fazer Pedagogia. Nada contra a disciplina, eu a admiro, mas, na verdade, minha vocação era a sociologia (PEREIRA, 2002, p.)

Aproximadamente um ano depois de largar o curso recebeu a boa notícia, Jorge Nagle, colega dos tempos de escola, o avisou sobre uma nova possibilidade de prestar vestibular. João Baptista conta que ainda enfrentou dificuldades, só conseguindo assegurar sua inscrição por meio de um mandado de segurança,

Voltei e tive minha inscrição para o curso de Ciências Sociais negada, sob a mesma alegação do ano anterior. Fiz vestibular condicionalmente, e acabei tendo meu direito confirmado pelo então Ministro Simões Filho. Ao eliminar esse obstáculo legal, veio o obstáculo intelectual: a seleção (PEREIRA, 2002, p.15)

Nagle, também normalista, cursava Pedagogia na Universidade de São Paulo e ciceroneou o então vestibulando durante o processo. Aprovado na prova

No Brasil, as primeiras instituições para a formação de normalistas foram criadas respectivamente em 1835, no Rio de Janeiro, em 1836 na Bahia, em 1845 no Ceará e, em 1846 em São Paulo (MARTINS, 2009, p25-4). Em Santa Cruz do Rio Pardo a Escola Normal criada pela Lei Municipal nº 429, de 25 de agosto de 1928, iniciando em 1929. O curso colegial foi criado pela Lei nº 255, de 13 de março de 1949, para funcionar nas dependências da Escola Normal em período noturno.

escrita e na prova oral, tendo em ambas o prof. Antonio Candido³ como avaliador, iniciou o curso de Ciências Sociais na Universidade de São Paulo em 1955. No entanto, foi logo na primeira semana de aula que se encantou por outra área do saber, a Antropologia, que lhe foi apresentada por Egon Schaden⁴. Em entrevista publicada na Revista de Antropologia o autor explica que

Schaden não movia um músculo da face. Tinha um timbre muito forte. O único recurso que ele usava era o cachimbo. Fazia pausas no meio da frase, botava fumo no cachimbo, acendia-o, criava suspense e retomava a frase. Era extraordinário. Eu mesmo nunca pensei em fazer antropologia. Eu vim para USP cursar sociologia. Mas quando eu assisti a uma aula de Schaden sobre populações pigméias da África Equatorial, minha nossa, eu saí antropólogo. Schaden me converteu (MARRAS, 2003, p.332).

Schaden teve um papel fundamental na carreira de João Baptista, especialmente como orientador de seu doutorado e pela indicação para que assumisse seu lugar como professor catedrático logo após concluir a livre-docência.

Foram muitas as realizações do autor⁵. O normalista, formado no interior de São Paulo, João Baptista Borges Pereira é Professor Emérito da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, título concedido pela primeira vez a um docente do Departamento de Antropologia (NOVAES, 2002, p.7). Atualmente, dedica-se às pesquisas sobre etnia e identidade religiosa, integrando o corpo docente do Mestrado em Ciências da Religião da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

-
3. Antonio Candido (1918) é sociólogo, literato e professor. Ao longo de sua carreira publicou diversas obras de referências nos estudos sobre sociedade e literatura. Recebeu quatro vezes o Prêmio Jabuti, além dos prêmios Juca Pato, Camões e Machado de Assis. Ainda, é Professor Emérito pela USP e UNESP e Doutor Honoris Causa pela UNICAMP.
 4. Egon Schaden (1913-1991) foi um dos mais importantes antropólogos brasileiros. Em 1949 assumiu a cadeira de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo, ocupando a vaga deixada por Emilio Willems. Criou e custeou a *Revista de Antropologia*, ainda referência este campo de estudos. Ainda, em meados de 1970, criou a disciplina Antropologia da Comunicação na Universidade de São Paulo.
 5. Para conhecer mais sobre a trajetória intelectual de João Baptista Borges Pereira indicamos consultar as entrevistas do autor indicadas na bibliografia citada ao final deste texto.

O início

De acordo com João Baptista (2013) a inspiração para o projeto surgiu ao longo do segundo ou terceiro ano de curso, período em que participou de uma pesquisa coordenada por Fernando Henrique Cardoso e Octavio Ianni sobre o negro na Região Sul do país. A incursão dava continuidade aos estudos de Florestan Fernandes e Roger Bastide, ainda, respondia à “resolução de pôr em prática um programa de ação educativa contra o preconceito racial, movimento cuja execução se basearia na mais ampla difusão dos dados científicos relativos às questões de raça” (SCHADEN, 1953, p.63-64), uma iniciativa da UNESCO, que congregava sociólogos, antropólogos e geneticistas.

O autor afirma que, até então, não percebia a problemática racial na sociedade brasileira, explicando que

Para mim o negro era o negro da minha terra, que nós chamávamos de negro da nossa gente. Eram filhos de escravos e ex-escravos que viviam grudados na gente em casa. Era aquele negro que eu conhecia. Esse negro que era objeto da sociologia eu não conhecia, nem quando eu vim para cá eu percebia. Isso para mim era invisível. Para mim o negro era o negro da minha terra, que me ajudava e eu ajudava ele, era como se fosse da família, com meu sobrenome (PEREIRA, 2013).

Além disso, João Baptista conta que, ao contrário do que o senso comum indica, a abolição não tirou totalmente os negros de perto das famílias, pelo menos não da sua. Ao final dos anos 1940, os descendentes dos escravos que trabalharam na fazenda de seu avô ainda mantinham relações de amizade com ele. Sobre este período lembra que aprendeu a dançar em um lugar chamado Bafo de Onça, que era frequentado majoritariamente por negros e famoso pelo ritmo comandado por instrumentos de percussão. Ele e outros amigos, como Jorge Nagle, eram bem aceitos por serem considerados da “nossa gente”.

Ao conhecer outra realidade, muito mais comum, espantou-se com as histórias de vida destes negros que enfrentavam cotidianamente os estereótipos negativos, os preconceitos e o racismo, concluindo então, que tinha uma dívida com os negros, uma dívida da qual nunca havia se dado conta. Ao retornar, João Baptista preparou seu projeto e o entregou para que a colega Ruth Cardoso opinasse. Ela achou uma boa ideia.

A pesquisa

“Enquanto se é aluno de graduação, escolhe-se o professor, mas depois é o professor que escolhe o aluno”. “Com isto”, disse-me ele, “estou lhe dizendo que eu o escolho como meu orientando, desde que você mude de tema” (MARRAS, 2003, p.324-325). O ele, protagonista da fala, é Florestan Fernandes, a quem João Baptista entregou seu projeto com a intenção de tê-lo como orientador⁶. Contudo, Florestan explicou que não estava mais pesquisando a temática racial, mas desenvolvendo um projeto sobre a indústria cafeeira em São Paulo, no qual Fernando Henrique Cardoso já estava trabalhando. O professor sugeriu a cidade de Chavantes como estudo de caso, e para lá foi João Baptista.

Realizei um *survey* na comunidade, preparei o projeto e o levei para Florestan. Perguntei-lhe: “está bom, professor?”. Ele disse que estava bom. Aí eu rasguei o projeto na frente dele – fui acintoso mesmo –, desculpei-me e saí da sala. Florestan se espantou: “mas o que é que há, ficou louco?”. “Não fiquei louco não” – disse-lhe eu –, “é que não quero fazer isso”. Então descii as escadas da Antropologia, encontrei o professor Egon Schaden, e perguntei se ele aceitava me orientar no doutorado. Ele disse que aceitava ser meu orientador desde que eu concordasse em ter um orientador que mais ouvisse do que falasse, porque ele não trabalhava com questões raciais. E foi um grande orientador. Ele não interferiu, me deu liberdade. O grande crítico de meu trabalho foi Oracy Nogueira – que tinha sido meu orientador no mestrado –, e lia página por página. Foi ele que segurou um pouco a minha linguagem, meio exagerada, e deu mais elegância ao meu estilo. Acabou que Schaden foi meu orientador formal e Florestan compôs minha banca de defesa. Anos depois ele publicou sua tese em inglês e na introdução ressaltou que seus resultados eram respaldados por uma pesquisa “independente”, que era a minha, já publicada em livro (MARRAS, 2003, p.325).

6. Além da afinidade que João Baptista acreditava ter com a linha de pesquisa que vinha sendo desenvolvida por Florestan, naquele período apenas catedráticos podiam orientar pesquisas de doutorado.

As primeiras aproximações com o objeto foram feitas em 1958, a partir da aplicação de um *survey*. No entanto, o autor explica que a “investigação foi desenvolvida sistematicamente nos anos de 1959 a 1961, e prosseguida em termos complementares, com numerosas interrupções, durante o biênio 1962-1963, somente ficando concluída nos princípios de 1964” (PEREIRA, 2001, p.19).

O contexto acadêmico

“Você é muito corajoso ao se doutorar com um tema duplamente fora de moda: o negro e o rádio” (PEREIRA, 2013). Aos 84 anos, João Baptista Borges Pereira não esquece a frase dita pelo amigo Carlos Guilherme Motta poucos dias antes de sua banca de defesa, em 1964⁷. A afirmação de Motta nos coloca frente a duas questões de grande relevância para compreendermos a obra: o desenvolvimento dos estudos sobre raça e sobre a radiodifusão sonora no Brasil. A fala, que ostentava tom de crítica, refletia o panorama dos estudos científicos realizados naquele conjunto de décadas.

Na visão do autor, o país passava por uma “conspiração do silêncio”, termo que fora cunhado por Artur Ramos para falar sobre o desinteresse dos intelectuais para com a temática racial, especialmente negra. E o rádio? Ainda de acordo com João Baptista não era levado a sério como objeto de pesquisa (PEREIRA, 2013).

Bem querido pela audiência, com grande influência cultural na sociedade, seus programas e artistas eram amplamente noticiados em publicações especializadas, mas o rádio ainda não era tratado como assunto relevante para os pesquisadores brasileiros, sendo ignorado quase que completamente. “Excluindo crônicas de duvidoso valor informativo, o pouco que se escreveu sobre esse órgão de comunicação está tão diluído em obras aparentemente alheias ao tema, que a sistematização de tais registros transforma-se em busca microscópica [...]” (PEREIRA, 2001, p.36).

7. João Baptista Borges Pereira relembrou em entrevista para a autora. O episódio também está descrito em seu depoimento para a revista especial da USP sobre os 80 anos de rádio no Brasil, intitulado *O negro e o Rádio: um depoimento*.

Em sua tese, a historiadora Lia Calabre de Azevedo (2002, p.35) referenda e complementa esta observação afirmando que “a maioria dos estudos existentes sobre radiodifusão no Brasil foi produzida nos programas de pós-graduação em Comunicação Social e, pelas características próprias do campo, dedicam-se a trabalhar com um tempo bem próximo ao presente (os recuos temporais raramente ultrapassam o período de 10 anos)”. A autora também aponta *Cor, Profissão e Mobilidade: o negro e o rádio de São Paulo* entre os pioneiros dos estudos que se apropriam deste universo de investigação.

O antropólogo conhecia bem a produção radiofônica, ocupou diversos cargos - da locução à direção - na ZYQ-8, emissora de sua cidade natal. No entanto, o autor explica que

A escolha da esfera radiofônica para campo desta análise nada tem de arbitrária ou acidental. Experiências do dia-a-dia testemunham com eloqüência que na sociedade brasileira, ou em suas variantes mais urbanizadas, há pelo menos duas dimensões onde o homem parece gozar de condições peculiares, diferentes daquelas comumente observadas nas demais esferas de atividades das quais participam brancos e pretos. Referimo-nos ao rádio e ao futebol (PEREIRA, 2001, p.26).

O objetivo do autor era utilizar o ambiente de produção como um lócus de análise e, para isso, concentrou-se em doze emissoras de rádio: Record, São Paulo, Panamericana, Tupi, Difusora, Cultura, Nacional, Excelsior, Gazeta, América, Piratininga e Bandeirantes.

Durante a pesquisa João Baptista valeu-se de diferentes métodos e técnicas, realizou observações de campo e entrevistou profissionais e ouvintes. “As informações mais substanciais foram conseguidas através de entrevistas formais e informais, histórias de vida e, em certa medida, através da observação-participante: participação em programas de auditório, contato nos bastidores com artistas, convivência íntima com profissionais e frequentadores de estações de rádio” (PEREIRA, 2001, p.36).

Participaram da pesquisa 121 profissionais negros, sendo 93 homens e 28 mulheres, e 100 profissionais brancos. Entre os ouvintes, em especial os calouros, a amostra abrangeu 87 indivíduos, 20 brancos e 67 negros, entre os quais 28 eram mulheres. Colaboraram profissionais de outras áreas, mas que por sua vivência e familiaridade com o meio artístico puderam fornecer informações relevantes, como “publicitários, compositores, professores de música, jornalistas, críticos, musicólogos, membros de escola de samba, artistas de teatro e de televisão” (PEREIRA,

2001, p.35). Ainda, foram realizadas sondagens para verificação da possível influência socializadora do profissional negro e dos programas com esta temática.

O legado

De acordo com Marques de Melo “do ponto de vista da **Pesquisa em Comunicação** o trabalho de João Baptista Borges Pereira representa o primeiro estudo, em bases científicas no país sobre o **Comunicador**, no caso uma **entidade codificadora e transmissora de mensagens para o grande público, o Rádio**” (MARQUES DE MELO, 1972, p.18, grifo do autor). A publicação em formato livro data de 1967.

A obra apresenta o percurso metodológico e divide o corpus de análise em duas partes: I. Estrutura e Dinâmica e II. Cor, Estrutura e Dinâmica. A segunda edição, disponibilizada pela editora da Universidade de São Paulo em 2001, conta com textos iniciais de Egon Schaden e Roger Bastide.

“Estrutura e Dinâmica” é composta por quatro capítulos que contextualizam o surgimento do rádio no cenário de mudanças desencadeadas nos crescentes processos de industrialização e urbanização no período que seguiu à Primeira Guerra Mundial, neles, o autor examina as transformações que acompanharam a ampliação da penetração e a passagem do modelo educativo para o modelo econômico-publicitário, recuperando as contribuições de Roquette-Pinto, Mario de Andrade e Luciano Gallet. Conclui que “o rádio constituiu-se ao mesmo tempo em produto e em instrumento de expansão e consolidação do processo civilizatório urbano-industrial no país, através da difusão por toda a realidade brasileira de valores vinculados ao estilo de vida que aos poucos se esboçava entre nós” (PEREIRA, 2001, p.50).

Ao analisar a mobilidade dentro da estrutura do contexto radiofônico João Baptista identifica as categorias que estabelecem uma complexa rede de relações, classificando-as como: 1. estrutura particular da empresa radiofônica, que agrupa os setores administrativo, técnico e programático e 2. a macroestrutura ou estrutura radiofônica extraempresarial que incluem os grupos de anunciantes, publicitários e ouvintes (os últimos, categorizados em grande público, minoria agressiva, calouros, corte e fã-clubes).

A mobilidade, objeto de investigação do autor, representa uma alteração no status social e profissional do indivíduo e os shows de calouros demonstram

com clareza esta dinâmica, o ouvinte que almeja integrar o *cast* radiofônico. Este desejo está relacionado ao status atribuído ao artista, especialmente aos cantores de rádio, basta lembrar a popularidade que acompanhava os concursos de Rainha do Rádio.

As análises descritas na segunda parte do trabalho fundamentam-se em variados dados estatísticos apresentados pelo autor, entre os quais estão aqueles referentes ao cenário social, disponibilizados pelos recenseamentos e pesquisas do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, bem como levantamentos aqueles realizados diretamente no desenvolvimento do projeto. Para os estudos de rádio, este material constitui-se em um valioso registro histórico, tão importante quanto a descrição dos grupos, funções e atividades que compunham e movimentavam a produção e o consumo dos produtos radiofônicos.

Os depoimentos legitimam e complementam os dados, atribuindo-lhes uma significação única. Nota-se que a ideia de que o negro só servia como cantor, sendo não recomendado para outras funções era, naquele período, discurso corriqueiro e arraigado. Hoje, tal discurso encheu-se de vergonha e foi relegado ao cochicho doméstico, quando não ao sigilo do pensamento. No entanto, embora seja raro escutar que “onde o negro entra tudo fica estragado” ou que para determinado tipo de serviço é preciso gente séria, que trabalhe “sem ficar pensando em cachaça, em tudo o que, como se sabe, o negro pensa”⁸, como justificativas aceitáveis para a não contratação do profissional negro, é possível verificar que estes estereótipos ainda estão embutidos no discurso social e midiático.

No Brasil, a caracterização do negro como raça com dotes artísticos, especialmente no âmbito da indústria musical, é inerente à popularização e aceitação do samba, embora seja também influenciada pelo sucesso de ícones da música negra norte-americana, como o jazz e o soul. A concepção da carreira musical como forma de aceitação, reconhecimento e prestígio social, resultantes da melhoria da condição socioeconômica, colocava-se como possibilidade real, atingível.

João Baptista explica que parte desta ilusão fundamenta-se na deformada interpretação, por parte dos negros, de seu perfil de mobilidade, “decorrência

8. Trechos retirados de depoimentos contidos no livro, entre as páginas 173 e 176. São falas de produtores, diretores e chefes que concederam entrevistas para João Baptista durante a pesquisa.

de ingênua e simplificadora redução do mundo dos brancos a simples questão de poder aquisitivo” (PEREIRA, 2001, p.252). O autor complementa afirmando que “ao libertá-los de injunções econômicas, a profissão transporta-os para novas situações de convívio, em que o papel até então representado pela deficiência pecuniária, passa a ser interpretado pela cor e por tudo o que este traço racial simboliza em termos sociais e culturais” (PEREIRA, 2001, p.253).

A pesquisa registra as nuances das relações de classe e de raça em um período determinante na formação da identidade da capital paulista à frente de um movimento desenvolvimentista e urbanizatório. O rigor metodológico, a densidade teórica e a amplitude da análise a colocam como referência imprescindível para uma compreensão sociológica e antropológica da sociedade moderna e da influência da radiodifusão neste período. Ao mesmo tempo,

[...] trata-se de um livro de interesse para todos os estudiosos das ciências sociais, especialmente das ciências da comunicação. Não obstante a linguagem técnica, marcada pelo jargão específico da sociologia, antropologia e psicologia, o livro de João Baptista Borges Pereira interessa também ao leitor mediano, preocupado com os problemas de relações interétnicas e de ajustamento social (MARQUES DE MELO, 1972, p.19)

Elencada entre os desbravadores do campo a obra ainda indica caminhos relevantes para sua continuidade. Na área da Antropologia as contribuições de João Baptista Borges Pereira são constantemente lembradas, mas aparecem de forma sazonal nos estudos de Comunicação, de modo que não poderíamos deixar de congratular a acertada inclusão da obra no Ciclo de Palestras que celebraram os 50 anos das Ciências da Comunicação no país, iniciativa da Fundação de Amparo à Pesquisa – Fapesp e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom.

Referências

AZEVEDO, Lia Calabre. **No tempo do rádio:** radiodifusão e cotidiano no Brasil – 1923-1960 (tese de doutoramento). Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, 2002.

DIVITIIS, Gleice de. **Gênese da Antropologia da Comunicação no Brasil**. (dissertação de mestrado). São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2009.

MACIEL, Alba Costa; ANDRADE, Diva; VALE, Eunides. A Antropologia na Universidade de São Paulo: histórico e situação atual. IN: **Revista de Antropologia** - Separata do Volume XXI (1a. parte). São Paulo: FFLCH/USP, 1978.

MARQUES DE MELO, José. **Reflexões sôbre temas de comunicação**. São Paulo: ECA/USP, 1972.

MARRAS, Stélio. **Pessoa e instituição** - entrevista com João Baptista Borges Pereira. IN: Revista de Antropologia, v.46, n.2 p.319-345. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2003.

MARTINS, Angela Maria Souza. Breves reflexões sobre as primeiras escolas normais no contexto educacional brasileiro, no Século XIX. In: **Anais do VIII Seminário Nacional de Estudos e Pesquisas “História, Sociedade e Educação no Brasil”**. Campinas, SP: FE/UNICAMP-HISTEDBR, 2009. Disponível em: http://www.histedbr.fae.unicamp.br/acer_histedbr/seminario/seminario8/_files/tsc_angela.pdf, acesso em outubro de 2013.

NOVAES, Sylvia Caiuby. Apresentação. IN: **Outorga do Título de Professor Emérito a João Baptista Borges Pereira**. São Paulo: SDI/FFLCH/USP, 2002.

PEREIRA, João Baptista Borges. Discurso proferido quando da entrega do título de professor emérito. p.13-16. IN: **Outorga do Título de Professor Emérito a João Baptista Borges Pereira**. São Paulo: SDI/FFLCH/USP, 2002.

PEREIRA, João Baptista Borges. **Entrevista concedida à Juliana Gobbi Betti**. São Paulo: 17 de outubro de 2013.

PEREIRA, João Baptista Borges. **O Negro e o rádio**: um depoimento. Revista USP, edição 80 anos de rádio, n.56, dez/jan/fev 2002-2003. São Paulo: USP-Superintendência de Comunicação Social, 2003.

PEREIRA, João Baptista Borges. **Cor, Profissão e Mobilidade**: o negro e o rádio de São Paulo. [1967]. 2.ed. São Paulo: Edusp, 2001.

SCHADEN, Egon. A antropologia da comunicação e a cultura eurotropical do Brasil. IN: MARQUES DE MELO, José. **Pensamento Comunicacional Us-piano** - raízes ibero-americanas da Escola de Comunicações Culturais (1966-1972), vol.1. São Paulo: ECA/USP, SOCICOM, 2011.

SCHADEN, Egon. A Unesco e o problema racial. IN: **Revista de Antropologia**, v.1, n.1, junho de 1953, p.63-68. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1953.

VIANNA, Rodolfo. Entrevistas - Departamento de Antropologia: Prof. Dr. João Baptista Borges Pereira, Professor Emérito. IN: **INFORME - Informativo da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas - USP**, n.14, outubro de 2004. São Paulo: FFLCH/USP, 2004.

10.

José Marques de Melo: o despertar de uma mentalidade investigativa em comunicação

Waldemar Luiz Kunsch¹

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação Social**: Teoria e Pesquisa, Petrópolis:Vozes, 1970.

Introdução

Em 12 de dezembro de 1963, Luiz Beltrão criava, na Universidade Católica de Pernambuco, o Instituto de Ciências da Informação (Icinform), principal marco

-
1. Mestre em Comunicação Social (2001) pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Graduado em Filosofia (1973) pela Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), em Jornalismo (1979) pela Faculdade Cásper Líbero e em Relações Públicas (1986) pela mesma instituição. Foi professor e coordenador do Curso de Relações Públicas da Umesp, onde também editou as revistas *Comunicação & Sociedade* e *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*. Publicou *O Verbo se faz palavra: caminhos da comunicação eclesial católica* (Paulinas, 2001), além de ter organizado uma série de coletâneas. Trabalhou por 25 anos nas áreas de comunicação mercadológica e comunicação institucional. Hoje atua como editor, sendo sócio-proprietário da microempresa Pressa Editoração e Produção Cultural Ltda. E-mail: wlkunsch@uol.com.br.

precursor do que viriam a ser os estudos das Ciências da Comunicação no Brasil. A partir daí entrariam em cena aqueles que, nos primeiros cinquenta anos dessa área em nosso país, seriam considerados os seus desbravadores. Já em 1964, um discípulo de Beltrão, o alagoano José Marques de Melo, se graduava em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco. É impressionante o volume que, a partir de então, teria sua atividade, no espaço brasileiro e internacional.

Tendo-se mudado para São Paulo, em 1967 ele começaria a destacar-se por sua produção científica, que hoje, só no que se refere a livros publicados, chega a cinquenta obras próprias e quase cem coletâneas organizadas. Tudo começou em 1967 e 1968, com alguns opúsculos para suas aulas na Faculdade Cásper Líbero, onde lecionou nesses dois anos e criou o Centro de Pesquisa da Comunicação Social. Dessas pequenas obras nos dá conta um rico texto de Dimas Antônio Künsch (2013). Conforme ele próprio afirmou, em entrevista concedida à revista *Pesquisa Fapesp* (Moura, 2012), os trabalhos produzidos na Cásper Líbero constituíram suas primeiras pesquisas. Tratava-se realmente de “opúsculos”, não tendo o menor mais do que dezenove páginas. Muito do que eles continham seria aproveitado na obra que analisaremos.

Com *Comunicação social: teoria e pesquisa* (1970), o autor buscava impulsionar os ideais de Beltrão. Este se preocupava com a captação e difusão do conhecimento científico no campo comunicacional, objetivando, também, a formulação de uma teoria geral das Ciências da Informação². Foi, aliás, pensando nisso que fundaria o Icinform. Seu ideal seria plenamente incorporado pelo discípulo, que surgia “como um novo sopro de vida para a pesquisa e a educação continuada”, herança maior de seu mestre, como se lia na revista então criada por Beltrão, *Comunicação & Problemas* (C&P, 1965, p. 7).

Com 304 páginas, a obra de Marques de Melo se dividia em duas partes. A primeira, “Teoria”, tinha como capítulos: Comunicação: conceitos e estrutura; Ciências da Informação; A pesquisa em comunicação; e Comunicação, cultura de massas, cultura popular. Na segunda parte, “Pesquisa”, se reproduzia uma série de trabalhos desenvolvidos pelo autor sobre aspectos e produtos midiáticos da realidade brasileira.

-
2. Tão preocupado se achava Marques de Melo com tais aspectos, diante da relativa incipiência desse campo, que não deixou de relacionar em dezenove páginas (277-300) de seu livro um conjunto de obras gerais e sobre metodologia, análise de resultados e pesquisas em realização na época, como contribuição para o desenvolvimento da mentalidade de pesquisa entre os estudiosos da comunicação no Brasil.

É sobre essa obra que nos deteremos, sem a pretensão de a explorarmos exaustivamente e nem de seguirmos exatamente a estrutura adotada pelo autor. Assim, organizamos nosso texto segundo estes três tópicos: Teoria da comunicação; Pesquisa em comunicação; e Ciências da informação. Nosso intuito será resgatar o que o livro trazia de essencial no contexto da época. O estudo das Ciências da Informação estava na ordem do dia dos intelectuais, preocupação que o autor achava muito útil, sobretudo, porque estava sendo dirigida, já então, para a sistematização dos conhecimentos nesse campo e a análise científica dos fenômenos gerados no próprio país (p. 277). Nosso trabalho se limitará, basicamente, à primeira parte do livro. Até mesmo porque, na verdade, a justificativa da palavra “Pesquisa” no título do livro é o tópico “A pesquisa em comunicação” (p. 82-63) da primeira parte – “Teoria”. O que o autor trazia na segunda parte não eram senão “pesquisas” que ele realizara, já aplicando os princípios abordados na primeira parte.

Teoria da comunicação

Marques de Melo começava se indagando sobre o que seria, afinal, a comunicação. Era uma questão que vinha merecendo atenção crescente, em decorrência da verdadeira revolução que os meios massivos começavam a promover nesse campo. Ao analisar o fenômeno comunicativo, cada ciência e cada escola filosófica utilizavam perspectivas, terminologias e conceitos específicos, configurando inúmeras e até mesmo controversas reflexões. De forma muito didática e com um olhar crítico bastante aguçado, o autor foi buscar em destacados estudiosos os múltiplos conceitos científicos e filosóficos então existentes (p. 14-30), para, ao final, apresentar o seu *conceito estrutural* (p. 31-33), que nortearia sua proposta de classificação das Ciências da Informação (p. 48-79).

Cientistas e filósofos diante de uma questão complexa

O autor fazia uma distinção entre os conceitos científicos e os conceitos filosóficos. Os primeiros seriam meramente *funcionais*, ao enfocarem a comunicação, genericamente falando, como “instrumento de satisfação de alguma necessidade” (MALINOWSKI, 1962), enquanto os segundos seriam deliberadamente *especulativos*, preocupando-se com a natureza intrínseca do processo da comunicação. Dentre os *conceitos científicos*, ele avaliou os conceitos etimológico, biológico, pedagógico,

histórico, sociológico, antropológico e psicológico. Sua análise, muito bem baseada, era um resgate de grande interesse, mas não nos estenderemos em sua exposição. Quanto aos *conceitos filosóficos*, expôs brevemente, com base em Adam Schaff (1968), os principais em voga na época: o transcendentalista, o naturalista e o marxista.

A significação social do fenômeno comunicativo

Numa visão geral dos conceitos científicos e filosóficos, Marques de Melo qualificava todos eles como “unilaterais”, refletindo as peculiaridades das disciplinas ou correntes que os orientavam. O fato, segundo o autor, é que o ponto de partida devia estar sempre na estrutura do fenômeno comunicativo, observando-se a sua significação no contexto social.

Assim, ele formularia o conceito estrutural, que tinha como base a própria estrutura do processo comunicativo, visto em sua globalidade. Seu enunciado era: “Comunicação é o processo de transmissão e de recuperação de informações”. Tendo como critério orientador o fluxo que modela a estrutura do processo (comunicação), o conceito identificava claramente o seu objeto (a informação).

Segundo esse conceito, a comunicação compreendia dois estágios: 1) a transmissão, envolvendo dois mecanismos específicos: a codificação (transposição da informação para um sistema de códigos, tomando assim a forma de mensagem); e a difusão (utilização de um canal que permita a recepção da mensagem pelo destinatário); 2) e a recuperação³ (reaproveitamento, em sua forma original ou não, de uma informação transmitida, o que, por sua vez, atuará como fonte para a transmissão de novas informações).

Pesquisa em Comunicação

Pesquisa em comunicação, geralmente, significava especificamente a investigação quantitativa de circulação ou audiência. Marques de Melo se preocupou então em

3. Em nossa opinião, esse conceito de recuperação seria, posteriormente, a base para uma distinção cada vez mais clara entre as Ciências da Comunicação (mais ligadas à transmissão da informação) e as Ciências da Informação (vinculadas, sobretudo, à recuperação da informação).

vê-la de forma mais ampla, como o estudo sistemático de meios, formas e processos de informação e, do ponto de vista da metodologia, passou a valorizar também as investigações qualitativas. Assim, a pesquisa devia compreender o estudo científico de todos os elementos do processo comunicativo: comunicador, mensagem, canal, e receptor. Com isso, ela assumiria a natureza de um campo interdisciplinar de estudos, envolvendo as investigações próprias (linguísticas, educacionais, jornalísticas, cibernéticas etc.) das Ciências da Informação e, também, as iniciativas (psicológicas, históricas, antropológicas, sociológicas etc.) de outras áreas das ciências humanas.

O autor discorreria então (p. 84-105) sobre alguns pontos da pesquisa em comunicação, analisando suas origens e seu desenvolvimento, a rápida evolução a partir de 1930, os métodos usados e as tendências que então despontavam no Brasil. Dentro de um esquema nosso, perpassaremos rapidamente esses itens e, no final, incluiremos um apanhado do que Marques de Melo apresentava sobre a relação entre cultura de massas e cultura popular, no contexto de uma nova ciência que então se inaugurava – a Folkcomunicação (p.107-124),

A busca de modelos cada vez mais refinados

Marques de Melo dividia em quatro etapas bem definidas a história da pesquisa em comunicação: a dos sofistas (ARISTÓTELES, 1964); a dos enciclopedistas; a dos filósofos sociais; e a dos cientistas sociais. Considerava a fase dos *cientistas sociais* como a mais importante, tendo sido ela que geraria efetivamente um novo ramo dentro das ciências humanas – as Ciências da Informação. Tudo começou com a tese de doutorado de George Gallup (1930), *An objective method for determining reader interest in the content of a newspaper*. Marques de Melo destacava ainda Harold Lasswell, Carl Hovland, Kurt Lewin, Wilbur Schramm e Jacques Kayser. Com isso, já se estava entrando na fase da *pesquisa integrada*. Se antes o fenômeno comunicacional era tratado sob um prisma isolado, a tendência passava a ser o trabalho de equipes multidimensionais. Dessa forma, se poderia chegar a situar melhor o processo de transmissão e de recuperação de informações, utilizando, segundo Ramiro Samaniego (1968), métodos mais refinados de indagação.

O autor apontava as principais causas para o rápido desenvolvimento da pesquisa em comunicação a partir de 1930. Uma era a *concorrência entre os meios* – que exigiam das empresas medidas racionais e não simplesmente intuitivas, principalmente no caso dos “auditórios invisíveis” (rádio e televisão). Além disso, os jornais, as revistas e o cinema consideravam insuficientes os dados de que dispunham para

aquilatar o grau de satisfação ou insatisfação dos receptores. Uma segunda causa eram *as repercussões geradas pela propaganda política* durante a Segunda Guerra Mundial, principalmente com a indiscutível eficiência da atuação do nazista Joseph Goebbels. Isso obrigou os norte-americanos a desenvolverem mecanismos de contrapropaganda para neutralizar os efeitos da ofensiva alemã. Uma terceira causa, por fim, eram as *transformações nos métodos de ensino superior*, que, combinando teoria, prática e pesquisa, propiciavam uma formação mais eficiente e uma atualização permanente das teorias científicas, segundo Raymond Nixon (1963).

O autor identificou também os métodos então utilizados. Em vigor até hoje, embora sempre mais aperfeiçoados, tratava-se dos seguintes: a *observação* (questionário e participação); o *registro mecânico* (por instrumentos que reduziam as possibilidades de deformação de respostas no caso do questionário e a negligência no da observação participante); a *experimentação* (controle de experiências jornalísticas, publicitárias etc.); e a *comparação* (avaliações na área da morfologia e do conteúdo de jornais e revista, por exemplo).

O estudo sistemático do fenômeno comunicacional

No Brasil, a pesquisa dos meios e processos de comunicação foi iniciada praticamente na década de 1940, quando se criaram *entidades privadas* como, entre outras, o Ibope e a Marplan, atuantes até hoje, com seus estudos regulares de audiência das mídias. Simultaneamente, também as empresas industriais formaram seus *departamentos de pesquisas de mercado*, nos quais as “genialidades” eram gradativamente substituídas por decisões fundamentadas em informações científicas. As *agências de propaganda* já costumavam realizar pesquisas sobre os efeitos de anúncios, mas não era uma prática comum. Também os *veículos de comunicação* não tinham tradição de pesquisa, que era feita apenas quando se tratava de resolver problemas imediatos.

Quanto às *universidades*, Marques de Melo destacava, como pioneira na implantação da mentalidade da pesquisa e no ensino dos métodos da área, a Universidade Católica de Pernambuco, com o Icinform. Em São Paulo, ela começaria a ter caráter regular com o mencionado Centro de Pesquisas da Comunicação Social, da Cásper Líbero. Concomitantemente, a então Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo preparava, em 1970, seu Centro de Pesquisas de Jornalismo Comparado, E a Universidade Federal do Rio de Janeiro passava a promover atividades de pesquisa, enquanto a Pontifícia Universidade Católica do então Estado da Guanabara criava um Laboratório de Comunicação Social e de Relações Públicas.

Nesse movimento das organizações universitárias, o autor ressaltava a expressiva influência exercida pelo Ciespal – Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina. Este, por meio de múltiplas iniciativas, buscava despertar o interesse pelo estudo sistemático dos fenômenos da comunicação coletiva, como instrumento eficaz para a instauração de um processo gradativo de mudanças sociais no continente.

Uma ponte entre a cultura massiva e a cultura popular

Citando principalmente Edgar Morin (1967) e Wilbur Schramm (1967), Marques de Melo fez uma substancial análise sobre cultura, mostrando, ao final, a comunicação como “o instrumento que assegura efetivamente a sobrevivência e a continuidade de uma cultura no tempo” (p. 111). Ele apontava a diferença sociológica entre a cultura clássica e a cultura popular, que já se mantinham numa posição intercomunicativa, mas equidistante. As barreiras começariam a ser demolidas, “em consequência do fenômeno da socialização promovida pelos meios de comunicação coletiva” (p.112). Criava-se uma *cultura de massas*, atuando como “ponte entre a cultura clássica e a cultura popular” (p.113).

Mas, quando a cultura de massas começou a se consolidar, surgiu uma série de reflexões temerosas em torno de seus efeitos. Consideravam muitos que a mídia coletiva não fazia senão promover uma entropia cultural, “en la cual los agentes de la manifestación aspiran precipitar al hombre-massa para hipostasiar su impotencia dialógica” (PASQUALI, 1963). Para Marques de Melo (p. 116), talvez essa posição do conhecido estudioso venezuelano contasse com o apoio da maioria dos cientistas sociais “se permanecesse válida aquela ideia do impacto todo-poderoso exercido pelos meios de comunicação coletiva”. Coube a Paul Lazarsfeld (1964) demolir essa concepção, mostrando que a cultura de massas, do ponto de vista da comunicação, está intimamente vinculada à cultura popular e dela depende para a sua afirmação. Para esse pesquisador, no processo de comunicação, a mensagem vai do comunicador ao “líder de opinião” e deste ao grupo receptor, recodificada por ele dentro do sistema de símbolos da cultura popular.

No Brasil já se davam então alguns passos na análise científica do processo da comunicação informal como instrumento de ligação entre cultura de massas e cultura popular. É aqui que entrava, como pioneiro, Luiz Beltrão (1965), com seu estudo do ex-voto como veículo jornalístico. Ampliando as suas buscas no patrimônio da cultura popular brasileira, ele acabaria configurando a *teoria da folkcomunicação*. Suas ideias

foram expostas no número inaugural da revista *Comunicações & Problemas* (1965) e depois aprofundadas em sua tese de doutoramento (1967), *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*⁴.

Na tese, Beltrão definiu a folkcomunicação como “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através dos agentes e meios ligados direta e indiretamente ao folclore”⁵. E dividia a nova área em: 1) Folkcomunicação Informativa, incluindo (a) a Informação Oral (cantadores, caixeiros-viajantes, motorista de caminhão) e (b) a Informação Escrita (folhetos, almanaques, folhinhas e livros de sorte); 2) Folkcomunicação Opinitiva (queima do Judas, serra dos velhos, carnaval, música popular, mamulengo, bumba-meu-boi, artesanato e artes plásticas populares).

Ciências da Informação

Como se sabe, Beltrão, cinquenta anos atrás, falava em Ciências da Informação. E Marques de Melo, em 1970, ou seja, sete anos depois da criação do Icinform, declarava sua opção por essa nomenclatura, como veremos mais adiante. Às Ciências da Informação ele dedicou um capítulo de destaque no livro (p.35-79), situando-as no tempo (breve roteiro histórico), sistematizando-as estruturalmente (classificação) e, por fim, definindo-as (conceituação).

De Gutenberg ao século das comunicações audiovisuais

Ao traçar o roteiro histórico dos estudos da informação (p. 37-47), Marques de Melo começava dizendo que vivíamos uma etapa revolucionária da

4. Em 1971, ele publicaria sua segunda parte, sob o título de *Comunicação e folclore*. A tese completa viria à luz em 2001, lançada pela Editora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

5. Em razão de problemas políticos, só em 1980, ele pôde expor em um âmbito maior a teoria da folkcomunicação, difundindo-a em sua obra *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*.

história da civilização. Quinhentos anos depois da grande invenção de Gutenberg (em 1439), apareciam novos recursos de difusão capazes de abalar o prestígio solidificado da imprensa e estávamos no “século das comunicações audiovisuais”. Isso tudo faria do século XX também “o século das Ciências da Informação”, que na década de 1930 adquiririam sua autonomia na área das ciências humanas.

Retroagindo no tempo, Marques de Melo menciona, bem rapidamente, os filósofos gregos do século III a. C., que, com o estudo da retórica, se ocuparam de um aspecto importante no processo de transmissão de informações: a persuasão. E, dando um grande salto, chega ao século XVIII, para encontrar nos enciclopedistas as origens das ciências da informação como disciplinas definidas.

A *Encyclopédie*, impressa entre 1751 e 1780, dividia o conhecimento humano em três setores: a Ciência de Deus; a Ciência do Homem; e a Ciência da Natureza. A Ciência do Homem incluía, além da Moral, a Lógica. Esta abarcava as ciências referentes ao processo da transmissão do pensamento, compreendendo duas grandes áreas: a Ciência do Instrumento do Discurso (Gramática) e a Ciência das Qualidades do Discurso (Retórica), secundadas pela Crítica, pela Pedagogia e pela Filologia.

Segundo Marques de Melo (p. 40-44), os enciclopedistas já visualizavam o fenômeno da transmissão de informações em toda a sua amplitude: da elaboração das mensagens (forma e estilo) à utilização de artifícios para conseguir os efeitos desejados (persuasão). Mas esse esquema restringia-se à comunicação interpessoal e deixava à margem a comunicação coletiva, que, com a incipiente popularização da imprensa, já apresentava relativa significação social

Só no século XX, com os estudos da informação coletiva sob o prisma das ciências sociais (Gabriel Tarde, Max Weber etc.), se chegaria à autonomia das Ciências da Informação. Isso ocorreria graças à revolução eletrônica promovida pelos veículos de comunicação audiovisual (rádio, cinema, televisão e outros meios modernos). Estes trouxeram consigo a necessidade de investigação exaustiva, por parte de pessoas e entidades que lidavam com informações, dos efeitos produzidos, utilizando métodos apropriados de pesquisa científica, como já vimos.

Marques de Melo destacava como decisivos, nessa marcha para a autonomia das Ciências da Informação, os trabalhos de estudiosos como: George Gallup (sondagens de opinião); Paul Lazarsfeld (efeitos dos meios); Kurt Lewin (comunicação grupal); Harold Lasswell (processos de propaganda política); Raymond Nixon (técnicas jornalísticas); Wilbur Schramm (leitura de jornais e características dos leitores); Jacques Kayser (análise comparada do jornalismo impresso);

e Otto Groth (leis da ciência jornalística). Os métodos de investigação mais utilizados na época eram aqueles identificados por Kafel (1961): método da observação ou evidência; método experimental; e método comparativo.

As ciências da informação em um novo contexto

Na década de 1970 ainda não havia, segundo Marques de Melo, qualquer preocupação em estabelecer uma “teoria geral” desse campo. O que alguns estudiosos citados buscavam era, sobretudo, encontrar “respostas imediatas a problemas imediatos” (JANOVITZ; SCHULZE, 1961) e caracterizar “métodos e técnicas das novas ciências” (KAFEL, 1961). Enfim, segundo Raymond Nixon (1963), “o principal [...] não é [não era] discernir se a comunicação coletiva é uma disciplina ou um campo de estudo, uma arte ou uma ciência, mas quanto e como mais rápido pode aperfeiçoar-se”. De qualquer maneira, já existiam algumas tentativas de classificar o novo grupo de ciências.

Marques de Melo (p. 49-52) analisou as de Nixon (1963), do Icinform (1965), do colombiano F. Gil Tovar (1967) e do brasileiro Naief Sáfady (1969). Tinha críticas em relação a todas elas. A de Nixon conteria contradições. A do Icinform seria apenas um esboço, sem a apresentação dos critérios adotados. A de Tovar não estaria levando em conta o estudo da comunicação entre as pessoas e entre os grupos na sociedade. A de Sáfady não teria clareza, sendo “a caracterização da Comunicação Coletiva e da Comunicação de Massas bastante nebulosa, não dando margem a qualquer distinção”.

O Icinform falava em Ciências do Comportamento (Psicologia Social, Sociologia, Antropologia Cultural, Direito, Ética, Política e Psiquiatria Social) e Ciências da Comunicação⁶ (Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas, Administração, Linguística, Artes, Educação e Estatística). Marques de Melo considerou essa classificação apressada e equivocada, porque Ciências do Comportamento, Administração e Artes seriam meramente auxiliares das Ciências da Comunicação.

6. Note-se que, tendo Ciências da Informação em seu nome, o Icinform, já em 1965, ou seja, cinco anos antes de vir à luz o livro de Marques de Melo, usava a terminologia Ciências da Comunicação.

O autor fazia então a *sua* “tentativa (sic) de uma nova classificação” (p. 52-54), partindo do seu “conceito estrutural” do processo de comunicação: a *transmissão de informações* – “atividade desenvolvida por pessoas ou entidades (comunicadores) no sentido de transmitir conteúdos (mensagens), utilizando instrumentos específicos (canais), destinados a outras pessoas, entidades ou coletividades (receptores); e a *recuperação de informações* – “recolhimento das mensagens transmitidas, reaproveitando-as para posterior difusão de novas mensagens”.

Ele tomava como base Gerhard Maletzke (1965), que identificava nas Ciências da Informação dois tipos: a Comunicação Privada – “dirigida exclusivamente a uma pessoa determinada ou a um número de pessoas definidas de maneira inequívoca”; e a Comunicação Pública – “aquela cujo círculo de receptores não está estreitamente delimitado nem claramente definido”. Com modificações terminológicas em Maletzke, Marques de Melo definia então dois tipos de transmissão: a Informação Interpessoal (individual ou grupal) e a Informação Coletiva. E estabelecia sua proposta de classificação das Ciências da Informação, que reproduzimos no Quadro 1.

Quadro 1 – Ciências da Informação

Transmissão de informações	Ciências da Informação individual ou grupal	Linguística
		Educação
		Folkcomunicação
	Ciências da Informação Coletiva	Jornalismo
		Propaganda
		Lazer
Recuperação de informações	Ciências Fontes de Informação	Documentação
		Estatística
		Cibernética

Fonte: Quadro montado por nós, com base em Marques de Melo (1970).

O autor falava ainda de “ciências afins”, algumas das quais mantinham mesmo ramos específicos dedicados ao estudo dos problemas da comunicação: Sociologia

da Comunicação, Psicologia da Comunicação, Direito da Comunicação, História da Comunicação etc.

Ciências da informação ou ciências da comunicação?

Quando Marques de Melo publicou seu livro, existiam duas maneiras de denominar esse campo de conhecimento de autonomia recente, usadas indiscriminadamente: Ciências da Informação (norte-americanos) e Ciências da Comunicação (franceses e Unesco), O autor (p. 55-79) adotava claramente a primeira nomenclatura, argumentando que, enquanto o termo *informação* assume um sentido nitidamente homogêneo, em seus vários aspectos (informar; tomar conhecimento de fatos; investigação; etc.), *comunicação* era um conceito mais amplo, que incluía a própria informação. Assim, ele procurava evitar a multiplicidade de significações inerentes ao termo *comunicação* e, sobretudo, pôr o foco no *objeto* (informação) das Ciências da Informação, tentando identificá-lo de forma inequívoca.

Feita essa ponderação, ele estabelecia *seu* conceito das Ciências da Informação, já mencionado, vendo-as, simplesmente, como o campo do conhecimento “que estuda o processo de transmissão e de recuperação de informações”. Seu núcleo básico seria a *informação* dentro do processo da *comunicação*. O que ele pretendia, com base em Carlos S. Fayt (1965), era “evitar que se confunda o objeto das Ciências da Informação com a análise científica de todo o processo da comunicação”. Em seguida (p. 58-79), delineava o campo específico de cada uma das ciências arroladas em sua classificação. Não explanaremos isso, só fazendo aqui algumas observações pontuais.

O que chamava a atenção na classificação e na conceituação de Marques de Melo era, por exemplo, o fato de ele já incluir entre as disciplinas a Folkcomunicação (estudo do “processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes do povo, através de agentes e meios ligados ao folclore”) e a Cibernética (estudo do processo de obtenção do máximo de informações com o mínimo de deformações”). Outro ponto era que o autor ainda desconsiderava as Relações Públicas, para ele apenas uma modalidade da Propaganda: enquanto esta faz persuasão para obter uma ação *imediate*, as Relações Públicas buscam uma ação *mediata*. Uma última observação é que, pelo menos sua classificação das Ciências da Informação, engendrada em 1970, na verdade, não passaria de mais uma “tentativa”, pois o que se começaria a im-

plantar logo depois seria bem diferente, embora permanecessem válidas as suas conceituações.

Hoje se acham claramente definidos *dois* campos distintos e o elenco de disciplinas que configuram cada um deles: as Ciências da Comunicação e as Ciências da Informação⁷ (ou Ciência da Informação, no singular). Na *graduação*, as *Ciências da Comunicação* incluem, basicamente: Jornalismo; Relações Públicas; Rádio e Televisão; Produção Editorial; Publicidade e Propaganda; Cinema e Vídeo. As *Ciências da Informação* englobam: Biblioteconomia, Arquivologia, e Museologia. (caso, por exemplo, da Escola de Ciência da Informação, da Universidade Federal de Minas Gerais), entre outras disciplinas, como Estatística, Ciência da Computação, Tecnologia da Informação etc.

Mas é na área da *pós-graduação* que, a nosso ver, se dá mais atenção à Ciência da Informação, podendo-se citar aqui o caso pioneiro da Universidade de São Paulo (USP). Esta começou a pós-graduação em *Ciências da Comunicação* com o Mestrado (1972), ao qual se seguiria o Doutorado (1980). Desde 1991, existia nesse programa uma área de concentração que, responsável pela Biblioteconomia, se chamava de Ciência da Informação e Documentação, o qual daria origem ao Programa de Pós-Graduação em *Ciência da Informação* (2006). Na ECA-USP, esses dois programas funcionam lado a lado com os de: Artes Visuais; Artes Cênicas; Meios e Processos Audiovisuais; e Música.

O que isso demonstra é que, nas universidades e escolas do país, por ora tanto as Ciências da Comunicação como as Ciências da Informação, geralmente, continuam sob o manto da Comunicação Social. Como ocorria em 1970, quando Marques de Melo falava apenas em Ciências da Informação, mas usava no título de seu livro o termo *Comunicação Social*.

Considerações finais

O livro *Comunicação social: teoria e pesquisa* era, na verdade, conforme se lia em cartaz de um evento realizado pela Intercom em 15 de junho último, o projeto

7. Mencione-se aqui, como exemplo bem explícito, fora de nosso país, o caso da SFSIC – Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (grifo nosso).

editorial pioneiro de Marques de Melo. Tratava-se do primeiro título da coleção de livros universitários que, denominada “Meios de comunicação social”, a Editora Vozes apresentou em 1970. A divulgação maciça da obra teve início a partir de abril desse ano, quando ela foi lançada na Universidade Católica de Pernambuco, onde o autor se graduara em Jornalismo.

A vasta relação de recortes guardados no arquivo pessoal do autor e no Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano “José Marques de Melo”⁸, dá conta do que esse livro significou nos primórdios do desenvolvimento da pesquisa em comunicação no Brasil. Disse o próprio autor, na entrevista concedida à revista *Pesquisa Fapesp* (Moura, 2012), que foi “o primeiro *best-seller* da comunicação no Brasil”, tendo chegado a vender 20 mil exemplares, em seis edições sucessivas. No final da década de 1970, ele suspenderia sua reedição, porque considerava defasado o conteúdo da parte empírica (“Pesquisa”).

Por ocasião do lançamento da obra, o repórter Anchieta Helcias fazia o seguinte registro no *Diário de Pernambuco*: “Cresceu, nos últimos anos, em nosso país, o interesse pelo estudo dos fenômenos da comunicação social. Faltava, entretanto, uma análise dos problemas de comunicação social, em nível teórico e científico, dentro de uma perspectiva nacional. Essa lacuna se preenche agora”. No dia 20/04/1970, o *Diário de Pernambuco* já incluía Marques de Melo na “lista das maiores autoridades em ciências da informação no Brasil”. Também o *Jornal do Commercio*, da mesma cidade, dava igual destaque ao autor e à obra. Depois disso, já no rastro do livro pioneiro, sua atuação na área da comunicação foi tendo um notável reconhecimento em muitos veículos do país e do exterior.

Luiz Beltrão, em artigo publicado concomitantemente no *Correio Braziliense*, destacava “a honestidade, a persistência e a agudeza” com que o autor dissecava e analisava os fenômenos da atividade comunicativa, “buscando surpreender-lhe os métodos e efeitos para sobre esses dados construir ou reforçar a teoria”. E assinalava que sua prolífica produção não representava uma “improvisação fácil das estrelas do momento, mas uma construção metódica e consciente, em que não se aceitam dogmas, mas proposições”.

Dois anos depois, em 10/12/1972, com a perspicácia do mestre que se orgulhava do avanço obtido pelo discípulo, Beltrão faria no mesmo *Correio*

8. Criado, em homenagem ao autor, pela Universidade Metodista de São Paulo (São Bernardo do Campo, SP).

Braziliense este expressivo comentário, já colhendo os ecos de outras obras lançadas pelo autor, como *Comunicação, opinião, desenvolvimento* (1971) e *Estudos de jornalismo comparado* (1972): “Poucos mestres de comunicação no país têm desenvolvido estudos e pesquisas da importância e em ritmo de um verdadeiro *scholar* como José Marques de Melo, importância que se mede pela repercussão do seu nome e pela frequência com que citam os seus trabalhos estudiosos nacionais e estrangeiros”⁹.

Não podemos deixar de concordar com Beltrão, ao final deste trabalho, no qual nos foi possível detectar como esse jovem, com apenas 27 anos de idade, já se revelava um pesquisador competente e muito didático, como tem sido até hoje. Por isso, essa obra não é apenas um trabalho pioneiro *sobre teoria e pesquisa*, mas também *de teorização e investigação* por parte do autor. Se outro mérito não tiver nosso artigo, acreditamos que, pelo menos, demos aos leitores a oportunidade de conhecerem, embora parcialmente, como se via essa temática nos primórdios das Ciências da Comunicação no Brasil.

Referências

ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. São Paulo: Difel, 1964.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

_____. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Comunicação e folclore**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

9. Sobre a repercussão da obra de Marques de Melo publicamos um artigo na revista *Comunicação & Sociedade* (KUNSCH, 2000), o qual, com ligeiras atualizações, foi republicado no corrente ano (KUNSCH, 2013).

_____. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias..Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, 1967.

_____. O ex-voto como veículo jornalístico. **Comunicações & Problemas**, Icinform, Recife, v. 1, n. 1, 1965.

C&P – **Comunicações & Problemas**, UCP/Icinform, Recife, v. 1, n. 1, jul. 1965.

FAYT, Carlos S. **Ciencia política y ciencias de la información**. Buenos Aires: Omeba, 1965.

GALLUP, George. H. **An objective method for determining reader interest in the content of a newspaper**. Thesis (PhD in Psychology) – University of Iowa, 1930.

JANOWITZ, Morris; SCHULZE, Robert: Tendances de la recherche dans le domaine des communications de masse. **Communications**, Centre d'Études des Communicatons de Masse, Paris, n. 1, p. 16-37, 1961.

KAYSER, Jacques. **El periódico**: estudios de morfología, de metodología y de prensa comparada. Quito: Ciespal, 1964.

KAFEL, Mieieczyslaw. **Teoría y práctica de la prensa**. Quito: Ciespal, 1961.

KUNSCH, Waldemar Luiz. Comunicação social – teoria e pesquisa: trinta anos de uma obra pioneira. **Comunicação & Sociedade**, a. 22, n. 34, p. 190-208, 2. sem. 2000.

_____. Comunicação social – teoria e pesquisa: quase meio século de uma obra pioneira. In: ARAGÃO, Iury Parente; MORAIS, Osvando J. de; JACONI, Sônia. *Fortuna crítica de José Marques de Melo*. Vol 2. **Teoria e pedagogia da comunicação**. São Paulo: Intercom, 2013. p. 141-155.

KÜNSCH, Dimas A. No princípio era a pesquisa em comunicação. In: ARAGÃO, Iury Parente; MORAIS, Osvando J. de; JACONI, Sônia. *Fortuna crítica de José Marques de Melo*. Vol 2. **Teoria e pedagogia da comunicação**. São Paulo: Intercom, 2013. p. 17-28.

LAZARSELD, Paul. **Os meios de comunicação coletiva e a influência pessoal**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964.

MALETZKE, Gerhard. **Sociología de la comunicación colectiva**. Quito: Ciespal, 1965.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Teoria científica da cultura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1962.

MARQUES DE MELO, José. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972.

_____. **Comunicação, opinião e desenvolvimento**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1971.

_____. **Comunicação social: teoria e pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1970.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro: Forense, 1967.

MOURA, Mariluce. A prima pobre das ciências sociais. [Entrevista com José Marques de Melo]. **Pesquisa Fapesp**, n. 201, p. 4-13, nov. 2012.

NIXON, Raymond. **Investigaciones sobre comunicación colectiva: rumbo y tendencias**. Quito: Ciespal, 1963.

PASQUALI, Antonio. **Comunicación y cultura de masas**. Caracas: Biblioteca Central de Venezuela, 1963.

SÁFADY, Naief. Comunicação. **O Estado de S. Paulo**, Suplemento Literário, [s. d.], 1969.

SAMANIEGO, Ramiro. **Manual de investigaciones por encuestas en la comunicación**. Quito: Ciespal, 1968.

SCHAFF, Adam. A essência do problema de comunicação. In: **Introdução à semiótica**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

SCHRAMM, Wilbur A. O desenvolvimento das comunicações e o processo de desenvolvimento. In: **Comunicações e desenvolvimento político**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

TOVAR, F. Gil. **Introducción a las ciencias de la comunicación social**. Bogotá: Editorial El Voto Nacional, 1967.

11.

Artemídia Devolvente: Capitão “Shazam!”, Cadê Você?

Pelópidas Cypriano PEL¹

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

MOYA, Álvaro de. **SHAZAM!** [1971]. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1977. 344p.

SHAZAM?

Em 2013, a expressão “shazam” é mais interrogação do que a exclamação que já foi outrora. Esse fato é um bom motivo para se ler ou reler o livro

-
1. Cineasta. Bacharelado em Comunicação Social – CINEMA (ECAUSP1985), mestrado (1989) e doutorado (1992) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Atualmente é professor adjunto (livre-docente) da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. É avaliador institucional e de cursos do SINAES e CEE, com atuação em EAD (Educação à Distância). Líder do Grupo de Pesquisa ARTEMÍDIA E VIDEOCLIP. Coordenador do [ALICE] Atelier-Laboratório de Imagem Cinética Eletrônica. Utiliza a Cibernética Pedagógica Freinetiana. E-mail: pelopidascypriano@gmail.com, pel@ia.unesp.br

“SHAZAM!”, escrito por Álvaro de Moya e outros colaboradores. É um “clássico” sobre o tema História em Quadrinhos (HQ) desde sua publicação em 1971 pela Editora Perspectiva, a qual ainda disponibiliza no seu catálogo de internet (<http://www.editoraperspectiva.com.br>) exemplares da terceira edição de 1977.

O título escolhido pelo autor revela o estilo “sério, porém bem humorado” dos pesquisadores pioneiros na abordagem do tema “comics”. Há muito mistério e confusão em torno dessa poderosa palavra “Shazam”. Diz a lenda, no universo HQ, “que é Shazam” um acrônimo de nomes e poderes: **S**alomão (sabedoria), **H**ércules (vasta força física), **A**tlas (resistência, invulnerabilidade), **Z**eus (poder), **A**quiles (coragem) e **M**ércurio (velocidade, capacidade de voo). A confusão acontece por conta de “quem é Shazam” (os personagens Mago Shazam e Capitão Marvel) e “de quem é Shazam” (editoras Fawcett Comics e DC Comics).

E ... **Shazam!** ... num passe de mágica os poderes dessa palavra são transferidos para o universo tanto do leitor habitual de quadrinhos quanto do leitor acadêmico.

O livro é “profusamente ilustrado”, para usar uma expressão editorial de época, contendo algumas reproduções coloridas e muitas em preto e branco. Resulta uma obra que faz uso da metalinguagem ao narrar sua história das histórias em quadrinhos com o recurso da visualização de imagens antológicas. Esses personagens e cenários dos quadrinhos desfilam nas páginas de texto acadêmico instigando a imaginação do leitor.

A leitura é plurívoca, interessando a vários tipos de leitor: o colecionador de HQ, o devorador de quadrinhos, o saudosista de gibi, o perito em mangá/animê/animatic/game/machinima/hqtrônica, o experiente pesquisador, o iniciante acadêmico. Cada leitor navegará por uma, ou mais, das possíveis camadas de informação.

Capitão “SHAZAM!”, cadê você?

Meu herói: Capitão “Shazam!”. Esse herói só existe na minha imaginação, eu o criei especialmente para dizer neste texto que sou, cada vez mais, fã desse livro de Álvaro de Moya e sua “liga de paladinos da HQ”. Desde que fui escolhido para fazer uma exposição dessa obra no Ciclo de Conferências do Projeto “50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo”

fiquei bastante honrado por conta do apreço que tenho pelas pessoas em torno desse tema, as quais estão também ligadas à obra em questão.

Na aflição de buscar o porquê ler e reler essa obra nos dias de hoje, exclamei: Capitão Shazam, cadê você?

Eu precisava reencontrar meu herói! Estava determinado em meu propósito, porém em conflito na maneira de cumprir a missão: como um admirador (não exatamente aficionado de HQ) ou como um pesquisador (não especificamente do tema HQ)? Saí, então, em busca por vários universos. Reli o livro de várias maneiras, naveguei pela internet, conversei com pessoas, revi o passado, observei o presente, reprognotiquei o futuro, enfrentei obstáculos e finalmente encontrei um caminho para a minha saga, o qual denominei “Artemídia Devolvente”. A peregrinação fez a revelação: eu procurava devolver um pouco do muito que tivera. Eu queria ser arauto dessa epopeia, queria poder anunciar os feitos dessa gente grande que tanto fez pela HQ, queria compartilhar (para usar um comportamento das redes sociais), queria manter o poder de essa obra influenciar alguém (assim como por ela fui permanentemente influenciado).

O relato dessa saga foi organizado segundo estrutura de resenha influenciada pelas lições sobre argumento para história em quadrinho. Ao estilo das narrativas com imagens sequenciadas, cada capítulo (*Aventura em SHAZAM!*) apresenta os guerreiros (*Alter ego*) com as respectivas qualificações transcritas do livro (*Espécie*) em trecho de citação (*A lenda*) na defesa da HQ (*Causa*), destacando seu estilo de luta (*Habilidades*) em justaposição a cenários futuros à edição (*Aparição posterior*).

Aventura em SHAZAM!: Prefácio (p. 9-11)

Alter ego: LUIZ GASCA

Espécie: Jornalista, autor do livro *Tebeo – cultura de massas*

A lenda: “Com Alvaro de Moya e sua equipe, o leitor será introduzido num mundo fascinante e ocasionalmente menosprezado. Um mundo que vale a pena ser vivido e recordado.” (p. 11)

Causa: reconhecer paladinos da HQ

Habilidades: pioneirismo na pesquisa em HQ

Aparição posterior: http://es.wikipedia.org/wiki/Luis_Gasca “Llegó a ser Secretario General Adjunto de la Asociación Internacional de Críticos del Cómic y de la Federación Internacional de Centros de Investigación del Cómic.”

Enquanto isso, em outro ponto da linha do tempo da HQ, eu apresentava meu primeiro trabalho acadêmico na ECA USP intitulado “Capitão América, cadê

“você?”, fortemente fascinado e estimulado pela leitura indispensável (entre entusiastas dos quadrinhos) de Shazam! – um mundo que valia a pena ser vivido.

Aventura em SHAZAM!: Era uma vez um menino amarelo (p. 15-96)

Alter ego: ÁLVARO DE MOYA

Espécie: professor de Comunicações da USP, autor, diretor e produtor de Televisão e Cinema

A lenda: “Em 18 de junho de 1951, com grande estardalhaço na imprensa (na verdade muito maior do que a exposição, pois nós trabalhávamos em jornal e tínhamos muitos amigos no rádio e na televisão), abrimos a Primeira Exposição Internacional de Histórias em Quadrinhos. Esse título pomposo foi resultado da carta de um dos artistas americanos que nos confessou ser a primeira vez a lhe pedirem um original para dependurar numa parede numa exposição de arte.” (p. 16)

Causa: abrir caminhos na defesa da HQ

Habilidades: ensinar pelo exemplo

Aparição posterior: <http://comix.com.br/blog/?p=13690> “O mais cultuado pesquisador de quadrinhos do Brasil, Álvaro de Moya, lança livro que comemora os 60 anos da 1ª Exposição Mundial de Quadrinhos, realizada em São Paulo.”

Aventura em SHAZAM!: Os dilemas do Fantasma e do Capitão América (p. 97-102)

Alter ego: JÔ SOARES

Espécie: autor, ator e diretor de TV e teatro

A lenda: “Em verdade, só duas saídas existem: ou o Capitão América evocando suas glórias passadas desperta novamente o antigo chauvinismo felizmente adormecido no coração dos jovens, ou terá que travar uma luta solitária e suicida nos pantanais do Vietnã.” (p. 102)

Causa: questionar HQ

Habilidades: polemizar

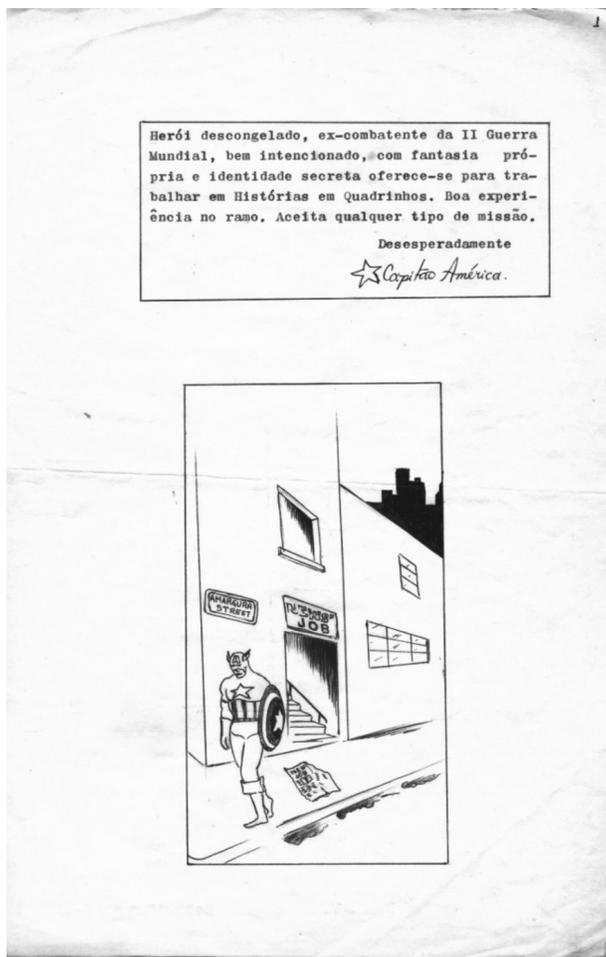
Aparição posterior: <http://planetamongo.wordpress.com/tag/jo-soares/>

“Reli o capítulo de autoria de Jô Soares no livro *Shazam!* de Álvaro de Moya (série Debates; Editora Perspectiva), onde ele escreve sobre o ressurgimento do *Capitão América* e suas conseqüências.”

Enquanto isso, eu estava absolutamente fascinado com a descoberta de pesquisa no mundo da HQ, tirando desse capítulo o tema do primeiro trabalho

para a disciplina Biblioteconomia e Bibliografia, ministrada pelo Professor Luís Augusto Milanesi, no primeiro semestre de 1982. Senti-me encorajado a desenhar uma espécie de epígrafe, numa suposta situação do Capitão América desempregado, conforme reprodução (Figura 1) da página 1 do trabalho “Capitão América, Cadê Você?”.

Figura 1 – Exemplo de epígrafe ao estilo HQ inspirada na página 3 do livro Shazam!



Aventura em SHAZAM!: Os quadrinhos e a comunicação de massa (p. 103-114)

Alter ego: HARON COHEN e LAONTE KLAWA

Espécie: arquitetos, professores da FAAP

A lenda: “Especificamente para o assunto sobre o qual discursaremos, a Revolução Industrial estabelece um limite pelo menos inicial, na gênese nas historietas, pois é no mapa desse período que o marco do ano zero da história das estórias em quadrinhos foi estabelecido.” (p. 104)

Causa: interpretar HQ no contexto da comunicação de massa

Habilidades: ensinar pelo exemplo

Aparição posterior: <http://linconcevableunivers.blogspot.com.br/2011/10/fo-lheto-iade-1969-haron-cohen-e-laonte.html>

Aventura em SHAZAM!: Desde a pré-história até MacLuhan (p. 115-120)

Alter ego: Dr. JOSÉ A. GAIARSA

Espécie: psiquiatra, autor do livro *A Juventude diante da vida e do amor*

A lenda: “Os acadêmicos são muito chatos, muito sem imaginação e sem senso de humor. Eles dizem que os desenhos famosos das cavernas pré-históricas – que foram a primeira história em quadrinhos que já se fez – eram ‘um ensaio de controlar mágicamente o mundo’, em particular a caça.

Ora, acontece que esses desenhos controlavam mesmo a realidade e eram mágicos – sem mais.” (p. 115)

Causa: registro da psicologia aplicada a HQ

Habilidades: abordar a alma humana

Aparição posterior: http://pt.wikipedia.org/wiki/José_Ângelo_Gaiarsa

Aventura em SHAZAM!: Elementar, meu caro Freud (p. 121-136)

Alter ego: Dr. PAULO GAUDÊNCIO

Espécie: psiquiatra, produtor e apresentador de TV

A lenda: “Dentre os inúmeros aspectos que podem ser estudados no campo da história em quadrinhos, o psicológico surge como um dos mais importantes e interessantes.” (p. 121)

Causa: registro da psicologia aplicada a HQ

Habilidades: abordar a alma humana

Aparição posterior: <http://www.paulogaudencio.com.br/>

Aventura em SHAZAM!: Pedagogia e quadrinhos (p. 137-170)

Alter ego: Prof. AZIS ABRAHÃO

Espécie: professor de Pedagogia (capítulo extraído do no. 15 da *Revista Pedagógica*)

A lenda: “Duas posições geralmente se apresentam, extremas e radicais, no tocante à apreciação da literatura em quadrinhos:

a) De um lado, aparecem os incondicionais defensores [...]

b) No pólo, oposto, situa-se intransigentemente a legião dos que, com implacável fúria, se arremetem contra as históricas em quadrinhos [...]

Nem tanto ao mar, nem tanto à terra... Qualquer uma daquelas posições extremas se torna insustentável, dados os aspectos muito complexos, tanto negativos como positivos, da literatura em quadrinhos.” (p. 137-138)

Causa: defesa da utilização de HQ no ensino-aprendizagem

Habilidades: ensinar pelo exemplo

Aparição posterior: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP11_santos_roberto.pdf

Aventura em SHAZAM!: As taradinhas dos quadrinhos (p. 171-182)

Alter ego: ÁLVARO DE MOYA

Espécie: professor de Comunicações da USP, autor, diretor e produtor de Televisão e Cinema

A lenda: “Se os heróis, sob a alegação de excesso de trabalho, não satisfaziam suas mulheres, quando estas passaram a heroínas, mostraram claramente que a atividade sexual faz parte integrante da aventura, entregando-se dadiosamente a torto e a direito a mocinhos e bandidos, sem preconceito nenhum.” (p. 180)

Causa: pensamento audacioso

Habilidades: ensinar pelo exemplo

Aparição posterior: <http://primeboxbrazil.tv.br/BoxBrazil/PrimeFilme.aspx?f=152> talvez o diretor Gerard Dominó espelhe o mesmo espírito bem humorado desse capítulo...

Aventura em SHAZAM!: Space-comics: Um esboço histórico (p. 183-195)

Alter ego: SÉRGIO AUGUSTO

A lenda: “Como se sabe, a Terra é azul porque Flash Gordon assim o disse em 1933.” (p. 183).

Espécie: jornalista, da Editora Abril e JB

Causa: registro da ficção

Habilidades: navegação no tempo ficcional

Aparição posterior: http://pt.wikipedia.org/wiki/Sérgio_Augusto

Aventura em SHAZAM!: História (dos quadrinhos) no Brasil (p. 197-236)

Alter ego: ÁLVARO de MOYA e REINALDO DE OLIVEIRA

Espécie: professor de Comunicações da USP, autor, diretor e produtor de Televisão e Cinema

A lenda: “Há certeza que daremos um jeitinho de fazer quadrinhos brasileiros...” (p. 236)

Causa: registro da história da HQ

Habilidades: ensinar pelo exemplo

Aparição posterior: <http://www5.usp.br/34235/trajetoria-da-pesquisa-em-hqs-no-brasil-e-tema-de-lancamentos-da-eca/> “O livro *Os Pioneiros no Estudo de Quadrinhos no Brasil* reúne testemunhos dos pesquisadores que compuseram a mesa de abertura das Primeiras Jornadas: Álvaro de Moya, Antonio Luiz Cagnin, Moacy Cirne, Sonia Bibe Luyten e Waldomiro Vergueiro, que é um dos líderes do Observatório. Além deles, há também no livro um relato do professor José Marques de Melo, um dos grandes nomes dos estudos em comunicação no país.”

Aventura em SHAZAM!: História em quadrinhos e seu argumento (p.237-260)

Alter ego: ENRIQUE LIPSYC

Espécie: diretor da Escola Panamericana de Arte (capítulo extraído de seu livro *La historieta mundial*)

A lenda: “Um argumento para história em quadrinhos contém pelo menos um problema a resolver, algum obstáculo à solução do problema, uma crise na tensão dramática e um apogeu, ou, seguindo o apogeu, um desenlace ou explicação. Os melhores argumentos são aqueles em que a solução é a consequência lógica dos fatos que aconteceram no começo da história.” (p. 238-239)

Causa: ensinar a construir HQ

Habilidades: mago formador de aprendizes de feiticeiro

Aparição posterior: <http://www.escola-panamericana.com.br/escola/blog/tag/enrique-lipsyc/#.UmKNiqre6QE>

Aventura em SHAZAM!: Muito obrigado, Sr. Johann Gutemberg (p. 261-268)

Alter ego: REINALDO DE OLIVEIRA

Espécie: produtor gráfico

A lenda: “Uma página de história em quadrinhos não é mais que um desenho, como outro qualquer, que só poderá ser visto por uma minoria de pessoas, se não for mecânicamente reproduzido nos milhares de exemplares de que se compõe uma edição de revista.” (p. 261)

Causa: produção gráfica de HQ

Habilidades: ensinar pelo exemplo

Aparição posterior: http://www.guiadosquadrinhos.com/artistabio.aspx?cod_art=6766

Aventura em SHAZAM!: Onomatopéias nas histórias em quadrinhos (p. 269-306)

Alter ego: NAUMIM AIZEN

Espécie: diretor da EBAL

A lenda: “Procurou-se, neste trabalho, fazer um pequeno levantamento de tudo o que há de mais importante sobre onomatopéia, não somente nas histórias em quadrinhos, mas também em vários campos de linguagem.” (p. 269)

Causa: “Hum... (reflexão)” (p. 303)

Habilidades: “Vapt! (objeto zunindo no ar e atingindo o alvo)” (p. 305)

Aparição posterior: <http://pt.wikipedia.org/wiki/EBAL>

Aventura em SHAZAM!: Cronologia (p. 307-318)

Alter ego: ÁLVARO de MOYA

Espécie: professor de Comunicações da USP, autor, diretor e produtor de Televisão e Cinema

A lenda: “1970 [...]” (p. 318)

Causa: registro no tempo

Habilidades: navegação no tempo

Aparição posterior: http://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2012/11/026-033_Entrevista_201.pdf na entrevista concedida por José Marques de Melo “Formei várias equipes, por exemplo, uma que estudava o conteúdo das histórias em quadrinhos e perguntavam: ‘Mas histórias em quadrinhos?’ Só tem porcaria...”

Aventura em SHAZAM!: Bibliografia (p. 319-321), “Agradecemos a colaboração” (p. 322), Índice-remissivo (p. 323-339) e “Coleção Debates” (p. 341-344)

Alter ego: SUPERLIGA DE PALADINOS DA HQ

Espécie: colaboradores desse livro diretamente elencados (páginas 5 e 322) e citados nos textos e imagens

A lenda: “A suivre

To be continued

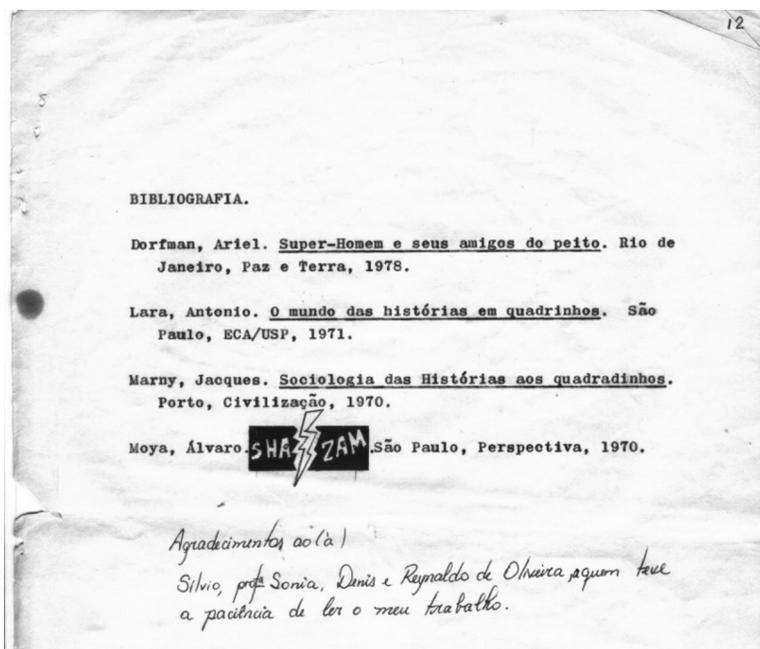
Continua no próximo livro” (p.344)

Causa: manter acesa a chama da Superliga de Paladinos da HQ

Habilidades: organizar a Superliga de Paladinos da HQ

Aparição posterior: Texto para publicação no Projeto “50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo” promovido pela FAPESP / INTERCOM, em parceria com ECA-USP, Cátedra UNESCO/UMESP, tendo apoio de TV UNESP / LABJOR-UNICAMP / FACASPER / ESPM. Enquanto isso, influenciado pelas posturas dos paladinos da HQ eu ensaiava minhas transgredções, conforme apresentado na reprodução (Figura 2) da página 12 do trabalho “Capitão América, Cadê Você?”, no qual destaquei o título da publicação com um desenho da onomatopéia SHAZAM e posicionei os “agradecimentos” com escrita à mão livre no final do trabalho datilografado.

Figura 2 – Exemplo de monografia contendo “não conformidade” com a NBR 6023 e NBR 14724



Aventura em SHAZAM!: Quarta Capa e Imagens fora de capítulos (p. 3, 12, 13, 14, 114, quatro páginas coloridas entre 120-121, 196, quatro páginas coloridas entre 264-265)

Alter ego: EDITORA PERSPECTIVA

Espécie: Coleção Debates, dirigida por J. Guinsburg, Equipe de realização – Projeto gráfico: Reinaldo de Oliveira; Produção: Plínio Martins Filho

A lenda: “Os comics converteram-se em alimento de consumo de massa para os cidadãos de todo o mundo, influenciando na sua cultura, sua língua e seus costumes, modelando seus gostos e suas inclinações. Por isso mesmo constituíram-se em um dos principais objetos de análise e estudo no domínio das comunicações, já tendo suscitado volumosa bibliografia internacional, à qual vem juntar-se agora a valiosa contribuição brasileira que Álvaro de Moya organizou com inteligência.”

Causa: divulgação compatível com a época da terceira edição

Habilidades: magos da metalinguagem

Aparição posterior: <http://www.editoraperspectiva.com.br/index.php?apg=cat&npr=268>

Aventura em SHAZAM!: Desambiguação na Wikipedia

Alter ego: WIKIPEDIA

Espécie: Inteligência Coletiva

A lenda: “Shazam pode ser:

- Shazam - álbum da banda britânica The Move.
- Mago Shazam - personagem originalmente da Fawcett Comics, e adquirido pela DC Comics. Ele é responsável pelos poderes do Capitão Marvel (DC Comics)
- O nome da revista do Capitão Marvel (DC Comics) nos anos 70, assim como também sua série de TV e desenho animado (implicando assim a muitos leigos confundirem o nome do herói com o mago que concede seus poderes);
- Um personagem da extinta série brasileira de TV - Shazam, Xerife & Cia..
- Shazzan - um personagem da Hanna-Barbera, já foi também chamado de *Shazam*, o *Gênio*
- Shazam, o software de estatística.”

Causa: inserção na página de desambiguação da Wikipedia do verbete ‘Shazam!’ – livro clássico sobre quadrinhos organizado por Álvaro de Moya nos anos 70’

Habilidades: magos da cybercultura

Aparição posterior: http://pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro_de_Moya “Seu livro, *Shazam!*, de 1970, é, sem sombra de dúvida, o maior livro sobre quadrinhos

do país. O livro não se resume apenas a fazer uma pesquisa sobre a história dos HQs, mas conta com a colaboração de especialistas que debatem acerca da influência pedagógica e psicológica dos quadrinhos e a sua influência na cultura, tratando as HQs não somente como puro entretenimento, mas sim como um meio de comunicação que merece atenção por parte dos acadêmicos.”
Moral da História: ler e reler Shazam! para se enquadrar na história da pesquisa em HQ.

Referências

BLOG Panamericana. **A idéia Panamericana 50 anos**. Postado em 19 abril 2013. Disponível em: <<http://www.escola-panamericana.com.br/escola/blog/tag/enrique-lipszyc/#.UmKNiqre6QE>>, acesso em 20/10/13.

CONEXÃO COMIX. **A Reinvenção dos quadrinhos Álvaro de Moya**. Disponível em: <<http://comix.com.br/blog/?p=13690>>, acesso em 20/10/13.

EDITORAPERPECTIVA Catálogo Livro Shazam! Álvaro de Moya. Disponível em: <<http://www.editoraperspectiva.com.br/index.php?apg=cat&npr=268>>, acesso em 20/10/13.

GUIA DOS QUADRINHOS. **Reinaldo de Oliveira**. Disponível em: <http://www.guiadosquadrinhos.com/artistabio.aspx?cod_art=6766>, acesso em 20/10/13.

INSTITUTO Paulo Gaudêncio. Disponível em: <<http://www.paulogaudencio.com.br/>>, acesso em 20/10/13.

L'INCONCEVABLE UNIVERS. **Folheto iadê 1969, Haron Cohen e Laonte Klawa**. Postado por Leo Fink, 20 outubro 2011. Disponível em: <<http://linconcevableunivers.blogspot.com.br/2011/10/folheto-iade-1969-haron-cohen-e-laonte.html>>, acesso em 20/10/13.

MOURA, Mariluce. **A prima pobre das ciências sociais (Entrevista com José Marques de Melo)**. Revista Pesquisa FAPESP 201, novembro 2012. p. 26-33. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2012/11/026-033_Entrevista_201.pdf>, acesso em 20/10/13.

PEL, Pelópidas Cypriano. **Capitão América, cadê você?** São Paulo: ECA USP, 1982. 12p. (Trabalho realizado na disciplina Biblioteconomia e Bibliografia. Professor: Luís Augusto Milanese).

PRIMEBOXBRAZIL TV. **A B... Profunda**. Disponível em: <http://primeboxbrasil.tv.br/BoxBrazil/PrimeFilme.aspx?f=152>, acesso em 20/10/13.

RIBEIRO JR., Valdir. **Trajetória da pesquisa em HQs no Brasil é tema de lançamentos da ECA**. São Paulo: USP Online Destaque, 4 de outubro e 2013. Disponível em: <http://www5.usp.br/34235/trajetoria-da-pesquisa-em-hqs-no-brasil-e-tema-de-lancamentos-da-eca/>, acesso em 20/10/13.

SANTOS, Roberto Elísio dos. A história em quadrinhos na sala de aula. In: INTERCOM – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: BH/MG, 2 a 6 setembro 2003. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP11_santos_roberto.pdf, acesso em 20/10/13.

UM BLOG NO PLANETA MONGO. **Assim no Iraque como no Vietnã**m. Por Francisco, 23 fevereiro 2007. Disponível em: <http://planetamongo.wordpress.com/tag/jo-soares/>, acesso em 20/10/13.

WIKI Álvaro de Moya. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro_de_Moya, acesso em 20/10/13.

WIKI Capitão Marvel. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Capitão_Marvel_\(DC_Comics\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Capitão_Marvel_(DC_Comics)), acesso em 20/10/13.

WIKI DC Comics. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/DC_Comics, acesso em 20/10/13.

WIKI EBAL. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/EBAL>, acesso em 20/10/13.

WIKI Fawcett Comics. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Fawcett_Comics, acesso em 20/10/13.

WIKI José Ângelo Gaiarsa. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/José_Ângelo_Gaiarsa, acesso em 20/10/13.

WIKI Luis Gasca. Disponível em: <http://es.wikipedia.org/wiki/Luis_Gasca>, acesso em 20/10/13.

WIKI Mago Shazam. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mago_Shazam>, acesso em 20/10/13.

WIKI Sérgio Augusto. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Sérgio_Augusto>, acesso em 20/10/13.

WIKI Shazam. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Shazam>, acesso em 20/10/13.

12.

Uma coletânea influente: *Comunicação e Indústria Cultural,* de Gabriel Cohn¹

Maria Immacolata Vassallo de Lopes²
ECA-USP – Escola de Comunicação e Artes
da Universidade de São Paulo

-
1. Adaptação da transcrição da fala realizada no dia 16 de agosto de 2013, na Fapesp, dentro do Ciclo de Conferências 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo.
 2. Professora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Coordena o Centro de Estudos de Telenovela da USP e o Centro de Estudos do Campo da Comunicação da USP. Criadora e coordenadora da rede de pesquisa internacional OBITEL–Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva e da rede de pesquisa OBITEL–Brasil. Presidente de IBERCOM – Associação Ibero-Americana de Comunicação (2012–2015). Diretora de MATRIZES, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. Membro da Comissão Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Foi representante da área de Comunicação no CNPq (2004–2007). Membro do Conselho Curador da INTERCOM como ex-presidente da entidade.

Dividimos e relacionamos o saber de três modos distintos: intelectualmente como disciplinas; organizacionalmente como estruturas corporativas; e culturalmente como comunidades de estudiosos que compartilham certas premissas básicas.

Immanuel Wallerstein(1996)

É um grande prazer, um duplo prazer que me traz aqui hoje. O convite e o tema. O prazer de atender ao convite que vem dentro de uma perspectiva que o professor Marques de Melo já nos acostumou, na nossa área, de ser ambicioso e de fazer grandes propostas, grandes desafios. E no presente projeto está a questão do *pensamento uspiano*. O outro grande prazer é falar de Gabriel Cohn, um dos mais legítimos representantes da chamada “Escola Paulista de Sociologia” e de sua coletânea seminal *Comunicação e Indústria Cultural*³

Mas, antes eu queria situar um pouco o Gabriel a partir de uma perspectiva de história do campo das Ciências Sociais e Humanas. Como o próprio Gabriel, são figuras que integram um projeto de estudos dentro da FFLCH da USP. Cito como exemplos, João Batista Borges Pereira, Ecléa Bosi, Carlos Guilherme Mota, João Alexandre Barbosa. E todos eles atendendo a esse grande projeto que sempre existe nas ciências, feito por pesquisadores, ao mesmo tempo, realistas e visionários, com uma visão muito enraizada no seu tempo de maneira a poder colocar, firmar certos programas de estudo de largo fôlego e de longo prazo, em compasso com a vivência do país. Isso tudo começa com Florestan Fernandes, depois com os discípulos dele, principalmente, Octavio Ianni, e passa a uma terceira geração que é a do Gabriel Cohn.

Esse projeto parte de duas questões fundamentais. A primeira é a qualidade da pesquisa social. Estou falando da década de 1950 na chamada “Fefelech”, onde

3. Gabriel Cohn (org). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1973.

a questão do modelo dessa pesquisa passa pelo ensino e pela investigação e está consubstanciada num livro do Florestan Fernandes chamado *Fundamentos Empíricos da Explicação Sociológica*⁴. Ora, não são fundamentos empíricos da Sociologia, mas da Ciência. Toda ciência, para chegar a uma explicação deve ter fundamentação empírica. Esse título serviu de horizonte, de orientação para muita gente, de geração em geração. Emergiu primeiro na FFLCH, e depois em outras unidades de Humanas na USP. Daí nucleou-se essa visão de fazer Ciência.

E a segunda questão é a visão da realidade, do que está acontecendo, como dizia Dufrenne, do presente para o futuro. Então, vejam, Florestan falava de um programa de estudos para a sociedade brasileira, voltar a sociologia para o Brasil. Com grandes linhas de pesquisa: urbanização, industrialização, relações de classe, relações raciais, migrações, educação, cultura popular (os folguedos, os estudos que ele fez com Roger Bastide), e, finalmente, também a cultura de massa. Quer dizer, é um grande projeto de estudo do Brasil. Aquilo que a gente poderia chamar de uma grande agenda de pesquisa do País.

Onde entra então, nesse contexto, o nosso Gabriel Cohn? Claro, dentro desse cenário institucional e, principalmente, da efervescência do dia a dia dos estudos dos centros de pesquisa. Eu mesma, como aluna estagiária, fiz parte do CESIT (Centro de Estudos de Sociologia Industrial e do Trabalho), pois na época eram uma inovação os centros de pesquisa onde se desenvolviam projetos de fôlego, mas com base empírica, na coleta de dados sobre os operários do ABC, os imigrantes italianos no interior de São Paulo, ou as relações étnicas de alemães em Santa Catarina. Dentro desses temas entravam também aspectos da cultura e da comunicação. O exemplo paradigmático pode ser o de Octavio Ianni que transitava da sociologia do desenvolvimento para a da cultura, sendo um dos últimos trabalhos sobre o “príncipe eletrônico”⁵. Aliás, ele faleceu quando lecionava na ECA.

Então, essa abertura que é propriamente de quem sabe o que está fazendo ao propor uma visão já interdisciplinar, multidisciplinar para as Ciências Sociais. Borges Pereira era da Antropologia, mas ele trabalhava com relações raciais e também com o rádio. Quer dizer, essas pessoas, sem dúvida, são da área das Ciências Sociais. Mas o que elas fazem com a Comunicação? Por que elas entram com uma proposta de reler? Reler os nossos clássicos das Ciências Sociais à luz

4. Fernandes, 1959.

5. Ianni, 2000.

do como poderiam servir para trabalhos com os novos objetos da comunicação de massa. Eu discordo em separar quem é da área, quem não é da área... Pois eles também estavam construindo a área das Ciências Sociais entrando na Comunicação. O próprio Gabriel cita Marques de Melo ao falar da importância do trabalho que ele estava fazendo na sistematização de pesquisas específicas sobre o jornalismo. Está aí um belo exemplo de convergência de momentos que são de reflexão e de momentos da especificidade da prática.

Todos esses autores aqui reunidos neste Ciclo Intercom/Fapesp, eu os vejo realmente atuando como matrizes do campo da Comunicação, ou como desbravadores. Mas de onde eles vêm, como vão começar a recortar a Comunicação? Claro, a partir da Sociologia, como o Gabriel, da Psicologia Social, como a Ecléa Bosi, da Psicologia Educacional, como o Samuel Pfromm, da Teoria Literária, como João Alexandre Barbosa, da História, como Carlos Guilherme Mota, entre tantos outros. Mas, a grande questão do momento que eles vivem, é a emergência de uma sociedade de massas e de uma cultura de massas no Brasil. Daí vêm os novos desafios para a pesquisa dos anos 1960 e 70 nas Ciências Sociais. Por isso, esses autores vão ter que se voltar para os veículos, observá-los, analisá-los, vão ter que falar dos impactos, estudar os efeitos, vão ter que rever teorias e métodos para dar conta das mudanças culturais e comunicacionais da sociedade brasileira.⁶

Uma grande novidade na época é que esses autores também induzem a fazer pesquisa empírica sobre a indústria cultural. No caso do Gabriel, ele foi professor de Sociologia da Comunicação, fixou-se nessa especialidade. Formou muita gente, que inclusive foi para ECA, por exemplo, eu, Waldenyr Caldas, Ciro Marcondes. Entre outros, Albino Canelas Rubin, Maria Arminda Nascimento

6. Faço menção a duas outras coletâneas publicadas na mesma época e que também foram importantes para a formação de estudantes e pesquisadores de nosso campo. A coletânea de Luiz Costa Lima, *Teoria da Cultura de Massa* (Editora Paz e Terra, 1973) e outra que traz a tradução dos artigos de um número da revista *Communications* que é *Análise Estrutural da Narrativa* (Editora Vozes, 1971). O universo de todos esses artigos internacionais, publicados pela primeira vez no Brasil, contribuíram realmente para as pesquisas sobre as condições de produção e de recepção do rádio, do texto, do filme, do jornal, etc, envolvendo o estudo da mensagem e do público. Isso quer dizer que é o nosso processo mesmo da comunicação, emissor, mensagem e recepção, que está aí subsidiando as escolhas dos objetos de pesquisa.

Arruda, Orlando Miranda, Gisela Goldenstein, foram orientados por ele, todos em temas da comunicação e da indústria cultural.

Focalizando especialmente o nosso autor, primeiro queria dizer que eu não trouxe uma fotografia do Gabriel Cohn, como fizeram outros expositores. O Gabriel é vivo, muito bem vivo. Ele realizou tantas coisas em sua trajetória intelectual que demonstram bem os caminhos percorridos e o tamanho de sua influência. Cito apenas algumas.

- Graduado em Ciências Sociais pela FFLCH/USP Mestre, Doutor e Livre-docente em Sociologia FFLCH/USP; Professor Titular e Professor emérito FFLCH/USP (2011).
- Presidente da Associação dos Sociólogos do Estado de São Paulo (1983-85); presidente da Sociedade Brasileira de Sociologia (1985-87), e presidente da ANPOCS (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (2005-2006).
- Diretor da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras/USP (2006-2008).
- Editor da revista *Lua Nova* do CEDEC (1991-2003).
- Professor Emérito da FFLCH (2011)
- É atualmente Professor Visitante Sênior na UNIFESP - Universidade Federal de São Paulo, na Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, pelo Programa Professor Visitante Nacional Sênior da CAPES.
- Áreas de pesquisa: sociologia do desenvolvimento; sociologia da comunicação e da cultura; teoria social com ênfase em teoria da ação (Max Weber) e em Teoria Crítica da Sociedade (em especial Adorno).
- Principais publicações:
 - *Petróleo e Nacionalismo*. Difusão Europeia do Livro, 1968.
 - ***Comunicação e Indústria Cultural*. Ed. Nacional. 1971**
 - *Sociologia da Comunicação: teoria e ideologia*. Pioneira, 1973.
 - *Theodor W. Adorno*. Ed. Ática, 1994
 - *Crítica e Resignação - Max Weber e a Teoria Social*. Ed. Martins Fontes, 2003.
 - *Sociologia - Para ler os clássicos* (org.). L.T.C., 1977; Ed. Azougue, 2005.
 - *Weber*. Ed. Ática, 2005.
 - Traduziu a nova edição brasileira de *Minima Moralia* de Theodor W. Adorno (ed. Azougue, 2008).

Dentre suas obras, aquela destacada neste Ciclo é o livro por ele organizado e cuja primeira edição é de 1971, *Comunicação e Indústria Cultural*. É a coletânea influente a que me refiro no título deste texto.

Começando a falar desse livro, dou a boa notícia de que ele vai ter uma nova edição. Gabriel está refazendo o livro com base no interesse despertado pelos textos da coletânea original. Quer dizer, quem de fato foi útil? Além disso, a nova edição é uma resposta de alguém que se mostra realmente emocionado com a repercussão desse trabalho dele, que é uma coletânea. Pergunto, então: onde está a figura do Gabriel aqui? Está na proposta de reunir e articular artigos que tratam dos fundamentos da comunicação. São artigos que demonstram a relevância do tema – a comunicação e a indústria cultural – em relação às tendências perceptíveis na sociedade, nutridos pela pretensão do organizador do livro de ir aos fundamentos da comunicação de massa.

Então, vamos lá. Como é que ele organiza essa coletânea? O que ele diz é interessante: “Eu queria trazer aqui nesta coletânea as presenças, mas também as ausências”. As ausências são de autores que já estavam se firmando como bibliografia na área de Comunicação e que eram acessíveis em português. Estamos falando da década de 1970⁷. Por isso, não vão estar no livro autores que já tinham sido traduzidos e estavam em circulação, como, por exemplo, Morin, McLuhan, Eco, Baudrillard, Barthes, Greimas, Marcuse, Althusser, Mattelart, Moles, Bourdieu. Ele chama a atenção para Bourdieu e de quem o apresentou aos pesquisadores brasileiros, que é Sergio Miceli. E ele próprio introduziu Eliseo Verón, apresentou para nós o sócio-semiólogo argentino, do qual ele mesmo fez traduções para o português.

Autores brasileiros que não estão na coletânea, mas ele cita porque são os contemporâneos dessa antologia: Marques de Melo, com *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*, de 1970; Sergio Miceli, com *A Noite da Madrinha*; Ecléa Bosi, *Cultura de Massas e Cultura Popular: Leituras de Operárias*; Angeluccia Habert, que é professora da PUC Rio, com um trabalho muito interessante, *Fotonovelas e Indústria Cultural*; Othon Jambeiro, com *A Canção de Massa*; Samuel Pfromm

7. Achei interessante Juliana (outra expositora do Ciclo) falar da surpresa dela por não conhecer os autores desses anos, e essa surpresa que causam não apenas para a geração dela, mas também surpresa que causaram nessa própria época. Falar do programa de TV da Hebe Camargo, do programa de rádio do Gil Gomes, de programas de auditório, foi a grande e ousada entrada desses objetos de estudo na academia.

Neto, *Comunicação de Massa*; Adísia Sá e D. Bezerra de Menezes, *Fundamentos Científicos da Comunicação*.

Havia interesse que essa antologia fosse utilizada por estudantes de Comunicação, tanto que existia uma disciplina com o nome de *Fundamentos Científicos da Comunicação*, e por estudantes de Sociologia da Comunicação, sendo que esse foi o título do livro do doutorado de Gabriel.⁸

A primeira edição da coletânea *Comunicação e Indústria Cultural*, de Gabriel Cohn é de 1971, publicada pela Editora Nacional; depois houve uma outra, pela T.A. Queiroz, aí esgotou e ela nunca mais foi reeditada.

São 24 textos que compõem a coletânea, alguns clássicos, outros inéditos, todos de autores estrangeiros, à exceção de dois, escritos pelo próprio Gabriel. Nessa coletânea, há uma preciosidade que é a *bibliografia comentada*, ao final do livro (p.403 a 406), de textos indicados pelo autor. Uma bibliografia comentada importantíssima para a socialização e a circulação desse novo repertório que estava sendo descoberto e estudado.

A Parte I chamada de *Introdução Geral* é uma introdução sistemática ao estudo da Comunicação. Gabriel é um sociólogo que destaca que a Comunicação não pode ser uma variável dependente, que tem uma especificidade em si. E, portanto, é necessário um estudo sistemático da Comunicação. É o que ele se propõe a mostrar com os textos que se seguem.

Na *Parte II*, que se intitula *Código, Mensagem e Sociedade*, temos artigos que tratam dos componentes do processo formal de comunicação, como linguagem, comunicação verbal e efeitos. Há um texto fundamental de Weaver apresentando a teoria matemática da Comunicação. E temos o texto clássico de Harold Lasswell “A estrutura e a função da comunicação na sociedade” que costumamos usar, até hoje, na primeira aula de teoria da Comunicação. Esse autor como que mapeou o estudo da comunicação nos campos de pesquisa da produção, pesquisa do canal ou dos meios, pesquisa do conteúdo, da recepção e dos efeitos ou impactos. Alguns reconhecem nesse artigo a criação de um paradigma para os estudos de Comunicação, apesar das fortes críticas que também recebeu. Mas foi esse autor que resumiu o processo de comunicação na frase angular: “Quem, diz o quê, como, para quem, com que resultados”. Destaco também o artigo de Katz “O estudo da comunicação e a imagem da sociedade” e de Klapper,

8. Cohn, 1973.

ambos reverberando os trabalhos de seu mestre, Paul Lazarsfeld. Esta parte pode ser considerada como um reconhecimento aos fundadores da pesquisa empírica nos Estados Unidos, a *mass communication research*. Quer dizer, aqueles que primeiro falaram sobre os efeitos da comunicação, do fluxo da comunicação e da descoberta do papel dos grupos primários nesses efeitos (o *two-step flow of communication*), da função do líder de opinião, ou seja, as primeiras grandes descobertas a respeito do processo de comunicação através de grandes projetos de pesquisa empírica, com muita base quantitativa e estatística. São trabalhos sobre a intenção de voto, a recepção de rádio, as decisões de consumo, a persuasão na propaganda, entre outros. Fixaram assim um padrão de trabalho de pesquisa sobre a comunicação nos Estados Unidos.

Na Parte III da coletânea, *Opinião Pública, Controle Social e Ideologia*, os artigos entram nos aspectos funcionais da comunicação dentro da sociedade, a influência política, econômica e ideológica. São apresentados grandes temas que estão aí até hoje como a opinião pública, o controle social e a ideologia, além de conceitos como “massa”, “público”, “opinião pública”, “propaganda”. Há um texto clássico de Habermas, “Comunicação, opinião pública e poder”, de Baran e Sweezy sobre o poder econômico da propaganda. Destaco, um texto que, a meu ver, teve uma influência extraordinária, escrito por Lazarsfeld e Merton, “Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada” em que fazem uma exposição magistral das relações entre estrutura social, comunicação e cultura.

Na Parte IV, *Público, Massa e Cultura*, encontramos o texto clássico “A Indústria Cultural”, de Adorno, que se tornou obrigatório na bibliografia das aulas e pesquisas em Comunicação. Há também o artigo de outro integrante da Escola de Frankfurt, Leo Löwenthal, que traz uma rica visão da questão da cultura popular. Para mim, Gabriel foi o grande introdutor, no sentido de fazer entrar e firmar, a Escola de Frankfurt, nas Ciências Sociais brasileiras.

E, finalmente, na Parte V, *Enfoques e Problemas de Análise*, entra a questão das metodologias, do como pesquisar. Há um texto de Adorno que quase não é citado, que é “Televisão, Consciência e Indústria Cultural”. Ele, que havia feito uma célebre discussão com Lazarsfeld a respeito de pesquisa empírica, nesse texto propõe um método para estudar a televisão, em seus diversos códigos e níveis, um trabalho interessantíssimo. O próprio Gabriel tem dois artigos nessa parte da coletânea. O primeiro é “A análise estrutural da mensagem” que ele escreveu porque houve problema de cessão de direitos de um artigo de Barthes que era o que ele queria. E há a questão com McLuhan no segundo artigo do Gabriel. É um texto muito interessante que ele vai manter na nova edição da coletânea. É muito interessante porque

faz uma forte crítica a McLuhan. É um texto datado, escrito num contexto em que um scholar tinha se tornado uma celebridade da mídia, como diríamos hoje. McLuhan tornara-se guru dos publicitários, capa do *Times*, etc. Mas, mesmo lido em perspectiva, o fato é que o texto tem uma visão de McLuhan que é de anticulto. Primeiro, esse autor foi louvado fora da academia, depois foi abandonado, agora redescoberto e está em todos os lugares, por causa das novas tecnologias, da globalização. É interessante voltar a ler hoje esse texto do Gabriel. E finalmente, o artigo de um importante autor que morreu precocemente, Lucien Goldmann, de extrato marxista, que analisa a questão da consciência possível e da comunicação, portanto, o tema aí é da complexa e intrincada relação entre comunicação e ideologia.

Só para terminar, eu queria apresentar uma espécie de *Apêndice* ao livro do Gabriel, que demonstra o quanto ele me influenciou e serviu-me muito na elaboração de quadros através dos quais expesso minhas concepções sobre o campo da Comunicação.

O que interessa aqui no Quadro 1. Campo Cultural e Campo Científico da Comunicação [ver abaixo] é organizar o contexto deste livro e desses outros autores que a gente estava falando da década de 1970. O que estava acontecendo, no sentido de Bourdieu, no Campo Cultural e no Campo Científico da Comunicação no Brasil? Proponho nesse quadro uma leitura sobre o desenvolvimento de nossa indústria cultural e como ele se fazia acompanhar por estudos, pesquisas e reflexões. É isso que estava exigindo o campo do mercado cultural através da modernização das empresas culturais, conglomerados de mídia, crescimento da indústria cinematográfica e da publicidade, em pleno regime militar, com sua ideologia da segurança e integração nacional, e de seus investimentos em redes nacionais de radiodifusão. Por outro lado, em termos de campo científico, temos a criação dos cursos de graduação em Comunicação, e depois dos programas de pós-graduação, onde se instala uma espécie de razão dualista na pesquisa. É que o pensamento crítico e o funcionalista eram coexistentes e concorriam entre si, expondo posições políticas junto com a pesquisa. Eram a vertente do funcionalismo norte-americano e a vertente do marxismo europeu, as pesquisas críticas coexistiam com as pesquisas funcionalistas.

E onde essas pesquisas de que estivemos falando que tem a ver com a fonte, a matriz dos estudos da USP? É ali, no Quadro 2. Campo Científico da Comunicação [ver abaixo] em que está, pela década inteira dos anos 1970, dentro de um dos cinco Programas de Pós-Graduação, onde a pesquisa de Comunicação se estabeleceu. Era na USP que nucleou a UMESP; tínhamos também a PUC São Paulo e também a UFRJ no Rio e a UnB em Brasília, centros que já apre-

sentavam muitas características em comum e também muitas especificidades. O que pede uma reflexão particular.

Como é que eu uso a coletânea de Gabriel Cohn nas aulas de Teoria da Comunicação? Evidentemente que quando vamos falar da formação do nosso campo tem que estar isso que se vê no Quadro 3. Condições histórico-sociais do Campo da Comunicação: Quadro Histórico-Analítico [ver abaixo] Os estudos sobre os efeitos, tão influentes, que a gente volta, lê, relê, atualiza. E são esses autores que estão nessa coletânea, e não só, da *mass communication research*, que elege as questões do consumo, do comportamento político-eleitoral. Lasswell, Lazarsfeld, Kurt Lewin e Karl Hovland, que são considerados os “pais fundadores” por Wilburn Schramm. Bernard Berelson, com seu método quanti-qualitativo da análise de conteúdo, a Escola de Chicago com as pesquisas qualitativas e o uso da etnografia. E aí também estão Adorno, Horkheimer, o Marcuse, Benjamim e Habermas e McLuhan, a maioria selecionada pelo Gabriel em sua influente coletânea

Enfim, espero ter convencido vocês da grande influência dessa coletânea para o campo da Comunicação. Mas, poderiam perguntar: um livro organizado, uma coletânea não é um livro de autor? Claro que sim, é tudo autoral, a concepção, a seleção, a apresentação, como fez o Marques ao nos brindar com a realização desse Ciclo. Quer dizer, o que tem aí é a montagem, e através dela, os artigos que “pegam”, os artigos que realmente são incorporados, que têm repercussão.

Eu acho que esse trabalho ajudou nos fundamentos de um campo de estudos que começava a se institucionalizar nos anos 1970 e que o marcou sobremaneira ao longo de seu desenvolvimento. E acredito que esse não era o objetivo de Gabriel Cohn, mas é nisso que o seu livro se tornou. Foi adotado por nós porque fazia e continua fazendo significado para nossas reflexões e pesquisas. O livro traz autores de diferentes origens disciplinares e tem servido para sucessivas gerações de pesquisadores que trabalham em Comunicação. Nele está colocada já a questão que nos é cara porque é a cara da Comunicação – a interdisciplinaridade. Os vários enfoques que aqui foram falados, da Psicologia, da Psicologia Social, da Teoria Literária, da Sociologia, da Antropologia, convergindo e amalgamando-se nos estudos de Comunicação. Aí não há mais multidisciplinaridade, mas emerge o ponto de vista que é comunicacional. Ponto de vista que tem a ver com a construção de um campo que reúne a pesquisa, a formação e as práticas de comunicação. Então, você tem os estudos de Comunicação, o ensino de Comunicação, e as práticas profissionais de Comunicação. Para mim, isso é um campo.

E o resto, vamos dizer assim, são polêmicas, debates sempre muito bem vindas, porque uma área – eu sou muito bourdieuniana – é feita muito com o

conflito, e o conflito é a polêmica, e a polêmica é a razão de ser da Ciência. Muito melhor assim.

Muito obrigada pela atenção de vocês.

Uma Coletânea Influente: Comunicação e Indústria Cultural, 1973

Estrutura

- 24 textos, alguns clássicos, todos inéditos⁹.

Parte I: Introdução sistemática ao estudo da Comunicação

Parte II: Código, Mensagem e Sociedade

- Linguagem, comunicação Verbal, efeitos
- Teoria matemática da comunicação – W. Weaver
- A estrutura e a função da comunicação na sociedade – H. Lasswell
- O estudo da comunicação e a imagem da sociedade– E. Katz
- Os efeitos da comunicação de massa – J.T. Klapper

Parte III: Opinião Pública, Controle Social e Ideologia

- Conceitos de massa, público, opinião pública, propaganda
- Comunicação, opinião pública e poder – J. Habermas
- Teses sobre a propaganda – P. Baran e P. Sweezy
- Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada – P. Lazarsfeld e R. Merton

Parte IV: Público, Massa e Cultura

- Análises empíricas e teóricas
- A indústria cultural – Th. Adorno
- Perspectivas históricas da cultura popular – L. Lowenthal

9. Os artigos mencionados foram por mim extraídos da coletânea por considerá-los os mais importantes.

Parte V: Enfoques e Problemas de Análise

- Metodologias e categorias analíticas: ideologia, mensagem, consciência
- Análise estrutural da mensagem – G. Cohn
- Televisão, consciência e indústria cultural – Th. Adorno
- O meio é a mensagem: análise de McLuhan- G. Cohn
- Consciência possível e comunicação – L. Goldmann

Bibliografia comentada

À guisa de Apêndice

Quadro 1. Campo Cultural e Campo Científico da Comunicação¹⁰

Campo Cultural	Campo Científico
<p>Década 1950: modelo de desenvolvimento “autônomo”</p> <p>CONSTITUIÇÃO MERCADO DE BENS CULTURAIS</p> <ul style="list-style-type: none">- rádio- TV- industrialização- cinema- publicidade- urbanização- imprensa- mercado interno- nação/populismo	<p>Década 1950</p> <p>TENDÊNCIAS FUNCIONALISTAS</p> <ul style="list-style-type: none">- pesquisas mercadológicas: IBOPE, MARPLAN, audiência- 1os. estudos sobre públicos e meios: análise de motivações, atitudes, análise de conteúdo

10. Lopes (2010, pp.17-33).

<p>Década 1960: modelo de desenvolvimento “associado”</p> <p>BASES INDUSTRIAIS DO MERCADO CULTURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - ideologia do desenvolvimento - formação do público massivo 	<p>Década 1960</p> <ul style="list-style-type: none"> - persistem temas anteriores. Predomínio funcionalista - novas linhas de pesquisa: Comunicação/Desenvolvimento e Com./Política - pesquisas quantitativas, comparativas, modelo difusionista (CIESPAL) - 1as. investigações críticas: dependência externa/dominação interna
<p>Década 1970</p> <p>CONSOLIDAÇÃO MERCADO CULTURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - integração nacional - modernização e concentração de empresas culturais - redes de TV e rádio - conglomerados imprensa/discos/TV/rádio - crescimento da indústria cinematográfica - oligopolização da publicidade 	<p>Década 1970</p> <p>Programas de Mestrado PESQUISAS CRÍTICAS – coexistem com a vertente funcionalista</p> <ul style="list-style-type: none"> - crítica radical: apocalipse (Frankfurt) - engajamento político: transnacionalização (Mattelart), dependência cultural e informativa (nova ordem internacional da informação)

Década 1980

**DESENVOLVIMENTO
DESIGUAL E CONCENTRADO:**

- concentração da riqueza
- internacionalização econômica
- marginalização social
- metropolização
- importância da classe média (consumo massivo)

**DESENVOLVIMENTO DO
MERCADO CULTURAL:**

- reproduz contradições do modelo capitalista brasileiro
- uma das TVs mais avançadas do mundo convive com analfabetismo e exclusão da cidadania: Belíndia
- capitalismo periférico: organização capitalista da cultura põe em marcha processos contraditórios em todos os setores do campo cultural (produção, distribuição, produto, consumo)

Década 1980

**LEGITIMAÇÃO CIENTÍFICA
DA COMUNICAÇÃO:
Programas de Pós-graduação
(ME e DO)**

- politização dos estudos: rompimento com padrões conservadores do funcionalismo e crítica radical
- busca de uma teoria da comunicação latino-americana
- estudos comprometidos com a transformação social
- revisão de teorias, metodologias e técnicas de pesquisa
- apesar do predomínio funcionalista

<p>Década 1990 até hoje</p> <p>GLOBALIZAÇÃO DO MERCADO CULTURAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - desregulamentação/privatização do setor de comunicações - revolução informática e aumento das desigualdades - fragmentação e pluralismo cultural: o local, o nacional, o global 	<p>Década 1990 até hoje</p> <p>COMUNICAÇÃO: CENTRALIDADE DO CAMPO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - preocupação com as tecnologias da comunicação e linguagem dos novos meios - modelos de pesquisa: interdisciplinar e qualitativa/quantitativa - estudos de recepção, etnografia de mídia, estudos de mídia, de web e na web - temas: globalização e mundialização revitalizam as pesquisas de comunicação internacional, comparativas (fluxos) - interesse por comunicação/cultura, com ênfase nos temas de identidades culturais (migrações), de gênero e de geração (juventude, infância)
--	---

Quadro 2. Campo Científico da Comunicação

Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil em 2012¹¹

IES	Tipo	Programa	Mestrado	Doutorado	Local
USP	Pública Estadual	Ciências da Comunicação	1972	1980	São Paulo (SP)
UFRJ	Pública Federal	Comunicação e Cultura	1973	1983	Rio de Janeiro (RJ)
UnB	Pública Federal	Comunicação	1974	2002	Brasília (DF)
PUC-SP	Particular Confess.	Comunicação e Semiótica	1978	1981	São Paulo (SP)
UMESP	Particular Confess.	Comunicação Social	1978	1995	S. B. do Campo (SP)
UNICAMP	Pública Estadual	Multimeios	1986	2000	Campinas (SP)
UFBA	Pública Federal	Com. e Cult. Contemporâneas	1990	1995	Salvador (BA)
PUC-RS	Particular Confess.	Comunicação Social	1994	1999	Porto Alegre (RS)
UNISINOS	Particular Confess.	Ciências da Comunicação	1994	1999	S. Leopoldo (RS)
UFRGS	Pública Federal	Comunicação e Informação	1995	2001	Porto Alegre (RS)
UFMG	Pública Federal	Comunicação Social	1995	2003	Belo Horizonte (MG)
UFF	Pública Federal	Com., Imagem e Informação	1997	2002	Niterói (RJ)
UTP	Particular	Comunicação e Linguagens	2000	2009	Curitiba (PR)
UFPE	Pública Federal	Comunicação	2001	2007	Recife (PE)
UNIP	Particular	Comunicação	2001	2012	São Paulo (SP)
UNESP	Pública Estadual	Comunicação Midiática	2002	–	Bauru (SP)

11. Lopes, Romancini (2012, pp. 31-35).

UERJ	Pública Estadual	Comunicação	2002	2012	Rio de Janeiro (RJ)
PUC-RJ	Particular Confess.	Comunicação	2003	2012	Rio de Janeiro (RJ)
UFSM	Pública Federal	Comunicação	2006	2012	Santa Maria (RS)
ESPM	Particular	Com. e Práticas de Consumo	2006	–	São Paulo (SP)
UAM	Particular.	Comunicação	2007	–	São Paulo (SP)
PUC-MG	Particular Confess.	ComSocial: Interações Midiáticas	2007	–	Belo Horizonte (MG)
UFJF	Pública Federal	Comunicação	2007	–	Juiz de Fora (MG)
UFG	Pública Federal	Comunicação	2007	–	Goiânia (GO)
UNISO	Particular	Comunicação e Cultura	2008	–	Sorocaba (SP)
UFSC	Pública Federal	Jornalismo	2008	–	Florianópolis (SC)
UEL	Pública Estadual	Comunicação	2008	–	Londrina (PR)
UFSCAR	Pública Federal	Imagem e Som	2008	–	São Carlos (SP)
UCB	Particular Confess.	Comunicação	2008	–	Brasília (DF)
UFPB	Pública Federal	Com. e Culturas Midiáticas	2008	–	Paraíba (PB)
UFC	Pública Federal	Comunicação	2008	–	Fortaleza (CE)
UFAM	Pública Federal	Ciências da Comunicação	2009	–	Manaus (AM)
USCS	Pública Municipal	Comunicação	2009	–	S. Caetano do Sul (SP)
UFRN	Pública Federal	Estudos da Mídia	2009	–	Natal (RN)
FACASPER	Particular	Comunicação	2009	–	São Paulo (SP)
USP	Pública Estadual	Processos e Meios Audiovisuais	2009	2009	São Paulo (SP)
UFPR	Pública Federal	Comunicação	2009	–	Curitiba (PR)
UFPA	Pública Federal	Comunicação	2010	–	Belém (PA)

UFPI	Pública Federal	Comunicação	2011	-	Teresina (PI)
UFMS	Pública Federal	Comunicação	2011	-	Campo Grande (MS)
UFS	Pública Federal	Comunicação e Sociedade	2012	-	Aracaju (SE)
UEPG	Pública Estadual	Jornalismo	2012	-	Ponta Grossa (PR)
UFF	Pública Federal	Mídia e Cotidiano	2012	-	Niterói (RJ)
TOTAL DE PROGRAMAS EM 2012	44	30 PÚBLICAS 14 PRIVADAS	44 MES-TRA-DOS	19 DOU-TORA-DOS	

Quadro 3. Condições histórico-sociais do Campo da Comunicação: Quadro Histórico-Analítico¹²

	Décadas 1930/40	Décadas 1950/60	Décadas 1970/80	Décadas 1990-
Funcionalismo Norte-Americano Estudos não críticos da Comunicação	1. ESTUDOS DOS EFEITOS “Mass Communication Research” - Foco: consumo e comportamento político-eleitoral - Teoria Hipodérmica e a “massa silenciosa” - Processo de Comunicação: emissor, mensagem, canal, receptor, efeitos: Harold Lasswell - Fluxo de Comunicação em Duas Etapas: Paul Lazarsfeld - Dinâmica Grupal: Kurt Lewin - Persuasão: Carl Hovland	4. ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO - SOCIEDADE - Enfoque macro 1) Caráter social/ Estrutura social - elite-massa - heterodireção - análise crítica: David Riesman, C. Wright Mills 2) Comunicação-Desenvolvimento - MCM e Terceiro mundo: difusão de inovações - teoria da modernização - Wilbur Schramm, David Lerner, Everett Rogers	6. ESTUDOS DE SISTEMAS - progressivo abandono das análises macro - comunicação nas organizações: gestão, fluxo, papéis - o receptor ativo: usos e gratificações: Elihu Katz - influência permanente no Brasil e América Latina	7. ESTUDOS MIDIÁTICOS - produtores: newsmaking - efeitos de longo prazo: agenda setting - interfaces com os estudos culturais e feministas - Tecnologias da comunicação. Pierre Lévy-inteligência coletiva; McLuhan revisitado

12. Lopes (2010, pp.35-70).

<p>Funcionalismo Norte-Americano</p> <p>Estudos não críticos da Comunicação</p>	<p>2. ESTUDOS DA MENSAGEM</p> <p>- Bernard Berelson: enfoque quantitativo - descrição do conteúdo dos MCM</p> <p>3. ESCOLA DE CHICAGO E O INTERACIONISMO SIMBÓLICO</p> <p>- Estudos qualitativos de comunicação - Etnografia e cotidiano, Mobilidade, migração, "self"</p> <p>Robert Park, George Mead</p>	<p>5. ESTUDOS DOS MEIOS</p> <p>- especificidade técnica e da linguagem de cada meio</p> <p>- Marshall McLuhan: "o meio é a mensagem", "aldeia global"</p>		
<p>Marxismo Europeu</p> <p>Estudos críticos da Comunicação</p>	<p>1. ESTUDOS DE PRODUÇÃO: TEORIA DA INDÚSTRIA CULTURAL</p> <p>Escola de Frankfurt e a "Teoria Crítica" Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Walter Benjamin, Jürgen Habermas</p> <p>- preocupação: mercantilização da cultura contemporânea - conceitos: sociedade administrada, cultura afirmativa, ideologia/dominação</p>	<p>2. ESTUDOS DE PRODUÇÃO: TEORIAS DA IDEOLOGIA E DA CULTURA</p> <p>- Análises estruturalistas</p> <p>Aparelhos ideológicos do Estado: Louis Althusser</p> <p>- preocupação: reprodução ideológica - conceitos: ideologia, dominação, representação</p> <p>Dependência cultural: Armand Mattelart</p> <p>- imperialismo e multinacionais da cultura</p> <p>- comunicação popular e alternativa</p> <p>Campo simbólico: Pierre Bourdieu</p> <p>- conceito de campo</p>	<p>3. ESTUDOS DO DISCURSO: SEMIOLOGIA E SEMIÓTICA</p> <p>Filosofias da linguagem: Ferdinand de Saussure, Mikail Bakhtin e Charles S. Pierce</p> <p>Estruturalismo linguístico:</p> <p>- Umberto Eco, Roland Barthes, A. J. Greimas</p> <p>- preocupação: ideologia do discurso dos meios - enfoque: - presença no Brasil/AL: década de 1970</p> <p>4. ESTUDOS DA RECEPÇÃO: TEORIA DA HEGEMONIA</p> <p>Antonio Gramsci: a hegemonia e o popular</p> <p>- preocupação: culturas subalternas/populares - conceitos: cultura como modo de vida, intelectual orgânico, sociedade civil/Estado construção de hegemonias</p>	<p>5. ESTUDOS INTER / MULTI / TRANSDISCIPLINARES</p> <p>Epistemologia da Comunicação:</p> <p>- paradigma da complexidade – Edgar Morin</p> <p>- transdisciplinaridade, pós-disciplinaridade- Immanuel Wallerstein</p> <p>- reflexividade – Anthony Giddens</p> <p>- "Sociedade da comunicação" – Gianni Vattimo</p> <p>- globalização das comunicações – mundialização da cultura</p> <p>Temáticas contemporâneas dos estudos de Comunicação</p> <p>- globalização – Octavio Ianni, David Harvey</p> <p>- tecnologias da informação e da comunicação- TICs</p> <p>- sociedade em rede e cibercultura – Manuel Castells</p> <p>- identidades plurais e interculturalidade (migrações)</p> <p>- o global, o nacional, o regional e o local</p> <p>- o público e o privado</p> <p>- comunicação e pós-colonialismo – Boaventura de Sousa Santos, Arjun Appadurai</p> <p>- ambivalência e relações líquidas – Zygmunt Bauman</p> <p>- comunicação e educação – Educomunicação</p> <p>- centralidade da comunicação: sociedade midiaticizada</p> <p>- novas mídias, convergência e transmissão – Henry Jenkins</p> <p>- realidade digital: internet, produção, consumo, comunidades online</p>

<p>Marxismo Europeu</p> <p>Estudos críticos da Comunicação</p>	<ul style="list-style-type: none"> - pessimismo radical e conservador - abandono da dialética - Benjamim: arte e reprodução técnica - meios e novas formas de arte - novas sensibilidades - Habermas: ação comunicativa - mundo da vida e mundo do sistema - debate e negociação na comunicação - esfera pública e opinião pública 	<ul style="list-style-type: none"> - autonomização do mercado cultural - habitus de classe, estilo de vida Cultura de massa: Edgar Morin - imaginário: identificação e projeção - mitologia da cultura de massa 	<p>Escola de Birmingham e os Estudos Culturais</p> <ul style="list-style-type: none"> - Richard Hoggart, Raymond Williams, Stuart Hall, Michel de Certeau - conceitos: cotidiano, táticas, negociação de sentidos - estudos de identidade, gênero, raça Estudos de recepção na América Latina - Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini - conceitos: mediações, hibridização da cultura, consumo cultural
--	---	---	--

Referências

Barthes, Roland et al. **Análise Estrutural da Narrativa**. Petrópolis: Vozes, 1971.

Cohn, Gabriel (org). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Nacional, 1973.

Cohn, Gabriel. **Sociologia da comunicação: teoria e ideologia**. São Paulo: Pioneira, 1973.

Costa Lima, Luiz (org.). **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1973.

Fernandes, Florestan. **Fundamentos Empíricos da Explicação Sociológica**. São Paulo: Nacional, 1959.

Ianni, Octavio. O Príncipe Eletrônico. In: **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

Lopes, Maria Immacolata Vassallo; Romancini, Richard. A pós-graduação no Brasil: crescimento associado aos desafios da qualidade e da inserção internacional. In: Lopes, Maria Immacolata Vassallo (org.). **Posgrados en Comunicación en Iberoamérica**. São Paulo: Confibercom, PPGCOM-USP, 2012.

Lopes, Maria Immacolata Vassallo. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2010, 11^a ed.

Wallerstein, Immanuel et al. **Para Abrir as Ciências Sociais**. Lisboa: Europa-América, 1996.

13.

Desbravando veredas: Samuel Pfromm Netto e a Comunicação de Massa

José Luís Bizelli¹

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

PFROMM NETTO, Samuel. **Comunicação de massa**: natureza, modelos, imagens; contribuição para o estudo da psicologia da comunicação de massa. São Paulo: Pioneira, Edusp, 1972. 169p.

Ao iniciar este pequeno ensaio sobre a obra *Comunicação de Massa (CM)*, escrita por Samuel Pfromm Netto (1932 – 2012) e publicada em 1972, reconheço a dificuldade de fazer um recorte para analisar um intelectual que atuou como

1. É Livre Docente em Gestão de Políticas Públicas da Faculdade de Ciências e Letras UNESP, Campus de Araraquara, e está credenciado nos Programas de Pós-Graduação em Televisão Digital: informação e conhecimento (FAAC-UNESP, Bauru) e Educação Escolar (FCLAr-UNESP, Araraquara). Coordena o Grupo de Pesquisa (CNPq) intitulado Programa de Governança para a Administração Municipal. Foi Diretor da Faculdade de Ciências e Letras Unesp Araraquara e Presidente de seu Laboratório Editorial, durante o quadriênio 2009-2012. E-mail: bizelli@fclar.unesp.br

profissional ligado à área da Educação, da Psicologia educativa e da Comunicação; como teórico da comunicação de massa e como pesquisador filiado à tradição de pesquisa social aplicada.

Citando o próprio autor em tela, em comentário sobre um artigo intitulado *Como caçar Dinossauros*: “o grande problema é o por que lado pegar o bicho. Ele é grande demais” (FROMM NETTO, 2011, p.274). Certamente a obra é grande demais para um ensaio como proposto aqui.

É difícil, porém, não anotar que Samuel Pfromm Netto formou-se em Pedagogia, em 1959, na Universidade de São Paulo (USP), obtendo seu título de Mestre e Doutor em Psicologia, na mesma Instituição. Seu interesse acadêmico pelas questões que envolvem a temática da *mídia educativa* o levou para estudos na Michigan State University, na Pennsylvania State University e na Columbia University. A obra *CM* é a sistematização dessas experiências, que já estavam sedimentadas no texto de seu doutorado.

A trajetória do autor de *CM* transborda trabalho denso e efetivo para a construção do Brasil de hoje. Suas ideias se somaram a de outros acadêmicos na luta pela construção do campo de ação da Psicologia, em São Paulo e no país. Não é menor, porém, o seu papel junto à construção do campo de atuação da Comunicação como jornalista, radialista e produtor de educação, inclusive na modalidade profissionalizante através de ensino a distância em televisão, vídeo e internet.

É o traço do educador que se debruça sobre outras áreas da ciência em busca de complemento para sua atividade. A preocupação central sempre foi a aprendizagem que se dá desde o início da formação do cidadão. O trabalho investigativo se constrói de forma coletiva e por múltiplos olhares. Para voltar ao exemplo da caça ao Dinossauro, para que a empreitada tenha sucesso é preciso de interação: todos têm que participar, colocando à disposição seus saberes, suas práticas e suas vontades!

No caso da obra *CM*, foco desta análise, o autor vai desbravar a Psicologia, que já apresenta veredas nas décadas de 30 e 40, as quais são alargadas nas décadas de 50 e 60, chamando a atenção de educadores, psicólogos, sociólogos, linguistas e especialistas em comunicação formados na escola de jornalismo.

A importância do objeto de investigação se coloca transparente na introdução da obra:

Diariamente, os brasileiros despendem meia hora ou mais, em média, com a leitura de um jornal. Durante uma ou duas horas, ouvem transmissões radiofônicas. Parte da noite – duas, três

horas – é dedicada à televisão. A leitura de uma revista toma uma ou duas horas, semanalmente, e dez a doze horas semanais são preenchidas com leitura de livros. Quatro ou cinco horas por semana são gastas com filmes cinematográficos, no cinema ou na televisão.

Os números acima, a respeito de consumo de comunicação de massa, não passam de dados hipotéticos, pois estatísticas e pesquisas sobre consumo de televisão, rádio, cinema e materiais impressos no Brasil não existem ou são precários. (PFROMM NETTO, 1972, p.15)

Mas conclui o autor: “*Um quarto da vida humana é ocupado, de modo parcial ou total, por comunicação de massa*” (PFROMM NETTO, 1972, p.15, grifo do autor).

Da mesma forma, o investigador deixa claro quais são os princípios que vão reger a abordagem do tema comunicação de massa. Seguindo a boa tradição de estruturar o texto acadêmico que precede os resultados da pesquisa, há um capítulo que reconstrói os modelos de análise utilizados para investigar os processos de comunicação à luz dos princípios da Psicologia e da Educação.

Assim, são apresentados o modelo descritivo de Lasswell (1948); a análise funcional de Wright (1959, 1960); a teoria da informação de Shannon e Weaver (1949; SHANNON, 1948; WEAVER, 1955); o modelo de Doob (1961); o modelo de Gerbener (1964); o modelo cognitivo de Fearing (1953); a abordagem modular de McPhee (1963); e o ponto de vista de Skinner (1957).

Em outro capítulo, o autor vai declinar sua preferência pela Teoria do Significado de Osgood (1953, 1957, 1962, 1963), teoria essa que norteará a pesquisa descrita no livro sobre a percepção que os universitários da USP têm dos meios de comunicação de massa.

Tanto as análises teórico-metodológicas, quanto a pesquisa revelada transformam o livro CM em referência a ser citada nas mais diversas áreas do conhecimento.

Na linguista, Maria Tereza Biderman (1936–2008) revela:

Lembremos que, na pesquisa realizada por Samuel Pfromm Netto, os quadrinhos apareceram como o meio mais *claro, fácil, fantasioso, superficial e emocional* dos MCM impressos. Paralelamente a televisão foi considerada o MCM audiovisual mais *fácil, superficial e emocional*. As conotações *emocional, fácil* foram atribuídas tanto

aos quadrinhos como à televisão, podendo essa amostra testemunhar que esses dois meios, na estrutura *Gesellschaft* da sociedade de massa, figuram como um elemento de evasão e de entretenimento para o eu dos sujeitos (BIDERMAN, 1980, p.34).

Já José Marques de Melo (2011), ao historiar o pensamento comunicacional uspiano, conta da participação de Samuel Pfromm Netto, em 1971, nas discussões que eram organizadas – driblando o controle da Ditadura – pelo Departamento de Jornalismo da USP, tendo como tema a imprensa e o desenvolvimento. O autor de *CM* traz a contribuição de sua pesquisa para debater e problematizar o uso dos meios de comunicação de massa como suportes do desenvolvimentismo (MARQUES DE MELLO, 2011, p.24).

As conclusões de Samuel Pfromm Netto em *Comunicação de Massa* caminham no sentido de desbravar as futuras práticas de ensino que unirão cada vez mais a escola aos novos meios de comunicação:

É possível [...] que o uso conjugado de televisão, livro e escola constitua um caso de interação de meios capaz de produzir resultados que nenhum desses meios produziria isoladamente [...]. Talvez a televisão educativa em circuito aberto contribua igualmente para a produção desses resultados – convém lembrar que a televisão educativa em circuito aberto não se achava em funcionamento [...] e que a televisão educativa em circuito fechado da USP, nessa época, estava em fase de instalação. Este e outros problemas aguardam investigação (PFROMM NETTO, 1972, p.148).

O autor vislumbra o amanhã que ele ajudaria a criar, enfrentando um traço da personalidade do povo brasileiro que ele descreve como: muitos estão presos nas histórias do passado, poucos estão preocupados com o presente e quase ninguém está olhando para o futuro (FROMM NETTO, 2011, p.273).

Assim, entre 1972 e 1975, Samuel Pfromm Netto é indicado por Esther de Figueiredo Ferraz para assumir a função de assessor da Presidência da Fundação Padre Anchieta, cuidando particularmente da programação do setor de ensino, tanto da TV como da rádio Cultura. Dezenas de programas ganham forma sob a sua orientação, entre eles Vila Sésamo; Telescola; Supletivos; Vestibulando.

Seu trabalho é premiado internacionalmente, o que lhe dá oportunidade de liderar missões culturais brasileiras no Japão e na China. Em 1983, assume a presidência da Fundação Centro Brasileiro de Televisão e Rádio Educativos

(FUNTEVE), atualmente Fundação Roquette Pinto, cuja missão era cuidar de toda a rede de emissoras educativas de televisão e rádio do país.

Com a saída de Esther de Figueiredo Ferraz do Ministério da Educação, em 1985, o professor retorna à USP, onde se aposenta em 1988. Continua colaborando com a vida acadêmica de várias universidades e passa a se dedicar também a sua empresa de educação para o trabalho.

O autor de *CM* deixou um legado de profunda crença na capacidade de transformação dos campos da Educação, da Psicologia e da Comunicação. Intelectual do fazer não perdia oportunidade de manifestar seu otimismo frente aos desafios da construção da cidadania entre nós. Mesmo assim, em entrevista, dispara um alerta sobre proteger as crianças da violência que hoje trafega nos meios de comunicação de massa, particularmente na televisão:

Lembro aqui [...] algumas medidas capazes de atenuar o problema das crianças que são vítimas da “babá-eletrônica”:

1. Reduzir sensivelmente o tempo de exposição das crianças (e dos adultos) à TV e itens associados (videocassete, videogame etc);
2. Proporcionar alternativas de atividades dentro e fora de casa, que afastem a criança da TV;
3. Estar atento à programação assistida pelos filhos e monitorar tanto o tempo de TV como o conteúdo do que a criança vê;
4. Trocar experiências e discutir o problema da influência da TV no lar, na escola, junto aos amigos;
5. Discutir os programas vistos com os filhos;
6. Modificar seus próprios hábitos de ver TV, sendo mais seletivo, refinado, moderado e consciente;
7. Fazer com que as crianças vejam os pais lendo livros, jornais e revistas de boa qualidade, ao invés de ver TV;
8. Conversar mais com os filhos, ouvi-los, orientá-los, dar-lhes atenção, carinho e apoio (FROMM NETTO, 2002, p.6).

Seguindo o espírito desbravador de Samuel Pfromm Netto e seu trabalho para colocar os olhos no futuro, é possível apontar alguns desafios que estão postos para os profissionais que militam na construção de interfaces entre a Educação e os meios de comunicação de massa.

Como foi dito, há que se coordenar as ações de diferentes profissionais para participar da caça ao Dinossauro, particularmente em tempos de cursos abertos a distância, que circulam em *tablets*, no formato de games e com capacidade

de interatividade. Educadores, profissionais da comunicação e especialistas nos meios eletrônicos organizam seus saberes a partir de olhares diferenciados.

A educação ainda trabalha com aquilo que foi provado e testado no passado, aquilo que tem uma teoria explicativa, que permite ser transmitido, pois está presa à tradição, à história concreta, à cultura dos diferentes povos, aos parâmetros da regra. A comunicação, por sua vez, trabalha com a visão do futuro, com aquilo que ainda não foi feito, que ainda não foi explicado e, justamente por isso, desperta interesse – a mudança que está por vir, a última moda ou tendência, a exceção à regra. Já os profissionais que operam os meios trabalham com a técnica – a *teknê* enquanto habilidade e exercício da profissão –, com a ponte concreta entre o conhecimento existente e aquilo que é ainda desconhecido, com a tradução do código, com a arquitetura dos sistemas, gerando instrumentos, controlando o conhecimento através da gestão dos códigos.

O modelo da educação é a racionalidade científica, a experiência em laboratório sob condições controladas de pressão e temperatura, a poesia da métrica, a demonstração da vida humana no planeta. A comunicação tem que criar um padrão de desrazão, explorar a borda, a fronteira, o inusitado, o emocional, a incerteza e tem que apresentar a novidade como objeto do desejo. O modelo de quem opera os meios é o do pragmatismo da tarefa imposta para ser realizada – planejamento, execução, avaliação e correção de rotas – no qual o conhecimento acontece de forma cumulativa e o progresso é um processo contínuo.

A educação se preocupa com a permanência – valores, moral, ética, padrão estético. A comunicação é afeita à mudança contínua, provocando fenômenos de curta duração, criando a arte do efêmero, a contracultura, o que subverte o *status quo*, o ponto fora da curva. Os operadores dos sistemas no seu experimentalismo funcionam sob a lógica do programa, objeto onde o programador prevê as possibilidades de uso da liberdade, tendo como orientação a inovação como resposta para o desenvolvimento da Sociedade da Informação, de forma amoral, sem falsos juízos de valor.

A educação busca formar o cidadão, aquele que deverá ocupar o seu lugar na hierarquia da ágora, obrigado a expor-se, a comprometer-se e a responsabilizar-se. A comunicação forma o consumidor, aquele que deseja viver melhor e vai lutar para sobreviver melhor na anarquia da sociedade de consumo, aquele que está preocupado com um mercado melhor orientado aos seus interesses. Os operadores são artífices da rede, aqueles que criam e destroem (*hackers*) a segurança da informação e da vida moderna, aqueles que, através das ferramentas de

gestão, vão exercer o controle dos meios, a eficiência, a eficácia e a efetividade no atendimento dos fins das políticas.

Colocar os olhos no futuro, liderar equipes preparadas para a mudança e utilizar eticamente os meios de comunicação de massa para nobres tarefas – como a Educação – ao contrário de ceder aos apelos comerciais e manipulativos das empresas de comunicação é o legado de vida de Samuel Pfromm Netto.

Referências

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Padronização linguística e cultural provocada pelos meios de comunicação de massa. **Revista Alfa**. Volume 24, pp.25-48, São Paulo, 1980.

DOOB, Leonard Willian. **Communications in Africa: a search for boundaries**. New Haven: Yale U. Press, 1961.

FEARING, Franklin. Toward a Psychological Theory of Human Communication. **Journal of Personality**. Volume 22 (1), pp. 71–88, September 1953.

GERBENER, George. On content analysis and critical research in mass communication. In L.A. Dexter and D. Manning eds. **People, Society, and Mass Communications**. New York: Free Press, 1964, pp. 476-500.

LASSWELL, Harold. The Structure and Function of Communication in Society. In: Lyman Bryson (ed.). **The Communication of ideas**. New York: Harper and Row, 1948.

MARQUES DE MELLO, José (org). Pensamento comunicacional uspiano: ideias que abalaram os alicerces da ECA-USP. Volume 3. São Paulo: ECA-USP, SOCICOM, 2011. 306p.

MCPHEE, William N. **Formal theories of mass behavior**. New York: Free Press of Glencoe, 1963.

OSGOOD, Charles Egerton. **Method and Theory in Experimental Psychology**. Oxford University Press, 1953.

_____. Motivational dynamics of language behavior. In: Jones, M. R. (ed.). **Nebraska Symposium on Motivation**. Lincoln: University of Nebraska Press, 1957.

_____. Studies on the generality of affective meaning systems. **American Psychologist**. Volume 17 (1), Jan 1962, pp. 10-28.

_____. Psycholinguistics. In: Koch, Sigmund. **Psychology: a study of a science**. Study II. Empirical substructure and relations with other sciences. Volume 6. Investigations of man as socius: Their place in psychology and the social sciences. New York: MacGraw-Hill, 1963, pp 244-316.

PFROMM NETTO, Samuel. **Comunicação de massa**: natureza, modelos, imagens; contribuição para o estudo da psicologia da comunicação de massa. São Paulo: Pioneira, Edusp, 1972. 169p.

_____. Criança, TV e violência: a influência da televisão no psiquismo infantil. In: Entrevista com Samuel Pfromm Netto. Transcrição de São Paulo em foco, ano II, nº 15, março de 2002. Disponível em: <http://academiapiracicabana.blogspot.com.br/2013/07/in-memoriã-de-samuel-pfromm-netto-1932.html>. Acesso em: 30 jul. 2013.

_____. Temores e esperanças na educação através da comunicação de massa. In: MARQUES DE MELLO, José (org). **Pensamento comunicacional uspiano**: ideias que abalaram os alicerces da ECA-USP. Volume 3. São Paulo: ECA-USP, SOCICOM, 2011. 306p.

SHANNON, Claude Elwood. A Mathematical Theory of Communication. **Bell System Technical Journal**. Volume 27, pp. 379-423, 1948.

_____.; WEAVER, Warren. **The Mathematical Theory of Communication**. Urbana: The University of Illinois Press, 1949.

SKINNER, Burrhus Frederic. **Verbal Behavior**. Acton: Copley Publishing Group, 1957.

WEAVER, Warren. The mathematics of information. In Nagel, Eugene et all. **Automatic Control**. New York: Simon & Schuster, 1955.

WRIGHT, Charles R. **Mass Communication: a sociological perspective.**
New York: Random House, 1959.

_____. Functional analysis and mass communications. **Public Opinion Quarterly.** Volume 24 (4), pp. 605-620, 1960.

14.

Uma releitura de “Cultura de massa e cultura popular” de Ecléa Bosi: caminho metodológico, bases conceituais e achados de estudo empírico

Cicilia M. Krohling Peruzzo¹

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras de operárias. [1972]. 5.ed.ampl. Petrópolis:Vozes, 1981. 188p.

Introdução

A obra de Ecléa Bosi “Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias”, publicada nos anos 1970, se tornou clássica, ou seja, tem reconheci-

1. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação, Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), São Bernardo do Campo – SP, Brasil. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Autora do livro *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*, entre outros, e de artigos científicos publicados em revistas científicas nacionais e internacionais. E-mail: kperuzzo@uol.com.br

mento público por sua profundidade e a inovação que representou aos estudos das culturas populares e suas conexões com a comunicação massiva e a indústria cultural, na época em que foi lançada. Ela investiga empiricamente sobre os hábitos de leitura (de jornal, revista e livro) de mulheres trabalhadoras em uma fábrica na periferia da cidade de São Paulo. Parte dos conceitos de cultura de massa e de cultura popular, concebidas a partir das relações das mesmas, em tese, com a comunicação de massa e a cultura do povo, ou cultura popular. Desde o início já aponta para as alterações na visão de cultura (erudita) do século XIX a partir da Revolução Industrial e da disseminação “dos meios de comunicação” e dos “meios de cultura” que acabariam gerando a chamada cultura de massa.

A obra foi reeditada algumas vezes e, em 1981, ganhou sua quinta edição que agregou um capítulo denominado “*Sobre a cultura das classes pobres*”, que aparece logo no início precedendo até a introdução. Seguiram-se reimpressões posteriores tendo sido a 13ª. em 2009.

Ecléa Bosi é formada em Psicologia na graduação (1966) e concluiu o doutorado (1971) em Psicologia Social pela Universidade de São Paulo. Em 2013 continua ativa como Professora Emérita da Universidade de São Paulo, onde também coordena o Programa Universidade Aberta à Terceira Idade. Trabalha especialmente com temas da psicologia, memória, cultura. Sua atuação rendeu os prêmios “Prêmio Internacional ARS Latina 2009” por Memória e Sociedade, “Loba Romana” do ano Brasil-Itália 2011 e “Averroes” 2011. Suas principais obras até o momento são: “Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias”, “Memória e sociedade”, “Velhos amigos”, “O tempo vivo da memória” e a antologia “Simone Weil, a condição operária”.

Segundo Marilena Chauí (2008, p.15), a principal contribuição de Ecléa Bosi para a Psicologia Social está na relação que conseguiu estabelecer entre “teoria, método e técnicas de pesquisa e militância social, política e cultural, a partir da definição da psicologia como fenomenologia dos atos expressivos e da relação de amizade entre o pesquisador e o pesquisado como pessoa”.

Neste texto, não vamos abordar toda a obra de Ecléa Bosi, mas apenas o livro identificado acima. O objetivo é compreender o caminho metodológico perseguido pela autora e fazer uma síntese dos pressupostos teóricos que ancoraram a pesquisa, além de identificar alguns dos resultados da mesma.

Dos fundamentos teóricos às suas reelaborações

Voltando ao livro “Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias”, passadas mais de 3 (três) décadas, os termos usados e as concepções (cultura de massa, dicotomia entre cultura erudita e cultura popular, indústria cultural...), em voga na época, causam um certo desconforto dado o seu desaparecimento da literatura nos anos recentes.

Na área da Comunicação existe certa tendência a estudos de fenômenos emergentes em suas épocas de opulência e, atualmente, o maior atrativo são os objetos de estudo relacionados às tecnologias de informação e comunicação e a comunicação no ciberespaço. Porém, problemáticas como as trabalhadas por Ecléa Bosi continuam atuais, como as questões de leitura e das inter-relações entre a cultura vivenciada pelas pessoas e os meios de comunicação num processo dinâmico de incorporação de ideias e valores, mas que também dá sinais de resistência a massificação e ao nivelamento cultural.

Do meu ponto de vista, nas últimas décadas, muito do que se conhece no âmbito dos estudos sobre as relações entre culturas e comunicação na linha dos estudos culturais e da recepção na América Latina tem sua gênese na contribuição da Ecléa Bosi, embora parece fazer falta a alguns deles uma releitura da obra “Cultura de massa e cultura popular...”. As certezas sobre um receptor super ativo e capaz reelaborar os conteúdos midiáticos “consumidos” talvez turvem o olhar sobre as influências que, simultaneamente, ocorrem. Claro que não se pode negar a capacidade de reelaboração das mensagens pelas pessoas, mas também não se pode negar o sentido dialético na constituição das culturas populares. Há aceitação–rejeição, há assimilação– resistência, em cuja dinâmica as culturas “de massa” e a “cultura popular” se interseccionam e se atualizam.

Na obra em questão, Ecléa partiu da pergunta se havia hábito de leitura de (jornais, revistas e livros) entre as operárias. Queria “conhecer suas leituras e a maneira pela qual eram atingidas pela comunicação de massa” (BOSI, 1981, p.95). Para responder à sua questão de pesquisa, além de denso estudo bibliográfico que possibilitou a construção do referencial teórico com o qual dialogou durante todo o processo de investigação, realizou entrevistas (em 1970) com 52 mulheres operárias do setor de condicionamento de óleo, margarina e saboagem de uma fábrica da Zona Oeste de São Paulo.

Do ponto de vista teórico, a autora elabora uma síntese aprofundada dos principais elementos teóricos dos temas da comunicação de massa e das culturas de massa, popular e operária.

Para abordar as teorias sobre a *comunicação de massa*, ela parte de C. Wright, R. Merton e P. Lazarsfeld, entre outros, sobre a Teoria Psicossocial – ou o funcionalismo norte americano – que está interessada na interação dos indivíduos com a sociedade e sua relação com os meios de comunicação de massa, mas especificamente sobre os *efeitos* destes nos indivíduos. Complementa essa abordagem indicando as ideias basilares sobre as *funções/disfunções* dos meios, ou seja, a influência funcional ou disfuncional dos mesmos nos receptores, o que podem ocorrer na “atribuição de status a um indivíduo”, no “reforço das normas sociais” ou na “disfunção narcotizante” (MERTON; LAZARFELD, apud BOSI, 1981, p.34–35). Esta corrente teórica (funcionalismo) foca essencialmente o *emissor* e tem comonexo a relação *emissor-destinatário*, uma vez preocupada em entender que tipo de influência (funcional ou disfuncional) ocorre a partir da comunicação de massa (rádio, televisão, jornais, revistas, cinema...). Com o avanço tecnológico, então a eletrônica, representado na televisão, a ênfase dos estudos recai sobre os fatores técnicos, a partir do canal e do código. Para analisar esta perspectiva teórica que dá primazia ao *meio* eletrônico (técnico) – o canal, cuja máxima está em tomar *o meio como mensagem*, Ecléa entra com Marshall McLuhan e Edmund Carpenter. Em seguida ela chega aos conceitos de *Indústria Cultural*, com Edgar Morin e Theodor Adorno, para discutir a abordagem conceitual que toma a “indústria” midiática de produção e circulação de bens culturais como patrocinadora da homogeneização e standardização das culturas. Para Adorno (apud BOSI, 1981, p.57), a expressão “indústria cultural” é mais adequada do que “cultura de massa”, pois não se trata de um fenômeno que “nasça espontaneamente das próprias massas [...]. Ao contrário, as mensagens da TV e da imprensa são fabricadas mediante certos planos [...] e visam ao consumo”.

Portanto, a discussão é feita tendo como patamar a sociedade capitalista na qual a lógica da produção recai em produtos nivelados por baixo (visa o consumidor médio em nível de compreensão), como forma de garantir o consumo. Para situar essa problemática no contexto das sociedades capitalistas, Ecléa Bosi (1981, p.59–61) se ancora em Hanna Arendt (sociedade de consumidores, o consumidor moldado pelo consumo) e em Karl Marx (fetichismo da mercadoria: autonomia das coisas mortas que se movem como se fossem vivas).

Sobre os temas da *cultura de massa*, *cultura popular* e *cultura operária*, a autora começa falando da cultura popular brasileira, a partir de Oswaldo Elias Xidieh, Florestan Fernandes, Guimarães Rosa e Antonio Candido para situar a questão da coesão interna da cultura popular e das reelaborações constantemente processadas.

Na discussão que trava sobre cultura popular ela também traz Antonio Gramsci, Leo Loventhal e Umberto Eco. Retoma Merton, Adorno e Morin. Reproduz uma pergunta comum na época: “A cultura de massa vai absorver a cultura popular”? Mas, a contrapõe com outra indagação: “A cultura popular vai absorver a cultura de massa”? Mostra e parece concordar com certas visões frankfurtianas de comunicação de massa e indústria cultural, mas, discute com as mesmas, sempre se perguntando sobre as relações entre cultura de massa e cultura popular. Ou seja, começa a por em suspenso certos conceitos que tomam a cultura popular como “pura” e prestes a ser desfigurada devido o poder da indústria cultural.

Nessa perspectiva, sistematiza conceitos que denunciaram a passividade, a “disfunção narcotizante” (MERTON) e a homogeneização da cultura de massa (ADORNO e MORIN) em contraponto à cultura popular como construída a partir da cultura do povo. De Gramsci ela (1981, p.63-64) aponta sua percepção da existência de uma “cultura criada pelo povo” – que articula uma concepção de mundo e da vida em contraposição aos esquemas oficiais –, ao lado da cultura erudita transmitida pela escola e referendada pelas instituições.

Avança mostrando visões teóricas, até então predominantes, sobre a cultura erudita, seus padrões conceituais e o modo de ver o outro, sempre como “o outro”, o diferente, ou mesmo inferior. Na linha gramsciana, demonstra que a cultura popular pode atravessar a cultura de massa e assimilar continuamente novos significados. Em suas palavras: “Tanto do ponto de vista histórico quanto do funcional, a cultura popular pode atravessar a cultura de massa tomando seus elementos e transfigurando esse cotidiano em arte. Ela pode assimilar novos significados em um fluxo contínuo e dialético” (BOSI, 1981, p.65).

Por meio de relatos de outros estudos mostra que a cultura popular se atualiza constantemente. Por um lado, ela assimila valores e corresponde a apelos da “indústria cultural”, cujos produtos são intencionalmente produzidos para uma inteligência mediana (o kitsch, por exemplo), pois, o que importa é o consumo do maior número possível de consumidores (ECO). Contudo, ele mantém representações das classes pobres.

Em suma, para a autora (1981, p.67), “a cultura popular é igual cultura de massa mais folclore”. Em outros termos, poder-se-ia dizer que a cultura popular assimila a cultura de massa, mas sem apagar suas origens. Ecléa acrescenta que a cultura popular é a cultura vivida mais a cultura desejada (aspirações). Mas, reconhece a existência de uma nova cultura popular, claramente não folclórica, e abertamente organizada pela indústria do lazer, destinada ao “público-massa” e distinta da “alta cultura” (BOSI, 1981, p.82).

Para entender a leitura do jornal, da revista e do livro por operárias, ela inclui a questão do lazer do ponto de vista conceitual com G. Friedmann e J. Dumazedier, tomando-o no sentido do uso do tempo livre (tempo liberado após o trabalho produtivo) para atividades ligadas ao bem estar. Nessa perspectiva, discute o lazer operário como condição pós-trabalho, o que o configura como necessidade de compensação da alienação do trabalho, ou seja, as práticas voltadas tanto ao ativismo (camping, os jogos e alcoolismo) quanto à distração ao assistir televisão, rádio, cinema ou a leitura de jornais e revistas, que também podem significar “refúgio” na própria casa.

Os achados do estudo empírico

O estudo empírico traz dados objetivos por meio de tabelas e números sobre os hábitos de leitura, além de fragmentos dos depoimentos obtidos diretamente junto às mulheres entrevistadas. Por meio dele a pesquisadora se inseriu no mundo da vida cotidiana das entrevistadas, a partir do qual ela releva a cultura das mulheres operárias em suas próprias falas. Trata-se de uma postura investigativa que toma cada entrevistada como sujeito, que respeita o jeito de falar e de se expressar próprio de cada uma, porém sem deixar de interpretar os sentidos explícitos e as entrelinhas dessas falas e das tabelas construídas como forma de atingir os objetivos da pesquisa. Resulta que enxerga a cultura popular como cultura de resistência, mas ao mesmo tempo “consumida” por padrões da cultura de massa. Em outras palavras, a cultura popular é imersa naquilo que os meios impressos oferecem nos veículos de comunicação que mais são lidos: jornais e revistas, estas no formato de folhetins, ou seja as fotonovelas que alimentam sentimentos ligados ao amor.

No bojo das falas das mulheres, a pesquisa revela ainda a condição feminina da mulher operária. Primeiro, o seu gosto pela leitura e, ao mesmo tempo, os impeditivos para sua concretização. Ou seja, elas têm interesse, gostariam de ler, mas o custo econômico das publicações e as dificuldades advindas dos limites de tempo devido a sobrecarga de trabalho (na fábrica e os afazeres domésticos) atuam como limites à consecução do interesse pela leitura. Segundo, a aceitação – e até a preferência – do trabalho feminino pelas indústrias para alguns tipos de atividades garante à mulher mais possibilidades de inserção no mercado de trabalho. Terceiro, o trabalho pesado desenvolvido pelas mulheres não significa

a equiparação de remuneração ao mesmo trabalho desenvolvido pelos homens. A discriminação é comprovada, pois, a remuneração do trabalho da mulher é sempre inferior ao do homem, mesmo desempenhando as mesmas funções. Quarto, o sistema de dupla jornada penaliza a mulher: ela dedica grande parte das horas diárias no trabalho na fábrica, mas também está sob sua responsabilidade o trabalho doméstico (lavar, passar roupa, arrumar a casa, cozinhar para a família, comprar os mantimentos, cuidar dos filhos etc.), o que ela faz em geral no tempo que seria o “seu tempo livre”. Quinto, existe a submissão da mulher operária a todas as condições acima apontadas, seja por medo de perder o emprego ou de que haja mudança nas condições familiares. Afinal a manutenção da família unida é um valor fortemente enraizado, ainda mais na época em que a pesquisa foi realizada. Ao mesmo tempo, a mulher se sente mais respeitada e valorizada pelo esposo ao participar da composição da renda familiar. Desfruta, portanto, de certa autonomia financeira que lhe garante mais liberdade no seio da família. Ainda assim, de certo modo, as mulheres entrevistadas colaboram na reprodução do machismo incrustado nas mentes pela ideologia, pois demonstram sentirem-se inferiores aos homens.

Enfim, umas das lições que a autora (1981, p. 164) colheu das entrevistas é a seguinte: “existe na leitura um real mas também um potencial. E que esse potencial (que engloba aspirações, interesses, desejo de conhecimento) pode ou não realizar-se. Para o nosso grupo esse universo de possibilidades era vedado por uma barreira econômica”.

A lição que ela nos deu: ao terminar a obra disse (1981, p.179) que a “pesquisa foi realizada na véspera, antes dos fatos, isto é antes da formação de uma comunidade de leitores. Devemos trabalhar para a sua existência através da formação de bibliotecas de bairro, de paróquia, de fábrica”. Nesta frase ela registra claramente o seu marco epistêmico e não deixa dúvida de seu engajamento em atividades que possam colaborar para propor soluções a problemas que afetam segmentos sociais empobrecidos ou discriminados, como demonstram outras de suas produções.

Perguntando sobre como situar a própria pesquisa no conjunto das análises sobre a questão cultural, Ecléa disse desejar que de sua pesquisa eclodisse um objetivo, a formação de uma “cultura de proposta” contra uma cultura de entretenimento, mesmo sabendo das resistências, mas acreditando no poder de presença dos que trabalham com cultura. A atitude esperada por ela (1981, p.179), não era de “polêmica aristocrática contra os meios de comunicação, nem a cegueira ante sua periculosidade”.

Mas a obra ecoa outra lição aos pesquisadores: não basta auscultar superficialmente a realidade nem apenas falar em nome alguém, mas enxergar a realidade a partir da perspectiva do outro. Ela diz (1981, p.179), textualmente:

[...] depois de descobrir carências, percebemos que elas nos comprometem. É preciso conhecer o problema de perto, tocar nos fatos. Mas isso não basta para que se fale em nome de alguém: devemos também enxergar de sua perspectiva a realidade. Assumir a visão operária do mundo é um exercício difícil, um limite que tentamos alcançar, um caminho a percorrer.

A inserção e atuação de Ecléa Bosi como pesquisadora no universo da vida cotidiana de seus investigados é assim interpretada por Marilena Chauí (2008, p.17):

A indagação de Ecléa e a busca de uma resposta configuram uma tomada de posição ética e política sobre a atividade intelectual e a pesquisa científica como militância, compromisso de luta contra a violência cotidiana da sociedade capitalista, em geral, e da brasileira, em particular. Mulheres operárias, que desejam ler e às quais são oferecidas tanto uma falsa biblioteca de enciclopédias baratas e mal feitas, quanto revistas mal impressas e fáceis romances amorosos; mulheres cuja vista cansada dificulta a leitura desejada, e que a fadiga faz dormir sobre os livros.

A pós-leitura da própria autora

Como já foi dito, a obra em análise foi lançada em 1972, mas a edição de 1981, a quinta, agregou um capítulo introdutório, escrito em 1977, intitulado “Sobre a cultura das classes pobres”. Nele Ecléa parece querer fazer uma síntese do seu percurso investigativo e das conclusões a que chegou. Nesse sentido faz uma interessante discussão sobre metodologia de pesquisa, mas começa analisando “a cultura do povo, vista de fora”. Enfatiza a ideia de que a cultura dos pobres se liga a existência deles e à própria sobrevivência. Problematiza a questão de qual seria o informante “adequado” para expressar as condições vividas pelas classes pobres. Afirma que essas condições foram descritas por grandes cientistas

e que existem diferentes ideias do que seja cultura na cabeça de seus viventes. Também lembra que há diferentes formas de apreender essa cultura e muitas são as fontes que servem para tanto. Uma das formas é a observação participante, aquela que implica na inserção do pesquisador no ambiente pesquisado. No intertítulo, “a cultura de povo, vista de fora”, diz não bastar apreensões a partir da fala, mas também pelo gesto, o olhar e nos signos do status social traduzidos na roupa, no corpo, além da convivência das condições comuns. Afinal, “a substância narrativa não é desvendada com uma aproximação apenas periódica do grupo” (BOSI, 1981, p.13). Em “a cultura, vista pelo trabalhador”, Ecléa reforça o pressuposto de que *existe uma cultura vivida* (nela os valores e representações se agrupam) e *existe uma cultura aspirada* (por exemplo, a aspiração por instrução, pelo menos para os filhos, o desejo de leitura...). Neste último universo também estão os sonhos e os sentimentos quanto ao amor (a fotonovela é apreciada ao narrar histórias encantadoras) e a criança, a qual sempre aparece com aura de proteção. Ao terminar o capítulo, reflexiona sobre a dialética “unidade e diversidade” a partir dos traços da cultura representada e expressa por operários e operárias que incorporam símbolos e valores da indústria cultural, mas também representam “uma resistência diária à massificação e ao nivelamento” (BOSI, 1981, p.23).

Referências

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias.** [1972]. 5.ed.ampl. Petrópolis:Vozes, 1981. 188p.

CHAUÍ, Marilena. Homenagem a Ecléa Bosi. **Psicologia USP.** São Paulo, v.1, n.19, p. 15-24, jan./mar. 2008.

15. O Brasil cultiva a tradição do impasse?

Priscila Kalinke da Silva¹

BARBOSA, João Alexandre. **A tradição do impasse**: linguagem da crítica e crítica da linguagem em José Veríssimo [1974]. São Paulo: Ática, 1974. 255p.

A obra supracitada, publicada por João Alexandre Barbosa em 1974, é resultado da primeira tese defendida no Curso de Teoria Literária da Universidade de São Paulo, intitulada *Linguagem da Crítica e Crítica da Linguagem: um estudo de caso brasileiro (José Veríssimo)*. Foi “rebatizada” para *A tradição do impasse: linguagem da crítica e crítica da linguagem em José Veríssimo* quando de sua publicação.

1. Doutoranda em Comunicação pela Universidade Metodista, Mestre em Educação pela Universidade Estadual de Maringá (2012), pós-graduada em Comunicação e Educação (2009) pela FCV, graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Maringá (2007), graduada em Comunicação Social – Jornalismo pelo Centro de Ensino Superior do Paraná (2005). E-mail: prikalinke@yahoo.com.br

João Alexandre Barbosa (1937-2006) foi um intelectual brasileiro respeitável, que não só se dedicou aos estudos da Literatura, como se consagrou no Jornalismo Literário. Sua formação inicial foi no curso de Direito, pela Faculdade de Recife, embora não tenha exercido esta profissão. Barbosa optou por atuar na área já mencionada, Jornalismo Literário, no *Jornal do Commercio de Pernambuco*. Em seguida, tornou-se membro do corpo docente fundador do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, a convite do professor Luiz Beltrão. Em meados dos anos 1960, tornou-se assistente na Universidade de São Paulo. Em 1970, concluiu o doutorado e, dez anos mais tarde, integrou-se ao grupo de professores titulares da USP, como docente das disciplinas Teoria Literária e Literatura Comparada. O pesquisador foi, ainda, presidente da Editora da Universidade de São Paulo, diretor da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas e pró-reitor de Cultura e Extensão Universitária (PESQUISA FAPESP, 2006).

João Alexandre Barbosa escreveu as seguintes obras, sendo a última publicada postumamente: *João Francisco Lisboa: trechos escolhidos* (Rio de Janeiro, Agir, 1967); *A Metáfora Crítica* (São Paulo, Perspectiva, 1974); *A Tradição do Impasse: linguagem da crítica e crítica da linguagem em José Veríssimo* (São Paulo, Ática, 1974); *A Imitação da Forma: uma leitura de João Cabral de Melo Neto* (São Paulo, Duas Cidades, 1975); *Opus 60: ensaios de crítica* (São Paulo, Duas Cidades, 1980); *As Ilusões da Modernidade: notas sobre a historicidade da lírica moderna* (São Paulo, Perspectiva, 1986); *A Leitura do Intervalo* (São Paulo, Iluminuras, 1990); *A Biblioteca Imaginária* (Cotia, SP, Ateliê Editorial, 1996), *Entrelivros* (Cotia, SP, Ateliê Editorial, 1999); *Folha Explica João Cabral de Melo Neto* (São Paulo, Publifolha, 2001); *Alguma Crítica* (Cotia, SP, Ateliê Editorial, 2002); *Mistérios do Dicionário* (Cotia, SP, Ateliê Editorial, 2004) e *A Comédia Intelectual de Paulo Valéry* (São Paulo, Iluminuras, 2007).

A Tradição do Impasse: linguagem da crítica e crítica da linguagem em José Veríssimo é um ensaio cujo objetivo foi identificar as transformações da linguagem crítica de José Veríssimo mediante o exame de suas atividades crítico-literárias, realizadas no Brasil entre a segunda metade do século XIX e primeiros anos do XX. A análise foi possível após Barbosa (1974) mapear toda produção intelectual do crítico, a saber, publicações em jornais, revistas e livros, a qual tratava de temas diversificados, sobretudo relacionados a questões etnográficas e à crítica literária.

Para melhor compreensão dos aspectos metodológicos da obra, Barbosa (1974) explica que se orientou pelos objetivos propostos, isto é, num primeiro momento, buscou recuperar a obra global do autor, “visando-se restabelecer

uma sequência, por razões diversas, perdida, e neste sentido o trabalho se desenvolveu em busca de elementos balizadores da atividade crítica de Veríssimo, constituindo-se, assim, tarefa de prospecção histórico-literária” (p. 24); em seguida, após este processo de restauração, partiu propriamente a investigar, de modo criterioso, a linguagem do crítico.

[...] a investigação da linguagem crítica de José Veríssimo, enquanto formulação resultante de uma determinada posição diante do fenômeno literário, quer propondo novos modos de abordagem, quer aglutinando influências, no esforço comum da *intelligentzia* brasileira do século XIX em conferir *status* teórico ao que parecia, para sempre, entregue ao empirismo das descobertas causais e à erudição desordenada. (BARBOSA, 1974, p. 24).

Barbosa (1974) identificou três momentos no processo de evolução da linguagem crítica de José Veríssimo, claramente demarcados pelo período de transformações que o país atravessava na época – especialmente em função das intermediações da Proclamação da República.

O primeiro período, entre 1878 e 1890, revela a produção provinciana do crítico, ainda em formação, como escritor e pesquisador. Colaborava em diversos jornais da Província do Pará, fundou a *Revista Amazônica* e publicou quatro livros – *Primeiras Páginas* em 1878; *Cenas da Vida Amazônica*, 1883-1884; *Estudos Brasileiros: primeira série*, 1889; e a *Educação Nacional*, 1890. Em seu período de formação, sofreu influência da Geração Contestante, também conhecida como Geração de 70, ou seja, “[...] geração de intelectuais que, nas mais diferentes regiões do país e por intermédio dos mais diversos meios de participação, se constitui o porta-voz daquilo a que o próprio Veríssimo chamaria, mais tarde, de ‘espírito novo’, ‘modernismo’ de nossa evolução cultural” (BARBOSA, 1974, p. 77). Este grupo tinha como fundamentos o cientificismo e o positivismo.

É válido destacarmos, desta fase, a obra *Educação Nacional*. Com vistas a apresentar um panorama da educação no Brasil, Veríssimo apresenta-nos uma reflexão teórica e instruções práticas, conforme os objetivos pensados pela geração à qual pertencia. Os capítulos estão assim divididos: A Educação Nacional, As Características Brasileiras, A Educação do Caráter, A Educação Física, A Geografia Pátria e a Educação Nacional, A História da Pátria e a Educação Nacional, A Educação da Mulher Brasileira e, por fim, Brasil e Estados Unidos.

Naquele período, o nacionalismo se fazia muito presente em sua produção, reflexo da crítica naturalista empregada pelo autor nesta primeira etapa. O impasse, aqui, foi assim resumido por Barbosa (1974, p. 107): “o julgamento literário devia se apoiar no grau de participação que a obra revelava em relação ao projeto nacional, mas, ao mesmo tempo, se via obrigado a considerar uma linguagem do passado que conduzia o ‘espírito novo’”. Na sequência, conclui o autor, “[...] a decisão não teria de ser outra: optava-se pelo conteúdo e se relegava a forma ao estado de preocupação beletrística, de acordo com a imagem de um passado imediato que se procurava combater” (p. 107).

O segundo momento, de 1891 a 1900, emerge quando o crítico mudou-se para o Rio de Janeiro e começou a atuar como crítico literário, jornalista e professor. Nesta fase, publicou *Estudos Brasileiros: segunda série*, 1894; dirigiu a Revista Brasileira e tornou-se crítico regular do Jornal do Brasil. Este período revelou importante modificação na linguagem crítica do autor, superando a perspectiva naturalista e apropriando-se do “grão de ironia e ceticismo” como estratégia reflexiva. Nas palavras de Barbosa (1974, p. 126), essa estratégia foi escolhida “[...] para a investigação da circunstancialidade brasileira em que se achava metido, ao mesmo tempo em que estabelecia uma correlação entre essa tática e o pessimismo de que estava possuído, dava a indicação precisa de uma importante modificação em sua linguagem crítica”.

De outro modo, Barbosa (1974, p. 128) explica:

[...] de um lado estava o país, a sua estrutura social, política e econômica corroída pelos primeiros momentos de vida republicana; de outro lado estava o intelectual que refletia sobre a mesma estrutura, recusando-a como favorável à criação e jogando num posterior renascimento fundado na desvinculação que o tempo haveria de possibilitar. Quanto ao presente não haveria alternativa: era assumir uma posição de pessimismo quanto às suas realizações e considerá-lo apenas como estágio de transição para o que, talvez, houvesse de surgir no futuro.

Na tentativa de mostrar um posicionamento imparcial, “desvinculado” de movimentos paradigmáticos, as análises do crítico tornaram-se mais arbitrárias e isoladas e, ao mesmo tempo, evidenciavam certa aproximação com o impressionismo.

Acerca da “necessidade” de mudanças na linguagem do autor, Barbosa (1974) expõe que os esquemas críticos empreendidos por Veríssimo em sua fase provinciana não seriam mais adequados aplicar nos textos do *Jornal do Brasil*, haja vista o

momento em que o país passava. O desafio que o período estabelecia, revela Barbosa (1974, p. 136), “[...] era o de formular uma linguagem capaz de incorporar as inquietações do seu tempo e, ao mesmo tempo, esclarecê-las criticamente”. A pesquisa de Barbosa possibilitou-lhe compreender que “a linguagem de que se serve resulta não apenas de uma escolha pessoal, mas de um tecido de necessidades a que se via obrigado em suas relações com a própria evolução da sociedade brasileira” (p. 136).

A terceira etapa, entre 1901 a 1916, compreende a fase de intensa produção intelectual de José Veríssimo e período em que instaurou nova linguagem crítica para que conseguisse abarcar a “dupla face de Janus”, isto é, um modelo que solucionasse a dicotomia entre o naturalismo crítico e o impressionismo. Segundo Barbosa (1974, p. 157), uma face “[...] voltada para os desígnios de nossas primeiras buscas de auto-identificação (critérios de nacionalidade/substratos etnográficos) e a outra proposta pelas modificações da sociedade (aspiração da especificidade crítica/começo de um novo modelo de reflexão”.

Neste momento, além de colaborar para diversos jornais e revistas, ainda publicou as seis séries dos *Estudos de Literatura Brasileira* (1901-1907), as três séries sobre *Homens e Coisas Estrangeiras* (1902-1910), o livro *Que é Literatura? e Outros Escritos* (1907), além de obras póstumas, como a *História da Literatura Brasileira* (1916) e *Letras e Literatos* (1936). José Veríssimo conseguiu amadurecer sua linguagem crítica quando das produções sobre história literária, sobretudo porque esta temática permitiu fundir critérios que se apropriara no início de sua formação – como estudos sobre etnologia e nacionalismo – e outras influências que sofrera a partir de 1891.

Na visão de Barbosa (1974), foi em sua obra póstuma, *História da Literatura Brasileira*, que ficou registrada a principal tentativa de Veríssimo de se resolver diante das contradições até então apresentadas em sua linguagem. Neste sentido,

[...] esta obra [*História da Literatura Brasileira*] representa, de maneira admirável, a tentativa do autor no sentido de resolver, através da reflexão histórica, a dicotomia de uma linguagem crítica, dividida entre o approach realista e a especificação literária de que se contaminara por sua experiência impressionista. Dizendo de outro modo, não haveria espaço mais apropriado do que a história literária para servir como ponto de fusão entre os critérios de que se embebera em sua formação (etnologia, nacionalismo) e aqueles propostos pela revisão a que se submetera os anteriores por força das novas influências e do próprio envolver, como já se viu, da sociedade brasileira que o crítico passara a experimentar a partir de 1891. (BARABOSA, 1974, p. 196).

Deste modo, Veríssimo concilia a dicotomia acima citada ao recorrer à história literária, isto é, de um lado, a linguagem “[...] ora voltada para o passado (tratar de literatura), ora para o presente/futuro das instigações sociais (ao tratar dos aspectos gerais da cultura do tempo)”. Na perspectiva de Lima (2000, p. 131), mesmo passando décadas da publicação do ensaio, ao contrário do pensava João Alexandre Barbosa, esse tempo não foi suficiente para que a “[...] pesquisa universitária na área dos estudos literários conseguisse desvincular a imagem do crítico brasileiro da imagem de ‘Janus de dupla face’, utilizada por ele para exprimir os dilemas que marcaram um dos principais fundadores da ‘moderna’ crítica de arte no Brasil”.

Ao refletir sobre o contexto contemporâneo da crítica brasileira, Rachel Lima (2000) traça um paralelo com a figura de Janus, a qual foi utilizada para representar o impasse entre a história e a literatura na crítica de José Veríssimo.

As oscilações do trabalho crítico de Veríssimo traduzem a condição do intelectual brasileiro, que, ao mesmo tempo em que deseja ceder aos sedutores apelos da modernidade, assumindo o projeto iluminista que lhe delimita uma missão pedagógica e lhe confere em troca um lugar de proeminência na escala social, é obrigado a reconhecer que os diferentes roteiros cumpridos pelas diversas nações no processo de modernização são determinantes na configuração das posições de centro e de periferia do capitalismo. Como lembra João Alexandre Barbosa, o ‘grão de ironia e ceticismo’ plantado em Veríssimo pela decepção decorrente da inalterabilidade das condições socioeconômicas brasileiras após a proclamação da República e a abolição da escravidão está na raiz da substituição do critério documentalista por uma visão estética e autônoma da literatura, tal como praticada, por exemplo, por Machado de Assis (LIMA, 2000, p. 133).

Após visualizarmos alguns impasses entre a linguagem de José Veríssimo e a sociedade da época, é interessante que pensemos, mesmo que brevemente, a respeito de alguns impasses pelos quais atravessamos no campo da Comunicação. Segundo Marques de Melo (2010, p. 20), o advento da sociedade digital nos leva a pensar como o Brasil cultiva a tradição do impasse: “A nação tem consciência dos seus problemas fundamentais, vislumbrando os caminhos para solucioná-los, porém as elites que controlam o poder hesitam em dar-lhes tratamento adequado, optando por medidas paliativas que agravam a situação”. Para

esclarecer melhor este ponto de vista, o autor apresenta o caso das manifestações folkcomunicaçãois.

Nada melhor que o resgate dessa metáfora para entender o que ocorre na complexa estrutura comunicacional brasileira, onde dois sistemas coexistem paradoxalmente [...] interagindo no plano das trocas simbólicas, sem integrar-se na esfera das providências estratégicas. Esses dois Brasis se confrontam, interagem, complementam. As manifestações folkcomunicaçãois do Brasil tradicional recodificam e reinterpretam as expressões massivas do Brasil moderno. O fosso entre os dois fluxos se foi reduzindo lentamente, no correr do século XX, traduzindo a pouca apetência das elites brasileiras no sentido de eliminar as desigualdades sociais. (MARQUES DE MELO, 2010, p. 20).

No mesmo texto, o autor segue seu argumento ao exemplificar a força dos interlocutores na melhoria dos conteúdos dos meios de comunicação, como a chegada dos imigrantes ao Brasil e os avanços educacionais que proporcionaram posicionamento mais atencioso do público, sobretudo das classes médias.

A chegada dos imigrantes estrangeiros no início do século passado acelerou, por exemplo, a expansão da imprensa, cuja leitura era demandada pelas comunidades letradas oriundas da Europa. Mais recentemente, o incremento das oportunidades educacionais para os trabalhadores urbanos acarretou o crescimento das tiragens dos jornais e das revistas. A elevação do nível cultural das classes médias influiu na melhoria dos conteúdos da televisão, como foi o caso das telenovelas. Mas, enquanto perdurar o impasse institucional, sem alterar-se o quadro da exclusão social e da indigência educacional, os dois sistemas comunicacionais permanecerão ativos, correspondendo às demandas culturais de audiências estanques ou segregadas. (MARQUES DE MELO, 2010, p. 20).

Podemos pensar nesse contexto de retroalimentação, em que os consumidores midiáticos não permanecem apáticos e passivos no processo comunicacional, se considerarmos as possibilidades que as redes sociais nos fornecem isto fica mais evidente, sobretudo, porque é mais um recurso que permite dar voz ao público, além da capacidade de compartilhar de ideias.

Outro descompasso apresentado por Marques Melo (2009) é a distância entre a formação do jornalista e o mundo do trabalho. Segundo o autor, na década de 1960, houve tentativas de aproximação entre empresa e universidade, contudo, o regime político, instaurado em 1964 no Brasil, limitou a liberdade de imprensa e os cursos universitários também foram contestados, dentre eles o de Jornalismo. Deste modo, entende Marques de Melo (2009) que os cursos de jornalismo foram suprimidos e transformados em habilitações de Comunicação Social. Na visão deste autor, o Jornalismo, então, perde sua identidade.

O trabalho exaustivo e criterioso de Barbosa (1974) nos apresenta mais do que resultados das fases de José Veríssimo, descortina um importante panorama do processo de evolução da linguagem crítica na conjuntura nacional, concomitante ao período de transformações em que Brasil atravessava. Superando os paralelos, o autor conseguiu fundamentar este processo e mostrar os impasses entre a linguagem e a estrutura da sociedade no fim do século XIX e início do XX.

Referências

BARBOSA, João Alexandre. **A tradição do impasse**: Linguagem da crítica e crítica da linguagem em José Veríssimo. [1974]. São Paulo: Ática, 1974.

LIMA, R. E. Ainda a tradição do impasse. **Estudos neolatinos**, v. 2, n. 1, 2000. Disponível em: <[http://www.letras.ufjf.br/pgneolatinas/media/alea/volume%202%20numero%201/2.1%20h\)%20LIMA,%20Rachel.%20Ainda%20a%20tradi%C3%A7%C3%A3o%20do%20impasse.pdf](http://www.letras.ufjf.br/pgneolatinas/media/alea/volume%202%20numero%201/2.1%20h)%20LIMA,%20Rachel.%20Ainda%20a%20tradi%C3%A7%C3%A3o%20do%20impasse.pdf)>. Acesso em: 21 set. 2013.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo**: compreensão e reinvenção. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. Indústrias criativas e de conteúdo: O dilema brasileiro para a integração do massivo ao popular. In: CASTRO, D; MELO, J. M.; COSSETE, C. (Orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. V. 1. Brasília, DF: IPEA, 2010.

PESQUISA FAPESP. **Tradição sem impasse**. Edição 127, set. 2006. Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2006/09/01/tradicao-sem-impasse/>>. Acesso em: 21 set. 2013.

16.

Cândido Teobaldo de Souza Andrade: pioneiro das Relações Públicas no Brasil

Maria Aparecida Ferrari¹

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

ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. **Psico-sociologia das Relações Públicas**. Petrópolis:Vozes, 1975.

Introdução

Só ele, até 1975 tinha conseguido concluir um doutorado em Relações Públicas no Brasil, no dia 15 de outubro de 1975. Prof. Teobaldo, assim chamado por seus alunos, colegas e funcionários também foi o primeiro a receber o título de livre-docente em Relações Governamentais, em 28 de dezembro de 1978, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

-
1. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo e socióloga pela mesma instituição. Foi diretora da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo de 2001 a 2008 e coordenadora do curso de Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo de 2000 a 2009, na mesma universidade. Professora da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: maferrari@usp.br

Sua dedicação às Relações Públicas rendeu-lhe o título dado pelo jornal *Diário da Noite*, em 12 de julho de 1962, de “o pioneiro indígena das Relações Públicas, que nacionalizou o assunto com base na sua experiência brasileira, que é das mais sérias”.

Antes de dedicar-se às Relações Públicas, o Prof. Teobaldo estudou Educação Física e Direito, ambas as carreiras também cursadas na Universidade de São Paulo, mas foi a sua dedicação às Relações Públicas que ocupou sua trajetória profissional e pessoal.

Ele foi um profissional “por inteiro”, como se diz, criador do pensamento científico na área e defensor dos princípios fundamentais da profissão que abraçou com tanto carinho.

A homenagem que eu presto ao Prof. Teobaldo nesse texto trata de enfatizar seu enfoque sobre as Relações Públicas como função administrativa que trata de criar em favor da empresa um crédito de confiança e estima aos interesses institucionais. Nada mais contemporâneo notar que sua definição traz as origens da profissão, mas também a atualidade que pede o atual momento de transformação da sociedade, na qual as organizações necessitam da “licença para liderar” e não mais a “licença para operar”.

Nessas páginas, como aluna, orientanda, profissional e docente comentarei algumas de suas contribuições para a área, uma vez que sua profícua vida profissional e acadêmica nunca poderá ser analisada em sua totalidade nesse pequeno espaço bibliográfico.

Trajetoária nas Relações Públicas nos Estados Unidos e no Brasil

Todos aprendemos que os Estados Unidos foram o “berço” das Relações Públicas, uma vez que no final do século XIX as condições políticas, econômicas e sociais foram fundamentais para o início da atividade na sociedade norte-americana. A preocupação com a opinião pública, a transparência das ações das empresas para com a sociedade e o início de um diálogo que permitia uma interlocução entre a organização e seus públicos foram alguns dos elementos que propiciaram o desenvolvimento das Relações Públicas no continente norte-americano.

Segundo Grunig, Ferrari e França (2011, P 159) “foi justamente na década de 1880, devido a uma série de greves de trabalhadores de vários setores da indústria, que surgem as primeiras atividades de relações públicas fruto do contexto da sociedade norte-americana daquela época”. A segunda metade do século XIX foi um período difícil nessa região do mundo, pois não existiam relações trabalhistas

saudáveis com respeito aos trabalhadores, tampouco havia qualidade no ambiente de trabalho e de capacitação da mão-de-obra, enfim os ‘robbers barons’² exerciam seu poder junto à classe trabalhadora pobre e desamparada nas suas necessidades. Essa situação levou os trabalhadores a organizarem greves pedindo melhores condições de trabalho e de salário mais justo. E é justamente nesse contexto que surgiu Ivy L. Lee assessorando os empresários, entre eles John D. Rockefeller e William Vanderbilt, com o objetivo de melhorar a relação dos milionários com a opinião pública, uma vez que até então esses só se dedicavam a ganhar dinheiro mediante a exploração dos trabalhadores. Lee ajudou-os usando a filantropia e o mecenato para recuperar a imagem dos ‘robbers barons’.

Os pioneiros das relações públicas Ivy Lee e Edward Bernays tiveram um papel importante no assessoramento aos empresários da época e foram os primeiros a abrir agências de comunicação nos Estados Unidos. Tanto Lee como Bernays alicerçaram as bases para o desenvolvimento das Relações Públicas nos Estados Unidos em um momento crucial em que a Europa estava sendo devastada pelas duas grandes guerras. O período que colocou a profissão no seu ápice foi logo após a Segunda Grande Guerra Mundial, momento em que as Relações Públicas começam a ser praticadas sob o enfoque estratégico.

Desde o início as Relações Públicas contaram com grandes especialistas da atividade, como Arthur Page e Harold Burson e com pesquisadores e acadêmicos como Scott Cutlip e Alan Center com a obra *Effective Public Relations* (1952) e Bertrand Canfield com o livro *Public Relations: Principles, Cases and Problems* (1956) que passaram a ser adotadas em universidades do mundo todo e foram traduzidas em inúmeros idiomas para servir de texto base para o ensino das Relações Públicas.

Também é importante destacar que a conjuntura dada para o surgimento da profissão e seu crescimento apoiado tanto na academia como nas associações da categoria, principalmente a PRSA³ propiciou uma base sólida e de credibilidade para a sua prática.

-
2. Robbers barons – expressão anglo-saxã, significa os “barões ladrões”, que eram empresários sem escrúpulos que se tornaram milionários à custa da exploração da população trabalhadora.
 3. PRSA – Public Relations Society of América, associação fundada em 1947 e que até hoje é altamente prestigiada pelos profissionais e as organizações. A PRSA oferece aos profissionais o processo de ‘acreditação’ ou ‘certificação’ – APR – que passa a ser um selo distintivo junto ao mercado, pela criteriosa avaliação a que são submetidos os profissionais certificados a cada quatro anos.

Se nos Estados Unidos as Relações Públicas floresceram no início do século XX, fruto de uma contingência político-econômica e social, na América Latina a atividade se desenvolveu várias décadas mais tarde.

O Brasil se destacou como pioneiro da prática das Relações Públicas na América Latina e seu início se deu com a instalação do departamento de Relações Públicas na empresa The Light and Power Co. Ltda., em São Paulo. Porém, deve-se destacar que a história e o desenvolvimento das Relações Públicas nos países da América Latina sempre estiveram dependentes dos modelos e das técnicas praticadas em países como os Estados Unidos, Inglaterra e França e, também de uma maneira imposta, com a chegada das empresas multinacionais. Essas organizações trouxeram consigo as estruturas organizacionais de suas sedes nas quais estava contemplado o modelo de departamento de Relações Públicas voltado para as comunicações com os públicos interno e externo.⁴ Isso ocorreu principalmente no período compreendido entre as décadas de 1930 e 1950, quando o continente latino-americano viveu o seu primeiro estágio de industrialização e, a seguir intensificou-se nas décadas de 1960 e 1970.

Teobaldo e a sua liderança

Entre as décadas de 1910 e 1940, o exercício das Relações Públicas no Brasil esteve restringido a poucas empresas internacionais e a criação de alguns setores de Informação Públicas em órgãos governamentais. Na década de 1940 inicia-se a promoção de cursos ministrados na Fundação Getúlio Vargas, no IDORT e na PUC/RJ, com o objetivo de capacitar os profissionais que, nessa época, praticavam a atividade em empresas públicas e privadas. Dos profissionais que participaram dos cursos livres surgiu o grupo que, liderado por Cândido Teobaldo de Souza Andrade, resolveu fundar a ABRP (Associação Brasileira de

4. Podemos citar no Brasil a empresa canadense Light, que em 1914 instalou seu departamento de RP em São Paulo. Na década de 1930 se instalam na Argentina as empresas Unilever, Siemens, Swift, Ericson, Bayer, AGFA, Price Waterhouse, Goodyear, Citibank e Kodak. Também nos anos 1930 se registra, na Venezuela, o início das atividades de RP na Shell. Já no Chile, o início das atividades de RP se dá em 1952, com a chegada da empresa de mineração norte-americana Braden Copper Company.

Relações Públicas) em 1954. A entidade teve um papel preponderante no desenvolvimento da atividade no Brasil, trazendo especialistas estrangeiros como Harwood I. Childs, Eric Carlson e Neville Sheperd para ensinar e capacitar os profissionais da época, uma vez que não havia curso universitário na área.

A partir de 1956 o Prof. Teobaldo iniciou sua trajetória a serviço das Relações Públicas. Pesquisou e estudou os primeiros livros americanos de Relações Públicas e, em seguida estruturou os primeiros cursos de Relações Públicas em nível médio. Também teve uma participação marcante na criação da FIARP – Federación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas que congregava as associações da categoria ao longo do continente latino-americano e que, a partir de 1980 passou a se chamar de CONFIARP – Confederación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas. Teobaldo teve um papel articulador relevante, principalmente para o fortalecimento do exercício profissional por meio do desenvolvimento da academia e dos cursos superiores com o fim de abrir espaço para as Relações Públicas nas organizações.

A partir de 1954, o Prof. Teobaldo passou a direcionar sua carreira associativa participando ativamente na ABRP/SP ocupando os cargos de secretário, vice-presidente e presidente da entidade, assim como da FIARP e CONFIARP, entidades na qual colaborou na elaboração dos currículos dos cursos de Relações Públicas.

Quando fazemos uma comparação entre o desenvolvimento das Relações Públicas nos Estados Unidos e o Brasil nos deparamos com a questão proposta por Kunsch (2006): não caberia o título de pioneiro das Relações Públicas ao Prof. Cândido Teobaldo de Souza Andrade, uma vez que traz em seu portfólio muitas das características de Edward Bernays, pioneiro na pesquisa de Relações Públicas nos Estados Unidos?

Quiçá podemos mencionar como o momento mais relevante para destacar a atuação pioneira do Prof. Teobaldo, assim como para contextualizar a trajetória das Relações Públicas no Brasil, a criação da lei no. 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que disciplinou o exercício profissional de relações públicas, depois regulamentada pelo decreto no. 63.283, de 26 de setembro de 1968, tornando o Brasil o primeiro país do mundo a adotar legislação específica sobre as relações públicas, sob a égide do período militar. O Prof. Teobaldo teve grande destaque nesse momento, uma vez que ele foi um dos autores da referida lei que criou a profissão e do curso superior de Relações Públicas, com duração de quatro anos, em 1967, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

A profícua literatura do Prof. Teobaldo e sua obra máster *“Psicossociologia das Relações Públicas”*

Cândido Teobaldo de Souza Andrade, além de ser o pioneiro das Relações Públicas no Brasil foi o primeiro a se dedicar a escrever sobre a atividade. Profícuo escritor, proporcionou aos praticantes e aos acadêmicos a primeira literatura especializada no país. Suas seis obras, escritas a partir dos anos 1960, passaram a ser as leituras obrigatórias em todos os cursos universitários, a partir da criação da lei no. 5.377.

Em 1962, publicou seu primeiro livro “*Para entender Relações Públicas*” (1965, 2ª. edição; 1983, 3ª. edição; 1993, 4ª. edição). Seu segundo livro “*Curso de Relações Públicas*” foi publicado em 1970 (1974, 2ª. edição; 1980, 3ª. edição; 1988, 4ª. edição; 1994, 5ª. edição). “*Psicossociologia das Relações Públicas*” foi seu terceiro livro lançado em 1975 (1989, 2ª. edição). Em 1978 lançou o *Dicionário Profissional de Relações Públicas e Comunicação* (1996, 2ª. edição) seguido, em 1982, pela obra “*Administração de Relações Públicas no Governo*” e, em 1988, “*Como administrar reuniões*” (1995, 2ª. edição).

Entre todas as suas obras, cada uma abordando uma temática muito peculiar, destacamos o conteúdo do livro “*Psicossociologia das Relações Públicas*” lançado em 1978. A proposta da obra é analisar detalhadamente o poder psicossocial e a sua importância, uma vez que o poder é a representação da opinião pública, na qual a sua expressão se dá por meio da determinação de interesses públicos e a identificação dos interesses privados, ou seja, os interesses dos diversos públicos e das organizações inseridas em um processo social.

O próprio Prof. Teobaldo dizia (1978, p. 8) que o livro “requer do leitor conhecimento dos princípios de Relações Públicas, uma vez que não se trata de leitura introdutória. Traz procedimentos fundamentais, de interesse para estudantes, professores e profissionais de Relações Públicas e de Administração”. Sua visão contemporânea, pode ser observada quando ele enfatiza que alguns empresários ainda não perceberam que houve uma *alteração sensível* na sociedade moderna e, em consequência, as empresas, pouco a pouco, passam de *propriedade privada para instrumento social*, por meio do qual os grupos de pessoas poderiam satisfazer suas necessidades mais prementes e aguardar a concretização de outras aspirações legítimas.

Dividido em dez capítulos, a obra tem o propósito de refletir sobre as Relações Públicas em seu aspecto psicossociológico e analisa os seguintes elementos: interesse público; comportamento coletivo; público e seu conceito; opinião do público e seu desenvolvimento; público em Relações Públicas; classificação de públicos; poder psicossocial das Relações Públicas e sua responsabilidade, e administração da controvérsia.

Seu ponto central está na defesa do interesse público quando afirma que o interesse público somente poderá ser determinado e identificado pela “*ação dialogante*”, com a formação do público e da opinião pública. A princípio, as Relações Públi-

cas sugiram como *intérpretes* de políticas e diretrizes das empresas modernas, para melhorar os padrões de integração social. Hoje, elas devem ser consideradas como intérpretes das atitudes e opiniões dos públicos para conseguir a integração social.

Cândido Teobaldo de Souza Andrade inicia a sua lógica de construção teórica a partir da necessidade de definição de interesse público. Segundo ele, os cientistas sociais, os políticos e os juristas afirmam ser impossível definir esse conceito, mas o autor indica ser decisiva a conceituação, mesmo que em hipótese, porque o conceito pode ser abordado como um objetivo e um processo presente em toda e qualquer manifestação social.

Para o Prof. Teobaldo, o interesse público é, em último caso, o que a opinião pública afirma que é, isso porque sinaliza que tanto o interesse público e a opinião pública se referem às formas de comportamento coletivo dos agrupamentos espontâneos, em especial, os públicos. Segundo o autor, o poder psicossocial – resultante da formação dos públicos – depende das Relações Públicas, por seus princípios éticos e pela busca de harmonia dos interesses dos públicos. Neste mesmo sentido, o Prof. Teobaldo enfatizava que não se pode ver as Relações Públicas como uma atividade utópica; ela pode ser difícil de ser estabelecida e mantida, porém é decisiva para os destinos da humanidade.

Vale a pena destacar a ênfase colocada por Simeone (2006) que reforça um dos tópicos tratados pelo Prof. Teobaldo na obra em questão e que se refere a controvérsia pública. Explica Simeone que ao longo do século XX, com a eclosão de movimentos sociais expressivos e a circulação cada vez mais abundante e rápida de informações em conexão global, um dos eixos principais das atividades de Relações Públicas viria a ser a questão das controvérsias públicas, com foco nas formas como os sujeitos se agrupam para influir no debate público. E destaca que o Prof. Teobaldo chamava a atenção para o desejo cada vez maior dos indivíduos de “influir na apreciação e na resolução das controvérsias de interesse público” (ANDRADE, 1989, p.40). O cuidado com os públicos e com a opinião pública por parte das organizações advém de dois grandes motivos: a necessidade de justificativa pública para as atitudes privadas da organização – e, por extensão, para a sua própria existência, e a necessidade de ganhar autoridade para influir no debate público e, conseqüentemente, exercer poder social.

Finalmente, a obra analisada mostra sua contemporaneidade quando reforça a questão “responsabilidade social”, pois a atividade de Relações Públicas está intrinsecamente conectada com a ética e a transparência e só pode ser exercida nas sociedades democráticas. Com essa visão, o Prof. Teobaldo mostrou a sua geração e as futuras seu posicionamento sobre uma atividade que ele chamou

de “método de ação, que objetiva conseguir a conscientização das instituições públicas ou privadas e seus públicos, de molde a harmonizar os interesses conflitantes” (ANDRADE, 1972, p. 7).

Considerações Finais

Prof. Teobaldo foi um vanguardista, admirado pela vitalidade didática, pela liderança associativa, pelo rigor científico personagem inegavelmente importante na sistematização da atividade de Relações Públicas no Brasil. Suas obras formaram o esteio para que os profissionais do século XXI possam desenvolver seu trabalho em bases sólidas.

Não há como inventar a “roda”! Uso essa expressão para dizer que ao reler as obras do Prof. Teobaldo vejo que seus conceitos e princípios estão conosco, seja nas bibliografias mais atuais usadas na academia, como nas práticas cotidianas das empresas. Interesse público, opinião pública, administração da controvérsia e outros, são assuntos relevantes enfrentados por todos os profissionais de Relações Públicas no exercício de suas funções. Fica o legado do pioneiro e a lembrança eterna de seus ensinamentos.

Referências

GRUNIG, J. E., FERRARI, M. A. e FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. 2ª. edição, São Caetano do Sul, Difusão, 2011.

KUNSCH, W. L. **De Lee a Bernays, de Lobo a Andrade: a arte e a ciência das relações públicas em seu primeiro centenário (1906–2006)**. Paper apresentado no GT de Relações Públicas e Comunicação Organizacional no XXIX INTERCOM, Brasília, 2006.

SIMEONE, M. **As relações públicas no complexo de administração da visibilidade pública: uma visão política**. Paper apresentado no GT de Relações Públicas e Comunicação Organizacional no XXIX INTERCOM, Brasília, 2006.

17.

O Declínio da Consciência de Classes ante os Meios de Comunicação de Massa no Brasil

Ruy Sardinha Lopes¹

USP – Universidade de São Paulo

VIÁ, Sarah C. da. **Televisão e Consciência de Classe:** o trabalhador têxtil em face dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, Vozes, 1977. 156p.

Professora titular e aposentada da USP (Escola de Comunicação e Artes), Sarah Chucid da Viá - Graduada em Ciências Sociais (1963), mestre em História Social (1965) e doutora em Ciências da Comunicações (1973) - é um bom exemplo do quanto as Ciências da Comunicação se enriquecem com sua

1. Professor doutor do curso e do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da USP, campus de São Carlos. Presidente do capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Br), coordenador do Núcleo de Estudos das Espacialidades Contemporâneas (NEC-USP). Bacharel (1987), mestre (1995) e doutor em Filosofia (2006). E-mail: rsard@sc.usp.br

aproximação de outros campos disciplinares, em especial das Ciências Sociais. Muito de sua contribuição – em especial os estudos sobre Opinião Pública e sobre metodologia da pesquisa – aponta para uma importante questão de um campo então em formação: a necessidade de se constituir um corpo metodológico e epistemológico sensível ao objeto “comunicação”.

Sua pesquisa de doutorado, defendida em 1973 na Escola de Comunicação e Artes da USP, sob o título: *Mudança nas atitudes e opiniões do trabalhador têxtil brasileiro ante os meios de comunicação de massa*, publicada posteriormente, em 1977, pela editora Vozes com o título *Televisão e Consciência de Classe: o trabalhador têxtil em face dos meios de comunicação de massa* já indicava tal preocupação, alinhando-a com outra, a ser melhor explorada em pesquisas e publicações posteriores: os processos constituintes da opinião pública. Enredando-os, a convicção do caráter político e, portanto, não neutro, da pesquisa científica, uma vez que o conhecimento do fenômeno comunicacional e das técnicas de manipulação usadas para a constituição da opinião pública, por exemplo, contribui para que se intervenha culturalmente na sociedade.

Refletindo, pois, uma espécie de “estrutura de sentimento” das pesquisas sociológicas e comunicacionais do período, que tentavam dar conta da presença (e do impacto) cada vez mais acentuada dos meios de comunicação de massa na sociedade brasileira e da necessidade, premente, de sua apropriação pelas forças e pensamento democratizantes, o livro constituía, assim, um importante alerta sobre o processo de reificação em curso.

Tida como “um processo social básico” (VIÁ, 1977, p.15) sem o qual não pode existir interação humana, as comunicações requisitam de sua ciência, ao se aproximar da sociologia, da antropologia, da psicologia social etc., um enfoque metodológico que, no dizer de Adorno, prescinde da “antítese objetiva material” cara às ciências naturais e se constitua em uma relação viva com o objeto, desenvolvendo-o, tanto quanto possível, a partir desse objeto (ADORNO, 2008, p.184). Mais do que técnica de pesquisa, o método se mostra como um percurso por meio do qual se aprende a pesquisar e a inquirir as dimensões materiais e simbólicas da realidade.

No seu contato com o campo comunicacional, a socióloga demonstrará a importância da pesquisa de campo para os estudos da comunicação. Embora faça referência à Lazarsfeld, cremos que, já nesse processo de doutoramento, a jovem pesquisadora tenha procurado evitar a armadilha de um pensamento, como o empirismo americano, que se limita a duplicar a realidade reificada. A perspectiva da “intervenção social” exige que o pesquisador sintam-se afetado

pela distância, resguardando-se das relações empáticas com o campo; separando-se, e agora é Adorno quem profere a petição de princípio, para exercer a crítica do existente.

É portanto, por reconhecer que o processo de reificação da existência se intensificou, que houve uma diluição da consciência de classe dos trabalhadores², que a sondagem do campo se faz necessária. É óbvio que, a autora reconhece, várias são as causas deste encolhimento, não cabendo a nenhuma responsabilidade exclusiva. Destas, entretanto, uma merece destaque: a influência dos meios de comunicação de massa.

Não se trata, aqui, da reivindicação de qualquer determinismo tecnológico, ou mesmo de uma análise dos meios, mas da forma como os conteúdos sociais são apresentados e difundidos pela sociedade: função de mediação.

Assim, afirmará a autora:

Os meios de comunicação atingem os grupos sociais, quebram sua estrutura e contribuem à formação de um novo conceito de classe, resultando em busca natural e inconsciente de ascensão social. É a ascensão desintegradora da classe a que o trabalhador pertence, que não o deixa, muitas vezes, alcançar a escala aonde pretende chegar, restando-lhe, finalmente, um sentimento de frustração profundo e desestimulante. Como o complexo de informação visual, todo um processo de formação de personalidade se altera, modificando os costumes e a mentalidade do grupo (VIÁ, 1977, p.17-18).

O “pseudo-ambiente” propiciado pelos meios de comunicação de massa implicariam certa equidade perniciosa entre as classes:

Com os meios de comunicação de massa penetrando nos lares, oferecendo as interpretações já prontas e manipuladas, é que se estabelece uma visão do mundo, partilhado por todos os grupos. Os *slogans* da propaganda, a emissão e a difusão de clichês imaginários, orientadores de condutas conjugadas

2. Embora a pesquisa se detenha no setor têxtil, suas conclusões pretendem iluminar não apenas o ocorrido neste setor.

com a mentalidade, as ideais e as escalas de valores, tendem a homogeneizar as classes sob um denominador comum (VIÁ, 1977, p.18)

Para que possamos melhor avaliar o teor dessas afirmações é necessário nos voltarmos para o segundo elemento articulador de sua pesquisa: o conceito de opinião pública. Ainda que, do nosso ponto de vista, houvesse a necessidade, nesta obra, de uma maior precisão, ou distinção, entre os conceitos de classe, massa (contido nos meios de comunicação de massa) e público (e esfera pública), acreditamos que seja exatamente por considerar o público um agente coletivo capaz de desenvolver uma opinião coletiva e, com isso, propiciar aos indivíduos o desenvolvimento de sua autoconsciência e capacidade crítica que a atenção da autora se direcione para o processo de sua formação.

Definida como algo que ultrapassa a simples soma de opiniões individuais – ou seja, não se trata da opinião do público –, ainda que as crenças e ideologias dos indivíduos sejam ingredientes que precisem ser considerados, a opinião pública constitui-se como um “fenômeno social ancorado em manifestações coletivas” (VIÁ, 1983, p.8). Representa uma tomada de decisão, ou uma interpretação da realidade, a partir dos valores políticos, morais, religiosos ou filosóficos partilhados. Se, num primeiro momento, tais valores eram originados a partir de uma relação noética do homem com seu meio material e das relações imediatas destes mesmos homens entre si; o advento da segunda natureza, de uma sociedade cada vez mais mediada, do pseudoambiente midiático, mudará radicalmente a maneira como essas representações são criadas.

Nas palavras da autora:

Atualmente, essa representação parece ser, cada vez mais, produto da informação visual, do que do mundo de informações reais que ligam o indivíduo ao seu meio. É preciso acrescentar mundos de pura percepção. São os “mundos imaginários” que se sobrepõem ao mundo real e imediato. Assim, a relação manifestada entre a representação o mundo e as condições objetivas de existência social já não é a mesma (VIÁ, 1977, p.23)

E isso também porque entre os vários fatores envolvidos na formação da opinião pública, os mecanismos de identificação – introjeção e projeção –

acionados por certos indivíduos ou grupos para persuadir a coletividade acerca dos seus argumentos são essenciais à constituição da opinião coletiva³.

Recorrendo a Tonnies, Sarah apontará dois tipos de grupo/processos comunicativos: o grupo primário, onde existe uma maior “partilha do sensível” entre os participantes e onde os contatos pessoais e a comunicação face a face são preponderantes, e o grupo secundário no qual os relacionamentos se dão de forma cada vez mais indireta. Uma vez que a presença dos meios de comunicação (grupo secundário) se torna um elemento central na constituição da esfera pública contemporânea e por meios deles – de seus mecanismos de identificação – boa parte das representações públicas são formadas, a crítica do modo pelo qual usam (ou manipulam) os mecanismos da identificação é essencial

Assim, como nota Jovchelovitch (apud BORBA; BALDISSERA, 2009):

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa faz com que seja cada vez mais irrelevante o encontro direto para o estabelecimento de conversação e discussão, bem como a troca de informação. A mediação dos meios de comunicação de massa produz um deslocamento na experiência pública e, ao mesmo tempo, dá forma aos saberes possíveis que esta experiência desenvolve sobre si mesma. Ao tornar-se a forma mais difundida de comunicação social das sociedades contemporâneas, os meios de comunicação de massa informam e formam a esfera pública. Eles o fazem de tal forma que a informação e representações da esfera pública substituem toda e qualquer experiência na esfera pública.

Não se trata, entretanto, somente de uma complexificação, ou da simples transposição da comunicação face a face de contextos restritos para audiências mais amplas, mas de uma maior deturpação. Isso porque se o distanciamento entre as representações (ou a dimensão simbólica) e a realidade é inerente ao processo, a intermediação dos meios de comunicação de massa fará com que os mecanismos de identificação recaiam não mais sobre aquele fundo comum

3. Daí derivando a importância, para a autora, de se compreender não apenas os aspectos sociais, mas também os psicológicos, donde a relevância, para as Ciências da Comunicação, do diálogo com a Psicologia Social.

ou indivíduos que partilham o mesmo solo cultural ou de classe que os demais membros daquela comunidade, mas sobre estereótipos que, ao apresentar uma imagem idealizada e compensatória, reduzem a complexidade e tensão inerentes à formação da opinião pública no primeiro sentido, a um processo complacente de formação de consensos. As multiplicidades de opiniões, de posicionamentos que nos levam a depositar nossa credibilidade em determinadas pessoas são assim substituídas por “valores e normas apresentados de modo planetizado e homogêneo” (125).

O imediatismo está ligado à influência dos meios de comunicação de massa, sobretudo à Televisão. O vídeo apresenta um conjunto de imagens trabalhadas em termos publicitários, cuja apreensão é momentânea, de forma a persuadir rápida e transitoriamente o grande público, heterogêneo e anônimo. Como parte deste, o trabalhador é evado, por esses mecanismos de decisões práticas e imediatistas, a fazer parte da Sociedade de Consumo (VIÁ, 1977, p.123)

Ainda que não haja, como afirmamos, uma maior discussão sobre o conceito de classe social, o nível de conscientização dos trabalhadores é aqui medido pela visão que determinada classe tem do papel desempenhado por sua entidade representativa, dos motivos pelos quais as lutas trabalhistas são travadas, pelo seu posicionamento no que tange aos conflitos entre operários e patrões e pelas aspirações que nutrem em relação ao seu futuro e de seus descendentes.

Nas palavras de Sarah Chucid:

Na antiguidade, havia uma luta de classe verdadeira quando camponeses endividados lutavam contra credores urbanos para não ficarem sujeitos a esses. Essa luta de classe permitia a formação de uma consciência que fizesse com que uns e outros sentissem pertencer a uma determinada classe (VIÁ, 1977, p.93)

O que a análise da evolução histórica do sindicalismo e as pesquisas de campo demonstram é, justamente, a mudança do nível de conscientização dessa classe – os trabalhadores têxteis. Desta forma, se até a década de 1950 era possível verificar o processo de consolidação da formação sindical e da consciência de classes, os anos 60, marcados pela crescente permeabilidade dos meios de comunicação de massa e pela própria complexidade do sistema

trabalhista, já dão sinais da inflexão que marcará o momento contemporâneo (anos 1970).

Cada vez mais as reivindicações de caráter ideológico davam lugar àquelas mais imediatistas, de curto prazo, como as reivindicações salariais e os sindicatos assumem o viés assistencialista. Os conflitos entre patrões e empregados são vistos como mal-entendidos, já que ambos partilham os mesmos valores culturais e o nível de aspiração dos operários é cada vez mais direcionado para valores externos à sua classe social, oriundos, sobretudo, da classe média.

Podemos observar que na televisão contemporânea é comum encontrarmos o estereótipo do homem que vence na vida, do indivíduo classe média, preocupado com ascensão social. Os valores, normas e padrões da sociedade são estereotipados em função destas referências oferecidas, e o trabalhador sofre tais influências e o resultado é que, ao invés de pensar em termos de ascensão de classe como um todo, aspira a sair de sua classe, procurando pertencer e participar da chamada classe média e da massificação, sob pena de ficar marginalizado se não o fizer (VIÁ, 1977, p.12)

Desta forma, se a consciência de classe podia ser entendida como a expressão de um grupo a partir de um posicionamento específico, de uma experiência coletiva que dava sentido à sua própria existência e atuação, a identificação dos trabalhadores como esses conteúdos difusos, que independem da profissão e do nível cultural da audiência termina por colocar em xeque o próprio conceito de classe social.

Tal mudança não pode, como já se afirmou, ser imputada única e exclusivamente aos meios de comunicação de massa, mas sua proliferação – principalmente do rádio e da televisão – tornam-nos uma influência nada desprezível. Assim, concluirá nossa autora:

Na medida em que os trabalhadores têxteis fazem parte da massa que sofre o impacto dos meios de comunicação, eles fazem parte também de uma sociedade onde os valores e normas são apresentados de modo planetizado e homogêneo, sem distinção de classe social. Esta tendência nos leva a meditar e a colocar em questão os diversos conceitos de classe social até agora formulados (VIÁ, 1977, p.125).

Referências

ADORNO, Theodor W. **Introdução à Sociologia**. São Paulo: UNESP, 2008.

BORBA, Mario P.; BALDISSERA, Rudimar - Das Mídias à Midiatização: Reflexões Sobre Opinião Pública. **Anais do III ABRAPCORP**, 2009. Disponível em http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/IC_Borba.pdf. Acessado em 08/08/2013.

VIÁ, Sarah C. da. - **Televisão e Consciência de Classe**: o trabalhador têxtil em face dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, Vozes, 1977.

_____. - **Opinião pública**: técnica de formação e problemas de controle. São Paulo: Loyola, 1983.

18.

Mota revisa nossa ideologia, rigorosamente

Anita Simis¹

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

MOTA, Carlos Guilherme. **Ideologia da Cultura Brasileira** (1933-1974). 3. Ed. São Paulo: Ática, 1985.

Este livro resulta da tese de Livre-Docência para professor titular de História Contemporânea da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP e sua primeira edição, de 1977, já se apresentou como um sucesso para sua

-
1. Livre-Docência em Sociologia da Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2010). É Professora da Graduação e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) Campus de Araraquara. Publicou diversos artigos em periódicos especializados, livros e capítulos de livros. Tem trajetória acadêmica marcada por uma efetiva participação nas seguintes entidades científicas: Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (SOCICOM), como Diretora Administrativa (2008-2012) e Presidente do Conselho Fiscal (atual), e na União Latina de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Capítulo Brasil), como presidente (2008-2010). E-mail: anitasimis@gmail.com

carreira, revelando-nos a história das ideias brasileiras de 1933 a 1974, particularmente da ideologia da cultura brasileira.

O exame cuidadoso da obra de autores seminais é apresentado em seis capítulos: I. Cristalização de uma ideologia: a “cultura brasileira”, com Gilberto Freyre e Fernando de Azevedo; II. O “quinto ato conclusivo”: testamento de uma geração, com Afonso Arinos de Melo Franco, Sérgio Milliet, João Alphonso, Luiz da Câmara Cascudo, Emiliano Di Cavalcânti, Mário de Andrade; III. Raízes do pensamento radical, com Edgar da Mata-Machado, Paulo Emílio Sales Gomes, Antonio Candido, Mário Schenberg; IV. Nacionalismo, desenvolvimentismo, radicalismo: novas linhas da produção cultural, com Hélio Jaguaribe, Roland Corbisier, Antonio Candido, Raymundo Faoro, Florestan Fernandes; V. A época de revisões radicais e aberturas teóricas, com Ferreira Gullar, Dante Moreira Leite, Roberto Schwarz, Antonio Candido e, antes da Conclusão, o último capítulo, Impasses da dependência cultural.

Como se pode deduzir, os temas são revelados conforme desfilam as ideias destes autores e o resultado é um trabalho ambicioso, corajoso, fruto de uma pesquisa densa, envolvendo escolhas e interpretações que trilham um escoregado percurso.

Evitando lições ultrapassadas da tradição historicista de “contar a história tal qual ela se passou” (p.19), procurando sempre complicar o que parece muito simples, Mota seleciona “alguns momentos mais significativos em que a intelectualidade se debruçou sobre si mesma para autoavaliação ou, ainda, sobre o objeto de seu labor para defini-lo, situando-o em relação ao contexto vivido”. Assim, importa analisar os pressupostos ideológicos que estão submersos no que seja uma cultura “brasileira”, “nacional”, “de massa” em cinco momentos decisivos: o redescobrimento do Brasil (1933-1937), os primeiros frutos da Universidade (1948-1951), a era de ampliação e revisão reformista (1957-1964), as revisões radicais (1964-1969) e os impasses da dependência (1969-1974). Lúcido do terreno movediço em que sua pesquisa penetrou, pois consciente de que cada época reconstrói o passado dentro de seus contornos ideológicos e projeta o futuro naqueles que lhe são dados, sabe que há “simultaneidade de várias ‘camadas’ culturais diferentes, que, embora contemporâneas, veiculavam valores e posturas não só diversas, mas até antagônicas” (p.50). Talvez por isso ainda nos revela que propositalmente nem sempre se ateu a esfera das formas de pensamento dominantes, revendo, ao contrário, exceções, valendo-se, a todo tempo, da teoria gramscianiana e sua reflexão sobre os intelectuais orgânicos e tradicionais.

Neste curto texto seria impossível resumir tão importante e fecundo trabalho. Assim arrisco traçar recortes que possam instigar novos leitores a se deleitar em temas imprescindíveis ao conhecimento de qualquer um que tenha a pretensão de seguir o árduo caminho da produção e comunicação intelectual, mas sabendo que deixo muitas lacunas.

Sempre olhando as ideias de frente e buscando o seu vigor, Mota apresenta textos de crise, resultantes dos momentos de trepidação para retirar-lhes o véu da dominação. Deste modo, de Gilberto Freyre, responsável por romper com as explicações baseadas na separação das “raças”, Mota afirmará que o conteúdo é só aparentemente neutro, acrescentando: “do ponto de vista interpretativo-metodológico, o encaminhamento é hábil, de vez que opera sistematicamente com pares antagônicos para esvaziar a contradição.” (p. 67) A valorização da mestiçagem, um dos pilares da ideologia do Estado Novo, bem serviu à tarefa de imprecisar contornos definidos, como o das classes sociais ou das raças. Em outro momento, Mota complementa sua análise crítica sobre Freyre, identificando-o com o projeto nacionalista do governo de Getúlio ao apontar que “um projeto nacionalista não veicula necessariamente visões não oligárquicas” (p.73), pois o próprio Freyre, numa das conclusões, afirma que “o ‘regional’ não deixa de ser ‘nacional’, isto é, a matriz-básica de organização social em todo Brasil é a mesma, apoiada num certo tipo de miscigenação realizada na ordem patriarcal” (p.58). O projeto nacional pode até servir de justificativa ao processo, como Freyre que “sente, registra, mascara a crise, a lenta perda de poder do grupo oligárquico a que pertence, identificando-a como uma crise nacional.” (p.73). Em uma frase, Mota acentua: “À perda de força social e política [com a Revolução de 30] corresponde uma revisão, à busca do tempo perdido” (p.58). *Casa Grande & Senzala* é então o resultado de um esforço para compreender essa realidade: uma elite aristocratizante que perdia seu chão. No final do Estado novo, emerge então uma nova noção cultura, com suas marcas oligárquicas suavizadas.

Outros autores também mostram esse abalo em obras como *Retrato do Brasil*, *Raízes do Brasil*. Para Mota o que importa é saber que véus (regionalismos estreitos ou fórmulas universais demasiado genéricas), “encobrem a história das relações de dominação, em que mitos como o da democracia racial e do luso-tropicalismo servem ao fortalecimento de um *sistema ideológico* no qual se perpetua a noção de *cultura brasileira*.” (p.59)

Fernando de Azevedo é outro intelectual destacado: participante do *Manifesto dos Pioneiros da Educação Nova* (1932), de postos-chave da administração escolar e defensor da Escola Pública em fins dos anos 1950, junto com Anísio

Teixeira, Lourenço Filho e Almeida Jr. Durante o Estado Novo será o responsável por um “esforço de arredondamento do conceito de cultura sem antagonismos internos de qualquer ordem [...], ‘esforço incessante para a unidade’”. (p.76). Participou da criação da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras e da Faculdade de Ciências Econômicas junto com Júlio de Mesquita Filho, com o objetivo de sem “mudar as relações sociais de produção, qualificar e ilustrar o ‘povo’ (outro conceito liberal, que elimina a noção de *classe* social) até o ponto em que estivesse apto a participar do processo político-cultural” (p.79), elitismo esse que depois será abalado pela equipe de cientistas vindos do exterior.

No pós-guerra, a importação cultural, notadamente a norte-americana, avança. Dante Moreira Leite sintetiza esse aspecto:

As estatísticas das obras consultadas denunciam não somente um notável alargamento de cultura e maior variedade de tendências e ambições intelectuais, como ainda o interesse crescente pelas obras norte-americanas, sobretudo em São Paulo e no Rio de Janeiro, graças à influência das ideias norte-americanas no movimento de renovação educacional, ao impulso que tomou, sobretudo depois da guerra (1939), a política pan-americana, à penetração dos romances, dos autores anglo-saxônicos, escoltados pelos grandes filmes, e à criação, em 1938, de instituições como o Instituto Brasil-EUA, fundado no Rio de Janeiro, e a União Cultural Brasil-EUA [...]. (MOREIRA LEITE apud MOTA, p.82)

No debate sobre essa influência cultural (ela é ou não perniciosa?), Alfredo Bosi aponta as antípodas - dependência e independência - em sua apresentação ao livro e, citando Antonio Candido, ele nos ensina: “só quando o colonizado interioriza e refaz as pressões culturais do colonizador, é que ele tem condições de compor uma obra nova, à altura da civilização que o determinou.” Ou seja, Candido, como é apresentado por Mota, tem na matriz teórica

[...] a concepção de cultura como instrumento de modernização, de emparelhamento do Brasil com os centros irradiadores da civilização ocidental. O valor a ser atingido, aí, é a superação cultural do subdesenvolvimento, a passagem de etapas mentais atrasadas, provincianas, que se fará mediante a liberdade de expressão, o rigor científico e o planejamento mais razoável

das instituições. Trata-se de uma concepção neo-ilustrada cujo limite é a ideia de que a modernização age como fator de democratização. (p.XV).

E ainda complementa Bosi: “a interação do nacional com o supranacional só consegue ser fecunda quando o primeiro polo dispõe de liberdade e de condições espirituais para dialetizar o segundo, absorvendo-o no sangue dos seus próprios significados”. (p.XVI)

Reflexão que dialoga criticamente com autores como Corbisier, quando este afirmava por meio do paralelismo entre o plano econômico e o cultural que

Importar o produto acabado é importar o ser, a forma, que encarna e reflete a cosmovisão daqueles que a produziram. Ao importar, por exemplo, o cadillac, o chicletes, a coca-cola e o cinema não importamos apenas objetos ou mercadorias, mas também todo um complexo de valores e de condutas que se acham implicados nesses produtos. (CORBISIER, p.69)

Corbisier, diretor do ISEB, estava preocupado com o desenvolvimento, num momento de pós-guerra onde a cultura brasileira será menos associada à ideia de “consciência nacional”. Daí a consciência de subdesenvolvimento, noção-chave do sistema ideológico que se articula em 50. Segundo Antonio Candido era o momento em que, de “consciência amena do atraso” de Freyre e Azevedo, passava-se para consciência de país subdesenvolvido de Hélio Jaguaribe, Celso Furtado e Ferreira Gullar.

Se a II Guerra destrói a noção de civilização, dentro da concepção evolucionista associada à de progresso, agora o par configurado era desenvolvimento e subdesenvolvimento. A superação do subdesenvolvimento transformou-se, a partir de 1950, em alvo a ser atingido pelas “forças vivas da Nação”: de “periferia” dever-se-ia atingir, de maneira planejada, à condição de “centro”, conforme a linguagem dos nacionalistas (p.156). A ideia é fabricar modelos de desenvolvimento nacional, é planejá-los. De “consciência amena de atraso”, de ideologia de “país novo”, passa-se à ideologia de “país em vias de desenvolvimento”. É o burocrata do Estado Novo, o intelectual típico que se transubstanciará no ideólogo do desenvolvimentismo.

Os anos 50 terminam com a radicalização de muitos de seus membros universitários. É uma radicalização política e científica, “no sentido de se ir mais

fundo à raiz dos problemas focalizados, discutindo os limites da dependência cultural, ou os perigos da absorção de traços da ideologia nacionalista.” (p.155)

Mota sugere que se forma um sistema ideológico com suas múltiplas vertentes, por vezes, diretamente, interligadas: neocapitalista, liberal, nacionalista, sindicalista, desenvolvimentista, marxista. Seria um sistema que se liga a gerações? Para Edgar da Mata-Machado: “Rigorosamente, não há gerações, há grupos. Formam-se os grupos em torno de um modo comum de considerar os problemas que atenazam uma época.” (p.113) Mas, como diz Mota, para o próprio Mata-Machado sua geração é uma “geração política”, uma geração que é política “para livrar-se da política” (p.113), ao contrário da geração de 22, que ele chama de “geração de deseducados políticos”, pois “não soube preparar um ambiente de liberdade para a nova geração.” (p.114) De qualquer forma, a “geração” não é homogênea, é representada menos por indivíduos que por agrupamentos representativos de tendências ideológicas. E não são agrupamentos partidários. São agrupamentos que reúnem três critérios de classificação: o social (pequena-burguesia, proletariado, etc.), o político (direita, esquerda, liberal, neoliberal, marxista) e o cultural (geração crítica, tipos de leitura, viagens, contatos). Seguindo Sérgio Milliet, para quem “o intelectual é quase sempre um homem marginal, participando de todas as verdades coletivas o suficiente para não ser expulso do grupo ou grupos a que pertence, mas crente apenas na sua própria verdade” (p.97), eu pessoalmente penso ser mais adequado usar o termo *coterie*. Creio que Paulo Emílio Sales Gomes, reforça essa classificação. Segundo Mota, Paulo Emílio aponta para heterogeneidade da geração, pois na verdade são “agrupamentos representativos de *tendências ideológicas* (as quais, registre-se, *englobam* outras dimensões como a cultural, a política). E não são agrupamentos partidários; são agrupamentos que reúnem três critérios (ao menos) de classificação: o *social* (pequena-burguesia, proletariado, etc.), o *político* (direita, esquerda, liberal, neoliberal, marxista) e o *cultural* (geração crítica, tipos de leitura, viagens, contatos).” (p.119)

Para Paulo Emílio, no caso de alguns intelectuais da jovem geração de esquerda, “o renascimento do amor pela Rússia os fez voltar exatamente ao estado de dez anos atrás” e outros “encontram plena satisfação naquilo que em literatura política ficou convencionalizado chamar-se trotskismo”. Poucos assumem uma nova posição que independem destas referências. (p.125)

Nação e país, povo e classes sociais, revolução são temas constantes e Mário de Andrade volta à análise de Mota, pois nota “uma *alteração* fundamental” em sua “*trajetória* ideológica”:

Se em 1921 despejava confusamente sua crítica ao ‘burguês-burguês’ e aos ‘donos das tradições’, às ‘aristocracias cautelosas’, em 1924 atentarà aos nacionalismos dos ‘involuntários da Pátria’, sopitando ironicamente ‘esse ardor patriótico, esta baita paixão pelo Brasil’, e em 1942 estará consciente de que se vivia uma ‘idade política do homem, e a isso eu tinha que servir’. (p.106)

E nas palavras do próprio Mário:

Mas eis que chego a este paradoxo irrespirável: Tendo deformado toda a minha obra por um antiindividualismo dirigido e voluntarioso, toda a minha obra não é mais que um hiperindividualismo implacável! E é melancólico chegar assim no crepúsculo, sem contar com a solidariedade de si mesmo. Eu não posso estar satisfeito de mim. O meu passado não é mais meu companheiro. Eu desconfio do meu passado. (p.109)

Antonio Candido é outro inovador que refresca as ideias sugerindo que: “[...] a nossa tarefa máxima deveria ser o combate a todas as formas de pensamento reacionário.” (p.126). Candido esmiúça sua proposta: “Cada um com suas armas. A nossa é essa: esclarecer o pensamento e pôr ordem nas idéias”. (p.129) Seu grupo é a vertente “crítica, crítica e mais crítica”, do qual participam entre outros Rui Coelho, Lourival Machado, Almeida Sales, Paulo Emílio. Como aponta Mota trata-se de uma crítica a Oswald de Andrade, a Freyre, “e mostra como muitos ou se esgotaram na tarefa, ou acabaram por desaguar na ação política reacionária.” (p.127).

Mota não se exclui da reflexão o pensamento marxista dos anos 50-60, próximo do stalinismo, com análises de conjuntura que consideravam o “etapismo”, um estágio inserido num processo evolutivo pré-traçado, ou, na época, a necessária passagem pela revolução burguesa, e veiculando na atuação concreta as premissas do nacionalismo. Sem pretender esgotar a realidade rica e nuancada daquele momento, seu objetivo é apenas apresentar indicações sobre sua política cultural que estruturou um “poderoso sistema ideológico, onde idéias como “consciência nacional”, “aspirações nacionais”, “cultura brasileira” e “cultura nacional” constituíram os fulcros de linhas de pensamento que mascararam muitos diagnósticos da realidade brasileira. (p.156-157).

Citando Corbisier como aquele que “melhor formalizou a ideologia da Cultura Brasileira dentro dos parâmetros nacionalistas” (p.164), Mota afirma

que Corbisier não vê “a alienação como um ‘mal’, um ‘defeito’ das culturas coloniais, mas como a própria condição dessas culturas” (p.165) e propõe uma ruptura com o passado e o nascimento de uma cultura própria por meio de “uma ‘intelligentsia’ nacional, aberta aos problemas do país e empenhada em sua solução, capaz de converter-se em órgão da consciência nacional” e “o surgimento de uma ‘consciência nacional popular, esclarecida em relação aos problemas de base do País’, bem como a formação de um movimento operário, enquadrado em ideologias trabalhistas.” (p.166)

E talvez o ataque ao que ainda está muito presente: essa cultura alienada que é a erudição de intelectuais sem projeto próprio, pois nas palavras do próprio Corbisier:

Não sabíamos que a ciência não é uma ‘coisa’, mas o processo pelo qual nos procuramos cientificar a respeito das coisas. [...] Precisamos, para poder viver – viver é lidar com as coisas – saber o que as coisas são. [...] Aprisionados na alienação, os intelectuais brasileiros não ‘pensavam’ mas ‘liam’, e sua vida de espírito se reduzia à leitura e ao comentário da leitura. [...] Não liam para ver melhor, como se come para sobreviver. (p.171)

Raymundo Faoro, autor do clássico *Os Donos do Poder*, de 1958, de base weberiana, é outra abordagem que Mota traz como uma nova interpretação para nosso anacronismo e com passagens muito ilustrativas de nossa atual realidade. Assim, para Faoro, o Estado patrimonial e estamental-burocrático “apura a chefia única” e se opõe à direção por órgãos colegiados, sendo bom governante aquele que é bom provedor. Além disso, “formam-se duas sociedades justapostas: uma, cultivada e letrada; outra, primária, com estratificações sem simbolismo telúrico”. Dessa cisão é que deriva a orientação dos novos legisladores e políticos [...] de ‘construir a realidade a golpes de leis.’” E Mota complementa com as palavras de Faoro: “A legalidade teórica apresenta conteúdo e estrutura diferentes dos costumes e da tradição populares” (p.179-180) Em outra passagem, conclui: “A nação como se embalsamou com o braço enregelado da carapaça administrativa’, não sendo sensível a estímulos regeneradores de baixo para cima.” (p.180) Mas, critica Mota, como superar a contradição reprodução do estamento burocrático/desenvolvimento do capitalismo industrial, com a conscientização dos “negativamente privilegiados” de sua condi-

ção, forçando, como pergunta ironicamente Mota, “uma evolução para a [...] instauração da sociedade de *classes* – em que eles continuarão a não ser os mais beneficiados?” (p.181).

Florestan Fernandes e Antonio Candido são considerados por Mota como “homens-pontes entre a ‘novíssima’ de 1945 e a ‘novíssima’ dos anos 60.” (p.184). Fernandes não se vale das teorias citadas e discutidas para propor num discurso ideológico pré-fabricado, mas trabalhada com elas por dentro, retirando os instrumentos mais adequados à explicação do fenômeno. Além disso, abriu “grandes temas (capitalismo, escravismo, racismo, subdesenvolvimento, dependência, Estado, formação do proletariado, planejamento, etc.)” em várias frentes de interpretação, rompendo de forma radical com os velhos quadros de explicação. Sua “tônica era radical, e a meta socialista.” (p.191)

Muitos outros autores desfilam nas páginas seguintes. Um dos conceitos interessantes trabalhados é o de “cultura popular”, com suas múltiplas acepções, manipulado por cada grupo conforme seus interesses e horizontes teóricos. Cultura erudita, Indústria cultural, contracultura também são temas de análise de Mota em autores diversos dos anos 1960-70, inclusive recuperando importantes textos da Revista Civilização Brasileira. É uma audaciosa tentativa de delinear, em poucas linhas, as contrariedades do pensamento político-cultural no Brasil de 1966 a 1969. Ressurge a temática do nacionalismo, bem como da identidade nacional, e, especialmente a partir de 1969, a influência da censura na produção cultural, a despolitização do público e a falência dos grupos teatrais (G. Guarnieri é lembrado como aquele que talvez seja um dos poucos representantes a fazer peças passarem pelo crivo da censura, valendo-se do simbolismo). Mota então apresenta novas questões, entre as quais: Como a cultura popular está inserida nas investigações? E a importação cultural? Há condições para se realizar a autonomização nessa esfera? (p.268)

Ao encerrarmos esse texto, não poderíamos deixar de reproduzir uma frase concisa e elucidativa das conclusões de Mota:

Os ‘grandes intelectuais’, para usar a expressão de Gramsci, estiveram nos cargos nobres, às vezes ainda comum pé na grande propriedade paterna. Os representantes radicais provinham da classe média, às vezes chegando a assessores de governadores e ministros, nos anos quarenta, ou a ministros nos anos 50 e 60. Ou, quando menos, a professores (p. 290).

Referências

CORBISIER, Roland. **Formação e Problema da Cultura Brasileira**. Textos Brasileiros de Filosofia, RJ, Instituto Superior de Estudos Brasileiros, MEC, 1960.

19.

Vera Cruz: cinema brasileiro em transe no planalto abençoado

Antonio de Andrade¹

UMESP – Universidade Metodista de São Paulo

GALVÃO, Maria Rita. **Burguesia e Cinema**: o Caso Vera Cruz. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira/Embrafilme, 1981. 281p.

“Companhia Cinematográfica Vera Cruz: a fábrica de sonhos, um estudo sobre a produção cinematográfica paulista-1949/1954” é o título da tese de doutorado defendida em 1976 por Maria Rita Eliezer Galvão na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo

-
1. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professor no Curso de Rádio, Televisão e Internet da Faculdade de Comunicação da UMESP. Membro do Comitê Executivo e pesquisador da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Em relação ao tema da presente resenha publicou o texto “Vera Cruz: aventura cinematográfica paulista” na coletânea “São Paulo na Idade Mídia” (Editora Arte & Ciência, 2004). E-mail: antoniodeandrade@uol.com.br

(USP). A monografia totalizava 1092 páginas distribuídas em cinco volumes tendo por orientador o professor Paulo Emílio Salles Gomes. Em 1981 a Editora Ática, em parceria com a Embrafilme, publicou parte desta obra com o título “Burguesia e Cinema: o Caso Vera Cruz”.

Embora a autora mencione, numa nota introdutória, que os demais capítulos seriam publicados posteriormente tal não ocorreu, limitando o acesso a uma substancial documentação, não apenas sobre as razões da decadência e posterior falência da empresa em 1954, bem como das demais tentativas similares – igualmente frustradas – de industrialização da produção cinematográfica em São Paulo.

A obra de Maria Rita Galvão insere-se numa conjuntura de interesse por estudos relacionados à história do cinema brasileiro decorrente da implantação dos primeiros cursos de cinema em nível superior no Brasil. Essa modalidade surgiu por iniciativa de Paulo Emílio Salles Gomes primeiramente na Universidade de Brasília (UnB) em 1964 e no ano seguinte na Universidade de São Paulo (USP), ambas em nível de graduação. Posteriormente foram criados os programas de pós-graduação na USP em 1972 e na UnB em 1974.

Instigados por Paulo Emílio alguns discípulos optaram por estudar, a partir de critérios acadêmicos, a evolução, as peculiaridades e empecilhos envolvidos na produção cinematográfica brasileira desde os primórdios. Aos poucos foi surgindo um modelo interpretativo – de viés ideológico marcadamente nacionalista e anti-imperialista – vinculado ao pensamento de Paulo Emílio que afiançava ter qualquer filme brasileiro valor maior do que o filme estrangeiro pelo simples fato de existir, tendo em vista a situação de dependência que historicamente caracterizou a produção nacional.

O cerne destes estudos, cognominados como *historiográficos*, situa-se numa abordagem peculiar da produção cinematográfica enquanto *fato cinematográfico*, ou seja, todo contexto de ordem social, política, cultural e econômica envolvido no simbólico tripé que diferencia a cinematografia das demais artes: produção, distribuição e exibição.

Sob essa ótica surgiria em 1969 a dissertação de mestrado “Crônicas do Cinema Paulistano”, defendida por Maria Rita Galvão na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP e publicada posteriormente em 1975 com o mesmo título pela Editora Ática. Trata-se de um instigante estudo da produção cinematográfica realizada em São Paulo no denominado período *silencioso* e que predominou até por volta de 1934, momento no qual o filme sonoro passou a ocupar totalmente o mercado exibidor de filmes. A monografia abrangia três

eixos temáticos: análise da produção cinematográfica paulistana até o surgimento do filme sonoro, transcrição de depoimentos de quinze pioneiros e uma minuciosa filmografia das produções realizadas no período.

A mesma metodologia foi seguida pela autora quando da elaboração da tese de doutoramento sobre a Companhia Cinematográfica Vera Cruz. Nessa obra sobressai o viés ideológico e nacionalista, sobretudo a análise da ação exercida pelo empresariado paulista, rotulado como *burguesia paulista*, na difusão de instituições e produtos culturais no período de pós-guerra. Como é sabido a Vera Cruz foi iniciativa de dois influentes empresários paulistas: Francisco Matarazzo Sobrinho e Franco Zampari com o intuito de constituir em São Paulo uma indústria cinematográfica similar ao que de melhor existia no mercado internacional.

Fundada em novembro de 1949 e tendo por mote o dístico: *do planalto abençoado para as telas do mundo*, contava com amplos e equipados estúdios instalados em São Bernardo do Campo, uma legião de técnicos vindos da Europa e fartos recursos financeiros. Sobreviveu durante cinco anos até ser decretada sua falência em 1954.

Trata-se de obra basilar, não apenas para a compreensão da conjuntura do cinema paulista e brasileiro no imediato período do pós-guerra, mas para o entendimento do complexo processo de consolidação na capital paulista de uma cultura urbana e multifacetada e que se materializaria pela oferta de produtos artísticos e culturais destinados sobretudo ao mercado de consumo. Em paralelo a autora aprofunda a análise sobre a influência exercida nesse processo por uma geração de jovens intelectuais, oriunda do circuito acadêmico, além das variáveis sociais e econômicas que permitiram o advento de um mecenato paulistano que vislumbrava no cinema um meio influente de divulgar ao Brasil e ao mundo “nossa capacidade, o nosso dinamismo e a nossa cultura”. (GALVÃO, 1981, p.13).

Nessa conjuntura a criação da Vera Cruz teve a função de uma espécie de ornamento fulgente que brota ao meio de iniciativas culturais de grande porte – todas isentas de recursos governamentais – e que surgem em São Paulo após a deposição do ditador Getúlio Vargas em outubro de 1945. Entre os diversos empreendimentos cumpre destacar aqueles de maior significado: Museu de Arte de São Paulo (MASP) e Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) ambos fundados em 1947; Escola de Arte Dramática (EAD), Jornal de Artes Plásticas e o Museu de Arte Moderna (MAM) em 1948; Clube de Cinema do MAM em 1949, além da instigante presença em São Paulo do internacionalmente renomado cineasta brasileiro Alberto Cavalcanti que, após trinta anos de permanência na Europa,

veio ao MASP em 1949 para uma série de palestras sobre cultura cinematográfica, atendendo a um convite da Assis Chateaubriand.

Segundo Maria Rita Galvão esta sucessão de iniciativas culturais geridas por destacados nomes da elite empresarial paulista representava uma inédita postura em relação à difusão da arte e da cultura:

Claramente se delineia uma postura cultural da burguesia paulista, e – pelo menos como hipótese de trabalho – tomamos tais manifestações como infra-estrutura para a elaboração de um sistema de produção cultural que pudesse estender-se para toda a sociedade, veiculando uma determinada visão de mundo. A salientar o fato de que se trata de produção cultural baseada em instituições: a burguesia não se limita a sustentar artistas que produziram arte para o seu consumo exclusivo, ela cria museus, escolas, teatros – todo um equipamento para a difusão de cultura. (GALVÃO, 1981, p.12).

Outro fator estudado refere-se à consolidação de uma classe média paulistana, fruto do acelerado processo de industrialização e urbanização de São Paulo, satisfatoriamente numérica, letrada e com poder aquisitivo satisfatório para consumir bens culturais de melhor refinamento:

Essa classe média iria contribuir decisivamente para a ativação da cultura em São Paulo, quer diretamente, participando de sua produção, quer indiretamente constituindo o público das novas manifestações culturais promovidas pela burguesia. O aumento da população tem consequências mais do que quantitativas, significa a metropolização de São Paulo – mudança de qualidade. O mercado mínimo para o consumo de cultura passa a ser um mercado satisfatório. (GALVÃO, 1981, p.17).

O fim da ditadura do Estado Novo sinalizou, pelo menos num primeiro momento, o retorno aos preceitos liberais com a consequente retomada da influência empresarial nas grandes decisões governamentais. Mera ilusão. Aos poucos a máquina estatal varguista entranhada no poder desde 1930, de cunho populista, cartorial e corrupta, retomaria as rédeas do setor público passando a ditar regras em relação a um embrionário processo de desenvolvimento nacional. Durante os governos Dutra e Vargas restou ao empresariado um papel meramente coadjuvante,

uma tênue ilusão de mando e poder, que incluía o consentimento para promover manifestações culturais análogas àquelas em moda nos países rotulados como desenvolvidos, desde que respeitados os limites definidos pelo Estado.

Maria Rita Galvão arrola fatores que considera fundamentais para o cinema passar a integrar o rol das iniciativas de interesse do empresariado paulista e que, segundo ela, criaram as condições para a efetivação em São Paulo de uma sólida “cultura cinematográfica”. Primeiramente destaca o interesse intelectual pelo denominado “cinema de arte”, fato que daria origem a grupos de estudos, publicações especializadas e cineclubes dedicados à exibição, discussão e divulgação de filmes distintos daqueles exibidos nas salas comerciais.

Na gênese deste processo avulta a figura de Paulo Emílio Salles Gomes que retornou a São Paulo em 1939, após um período de exílio na Europa por ter participado da denominada Intentona Comunista de 1935. Na bagagem trouxe um lote de filmes clássicos e que redundaria na criação do Clube de Cinema da Faculdade de Filosofia da Universidade de São Paulo em 1940 e posterior fundação da Cinemateca Brasileira em 1954.

O fato de que começava a haver um interesse intelectual por cinema em São Paulo absolutamente não significa que houvesse interesse por cinema brasileiro. [...] Com o Clube de Cinema, assistimos ao início de um processo de apropriação das idéias cinematográficas por um setor da elite intelectual da época – e essa seria uma das linhas que, desenvolvidas, conduziram à Vera Cruz, e posteriormente ao Cinema Novo. Com a Companhia Vera Cruz, temos paralelamente a apropriação da produção cinematográfica pela elite financeira paulista. (GALVÃO, 1981, p.28).

Outro fator significativo, inexplicavelmente negligenciado pelos empresários que criaram a Vera Cruz, diz respeito ao cinema que se fazia no Rio de Janeiro naquele momento. Na então capital da República dois estúdios funcionavam há um bom tempo, com produção regular e boa aceitação por parte do grande público: a Cinédia, empresa fundada em 1930 por Adhemar Gonzaga e a Atlântida Cinematográfica criação de Moacir Fenelon e José Carlos Burle em 1941:

Vista de São Paulo, a produção carioca é fundamentalmente a chanchada. Ora, a chanchada não era cinema. A Companhia Vera Cruz foi criada precisamente para “criar” uma indústria cinematográfica no Brasil, a partir da estaca zero. Se alguma

coisa fica absolutamente clara, desde as suas primeiras tentativas de autodefinição, é a total negação do cinema anterior. Por que esse desprezo generalizado pela chanchada, sem que as pessoas se perguntassem que possível papel social e cultural ela poderia representar? [...] Os orçamentos de fato eram baixíssimos, [...] cumpriam-se os prazos de produção, faziam-se filmes dentro das condições previstas. Realmente, já se tratava de um cinema empresarial. (GALVÃO, 1981, p.42).

Além dos estúdios contava o circuito carioca com a revista *Cena Muda* (1921- 1955) especializada em cinema, atingindo significativa tiragem, correspondentes no exterior e nas principais capitais brasileiras e expressivo prestígio junto aos profissionais envolvidos com o meio cinematográfico nacional. Com certeza este grupo poderia ter auxiliado os dirigentes da Vera Cruz a não repetir os erros cometidos em outras tentativas similares de industrialização, tendo em vista que a nova empresa contava com generalizada simpatia pela maior parcela da crítica cinematográfica, pois seu surgimento materializava uma aspiração há muito cultivada: o estabelecimento em bases sólidas de uma indústria brasileira produtora de filmes de reconhecida qualidade.

Na edição de 03 de agosto de 1949 da revista *Cena Muda*, portanto poucas semanas antes da fundação da Vera Cruz, Maria Rita Galvão localizou um artigo que detalha as dificuldades enfrentadas pelo produtor brasileiro em seu próprio país.

O que nos falta são “condições econômicas para o desenvolvimento do cinema brasileiro”, que “não é mais do que o reflexo fiel das próprias condições de vida do país”, é “consequência lógica e inevitável destas condições de vida”. Em outras palavras – que a revista não emprega –, nosso cinema é subdesenvolvido porque somos um país subdesenvolvido, como se diria poucos anos mais tarde. (GALVÃO, 1981, p.44).

Embasada nesse panorama a autora sintetiza seu ponto de vista sobre a situação do cinema e do mercado exibidor brasileiro às vésperas do surgimento da Companhia Cinematográfica Vera Cruz:

É sintomático o fato de que a Vera Cruz, quando surge, não reivindica absolutamente nada: ela é auto-suficiente. Cinema se faz com bons técnicos, bons artistas, maquinaria adequada, grandes estúdios e dinheiro, e a companhia tem tudo isso. A idéia é que

fazer um filme é apenas chegar à metade do caminho, de que, terminado o filme, é então que começam os problemas realmente graves, não ocorreria a ninguém. (GALVÃO, 1981, p.53).

O mais extenso capítulo de “Burguesia e Cinema”, afora aquele dedicado à transcrição de dezessete dos cinquenta e dois depoimentos contidos na tese original, é dedicado a explicar o surgimento em outubro de 1948 do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC), outra iniciativa de Franco Zampari e Ciccilo Matarazzo. As analogias entre ambos empreendimentos são destacadas:

A criação da Companhia Cinematográfica Vera Cruz está estritamente vinculada ao Teatro Brasileiro de Comédia, o centro gerador de todo movimento de renovação que marcou o teatro brasileiro a partir do final da década de 40. Interessa-nos seguir mais de perto as origens do TBC, não apenas pelo que elas têm de materialmente comum com as da Vera Cruz (mesmo grupo fundador, mesma estrutura empresarial e, posteriormente diretores, atores, técnicos, autores comuns), mas sobretudo para tentar compreender as idéias subjacentes a um e outro empreendimento como manifestações de uma mesma ideologia. [...] O mesmo desalento com que se constatava em São Paulo a inexistência de um cinema brasileiro digno do nome antes da Vera Cruz era o mesmo com que se pensava no teatro antes do TBC. (GALVÃO, 1981, p.55).

O recorte feito para viabilizar a publicação da tese no formato de livro prejudica o acesso ao minucioso diagnóstico produzido no sentido de destrinchar os inúmeros fatores que conduziram a Vera Cruz à falência, mesmo atingido sucesso no mercado exibidor nacional e internacional com dezoito longas-metragens e duas curtas, conquistando importantes premiações em festivais internacionais, angariando destaque ao cinema brasileiro pela primeira vez em sua história. A almejada conquista de espaço no mercado externo, condição fundamental para a geração de receita que viesse a viabilizar uma produção ininterrupta, acabaria contribuindo para o fracasso do projeto.²

2. Relação dos filmes produzidos pela Vera Cruz no período 1950 a 1954: Longas-metragens: Caiçara (1950); Ângela (1951); Terra é sempre terra (1951); Apassionata (1952);

De modo tardio os executivos da empresa constataram as árduas dificuldades para disputar espaço no mercado exibidor internacional – e até mesmo nacional – quase que completamente dominado pelo truste das *majors* norte-americanas e seus representantes locais, incluindo setores influentes da crítica e da mídia. Sem alternativas restou à Vera Cruz assinar com distribuidores e exibidores norte-americanos contratos lesivos a seus interesses. Abílio Pereira de Almeida que assumiu a direção da empresa renomeada como “Brasil Filmes”, artifício para escapar das inúmeras cobranças e processos judiciais, comentou sobre os contratos de distribuição:

O fato da “Vera Cruz entregar os seus filmes à Universal ou Colúmbia para distribuir era a mesma coisa que a Ford entregar seus carros para a Chevrolet vender.” (GALVÃO, 1981, p.175).

Ainda nas palavras de Abílio Pereira de Almeida, personagem oriundo do universo teatral e que vivenciou a empresa desde o dia de sua fundação, a origem do empreendimento estava distante da realidade de um efetivo modelo empresarial:

Começou assim, meio de brincadeira, com um modesto capital de sete mil e quinhentos contos, sem ninguém pensar que a coisa ia crescer daquela maneira, virar um negócio de tantos milhões, e arruinar completamente Zampari. Ele perdeu tudo o que tinha todo o dinheiro, todas as suas propriedades, terrenos, o apartamento no Guarujá, o do Rio de Janeiro, e a própria casa na Rua Guadalupe (GALVÃO, 1981, p.90).

Débora Zampari (viúva de Franco Zampari) confirma o ponto de vista de Abílio Pereira de Almeida e acrescenta sérios problemas que, segundo seu ponto de vista, existiam desde as filmagens de Caiçara em 1950:

Veneno (1952); Tico-tico no Fubá (1952); Sai da frente (1952); Nadando em dinheiro (1952); Sinhá Moça (1953); A Família Lero-Lero (1953); O cangaceiro (1953); Uma pulga na balança (1953); Esquina da ilusão (1953); Luz apagada (1953); É proibido beijar (1954); Floradas na Serra (1954). Documentário: São Paulo em festa (1954). Curtas-metragens: “Painel” (1950); “Santuário” (1950) e “Obras Novas” (1953).

Franco nunca se interessou por cinema. Antes da Vera Cruz nunca havia visto um só filme nacional [...]. A produção do primeiro filme, *Caçara*, já foi feita com financiamento bancário; não ainda do Banco do Estado, mas de um banco particular. Os empréstimos do Banco do Estado começaram logo também, mas no princípio eram utilizados somente nas construções. [...] E desse modo começou a bola de neve: empréstimos, dívidas, juros altíssimos, novos empréstimos para pagar dívidas e tocar a produção, as construções, pagar os empregados. Era tal a despesa que fomos nos afundando progressivamente. (GALVÃO, 1981, p.222).

O cineasta Alberto Cavalcanti, contratado para exercer o cargo de Produtor Geral e utilizado como uma espécie de garantia em relação à qualidade dos filmes que seriam produzidos resistiu menos de dois anos no cargo até ser afastado em 1951. Em seu depoimento detalhou o episódio de sua demissão e fatos deprimentes ocorridos posteriormente:

Foi também proposto como alternativa que eu abandonasse a casa em São Bernardo e me retirasse para o apartamento de São Paulo, recebendo meu ordenado durante os três anos restantes do contrato, com a condição de não exercer nenhuma atividade cinematográfica, o que, é claro recusei. [...] A multa foi reduzida por advogados muito hábeis, por intrigas e por ameaças que chegaram ao cúmulo de difamar a minha capacidade profissional. (GALVÃO, 1981, p.105).

Cento e trinta páginas do livro são reservadas para a transcrição de testemunhos de personagens que tiveram papel de realce na curta e atabalhoada trajetória da companhia. Anselmo Duarte, famoso galã das chanchadas cariocas cujas filmagens raramente excediam a duração de um mês, foi contratado para ser o principal ator da Vera Cruz. Em seu depoimento relatou uma série de equívocos e contrassensos que, em linhas gerais, condensa a opinião dos demais entrevistados em relação aos desmandos e inconsistências na condução do polêmico projeto:

Fui contratado com o maior salário da Vera Cruz, um altíssimo salário – 50 contos, quando na Atlântida eu ganhava 13 – e mais um carro, chofer, um apartamento permanente no Hotel

Lord em São Paulo para os meus fins de semana, e o bangalô do Cavalcanti pra morar na Vera Cruz (coisa de nababo, tinha uma banheira que parecia uma piscina). [...] Todo mundo ganhava muito bem na Vera Cruz, trabalhando ou não, tínhamos salário fixo por contrato. [...] Nós estávamos lá, ganhando fortunas sem fazer nada. [...] O primeiro filme de que participei na Vera Cruz foi dirigido por Celi, o “Tico-Tico no Fubá”. [...] Depois de oito meses, havia 150 latas de negativo acumuladas e ainda estávamos na metade do script. (GALVÃO, 1981, p.133).

Nelson Pereira dos Santos figura de destaque entre os jovens cineastas que questionavam o estilo de cinema produzido pela Vera Cruz e que, no final da década de 1950, integraria o núcleo central do movimento denominado Cinema Novo declarou:

A Vera Cruz pretendia refazer no Brasil um caminho que estava chegando ao fim no resto do mundo. A crise dos estúdios americanos já se anunciava naquela época com clareza. E o contraponto do cinema europeu nos dava um ponto de apoio fundamental para criticar o cinema americano [...] não lutávamos contra a Vera Cruz propriamente dita, e sim contra sua linha de ação, contra o cinema que se fazia lá. [...] Então todo mundo lutava pelo que a Vera Cruz deveria ser, não pelo que era. (GALVÃO, 1981, p.206)

No capítulo final denominado “Apontamentos sobre os filmes” a autora percorre uma trajetória de análises e comentários sobre os filmes realizados, com maior realce para os filmes precursores: *Caiçara*, *Terra é sempre Terra* e o curta-metragem “Painel”. Uma observação extraída da análise que faz da inserção ideológica contida no roteiro de *Caiçara* podemos considerar uma súmula do seu ponto de vista:

Levantamos no início deste trabalho – de um modo bastante hesitante – a hipótese de que os filmes da Vera Cruz seriam a expressão ideológica de uma classe, a burguesia paulista, e talvez tenhamos aqui um primeiro ponto de apoio para o desenvolvimento dessa idéia. Nada mais adequado à expressão de uma classe que deseja “ter classe” do que o refinamento exterior: a imagem limpa, bem-feita, bem acabada, a construção

elegante, as panorâmicas trabalhadas, os ângulos onde devem ser, a iluminação correta, os requintes de cenografia, a montagem que obedece a todas as regras – a “câmara alfabetizada”, diria Glauber Rocha. É o refinamento artístico igual ao que nos apresentam os filmes estrangeiros, e a idéia do “igual ao estrangeiro” é um poderoso recurso ideológico de afirmação. (GALVÃO, 1981, p.243).

A obra de Maria Rita Galvão ressalta, entre tantas outras, uma incongruência que aflige o cinema brasileiro desde seus primórdios e que, no caso da Vera Cruz, assume extraordinária e dolorosa relevância: a busca frustrada por um *modus operandi* capaz de tornar exequível uma produção imune ao poderio predatório do truste cinematográfico internacional e, ao mesmo tempo, dos ardilosos estratagemas intrínsecos ao protecionismo estatal.

Referências

GALVÃO, Maria Rita Eliezer. **Crônica do Cinema Paulistano**. São Paulo: Editora Ática, 1975.333p.

GALVÃO, Maria Rita. **Burguesia e Cinema**: o Caso Vera Cruz. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira/Embrafilme, 1981. 281p.

20.

Gaudêncio Torquato Jornalismo Empresarial: teoria e prática

Paulo Nassar¹

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

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Jornalismo Empresarial**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 1984.

Estrategicamente é preciso marcar que o livro “Jornalismo Empresarial: Teoria e Prática” é uma espécie de Jano² – aquele deus romano que, a partir de

-
1. Paulo Nassar, jornalista, Mestre e Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo é Coordenador do Curso de Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes e Professor Doutor do Programa de Graduação e Pós-Graduação Stricto Sensu da Universidade de São Paulo (ECA-USP). É diretor-geral da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) e autor dos livros *O que é Comunicação Empresarial* (Ed. Brasiliense), *A Comunicação da Pequena Empresa* (Ed. Globo), *Tudo é Comunicação* (Lazuli Editora), *Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações* (Difusão Editora) e *Comunicação todo dia* (Lazuli Editora). É colunista das revistas *Reserva Cultural* e *MSG* e diretor editorial da *Revista Comunicação Empresarial da Aberje*. E-mail: paulonassar@usp.br
 2. Na antiga Roma, o deus Jano era guardião das entradas e deus dos começos. Sua imagem era colocada perto da entrada principal das casas. Tinha duas faces, para que pu-

seu presente testemunha sobre o passado e promove um olhar sobre o futuro, entendido, neste texto, do ponto de vista da Comunicação Empresarial brasileira. Como o senhor das passagens romano, a obra do professor e jornalista Francisco Gaudêncio Torquato do Rego registra o nascimento das publicações empresariais no âmbito da Revolução Industrial e no Brasil nos anos 1930, pretendendo dar a essas publicações, nos anos que chegavam, o *status* jornalístico – a partir dos conceitos do alemão Otto Groth (TORQUATO, 1984, p.35) – ou seja, aquilo que tem como características a atualidade, a periodicidade, a universalidade e a difusão. Características para Gaudêncio Torquato (1984, p.35) também explicadas pelas palavras de Luiz Beltrão, para quem “o jornalismo faz a história do presente, do fundamental e perene”, e do professor José Marques de Melo que destaca o “jornalismo como instrumento público, ao alcance de todos”. Cabe ainda marcar que o livro “Jornalismo Empresarial: Teoria e Prática” é um dos frutos das pesquisas que Gaudêncio Torquato realizou na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Foi na ECA-USP, em 1972, que Torquato produziu a sua Tese de Doutorado sobre o tema da Comunicação e Jornalismo Empresarial. Ambiente acadêmico, matriz abrangente dos estudos brasileiros de comunicação, onde Gaudêncio Torquato segundo suas palavras, procurou “sistematizar o campo, esboçando uma teoria jornalística aplicada às empresas e um modelo de trabalho para o planejamento e a execução de projetos jornalísticos institucionais” (TORQUATO, 1984, p.13). Uma teoria que o pesquisador funde e testa com “observações de caráter eminentemente prático, extraídas de cursos intensivos e de assessoria empresarial” (TORQUATO, 1984, p.13) de sua lavra, durante um período de 15 anos.

É neste período, que atravessa todo os anos 1970, que Gaudêncio Torquato atua no mundo empresarial como profissional, professor e consultor³ e também como membro da atual ABERJE – Associação Brasileira de Comunicação Em-

desse olhar para frente e para trás, e, por isso, às vezes é representado como uma herma (uma cabeça ou busto de duas faces) (CARR-GOMM, 2004, p. 125).

3. Em janeiro de 1969, Gaudêncio Torquato funda com Manuel Carlos Chaparro e o publicitário Luiz Carrion a empresa Programação e Assessoria Editorial Ltda. (Proal). Chaparro ressalta que no ambiente da Proal Gaudêncio Torquato “estudava e teorizava a experiência prática que a empresa lhe proporcionava (CHAPARRO, 2012, p.33).

presarial, na época, denominada Associação Brasileira de Editores de Revistas e Jornais de Empresa, onde foi Diretor Cultural (1971-1972), Presidente do Conselho de Ética de Jornalismo Empresarial (1973-1974), 1º Vice-Presidente (1975-1976), Assessor da Diretoria (1981-1983) e membro do Conselho Superior de Comunicação Social (1997). É na ABERJE que Gaudêncio Torquato convive com o movimento de humanização e profissionalização da Comunicação Empresarial brasileira liderado pelo jornalista Nilo Luchetti, que a frente de um grupo de aproximadamente 60 grandes empresas atuantes no Brasil funda a ABERJE em 08 de outubro de 1967.

Além de comunicadores de empresas, o movimento fundador da ABERJE conta entre os seus protagonistas com os dirigentes da ECA-USP, na época denominada Escola de Comunicações Culturais, com os representantes de grandes jornais paulistanos e de instituições empresariais, como a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP). Entre as crenças dessa primeira geração de integrantes da ABERJE, destaco aquela que diz textualmente acreditar que as publicações empresariais – as revistas, os jornais e os boletins empresariais – eram as principais ferramentas de humanização do operário – visto por Frederick W. Taylor, expoente da denominada Teoria da Administração Científica, como “homem boi”, extensão das máquinas.

O começo da mudança deste duro olhar administrativo sobre os trabalhadores e sobre a qualidade da comunicação empresarial tem como marco a Escola de Relações Humanas, iniciada com as pesquisas do sociólogo australiano Elton Mayo (1880-1949), no final dos anos 1920, na fábrica Hawthorne, da Western Electric, que influenciará um novo tipo de relação entre gerentes e trabalhadores e, também, uma comunicação empresarial que enxergará em suas publicações um de seus principais meios de promover um diálogo maior no ambiente dos diálogos das fábricas e dos escritórios.

A ABERJE, no Brasil, capitaneia, sob a liderança de Nilo Luchetti⁴, este processo qualitativo de mudança da Comunicação Empresarial e das Relações Públicas. Na época, de sua fundação, a sua marca é o operário-leitor. O seu logotipo associativo é o Homem Vitruviano, do conhecido círculo de Leonardo Da Vinci, substituído pelo operário leitor. A primeira utopia da ABERJE foi

4. Nilo Luchetti, Chefe de Relações Sociais da Pirelli e Editor da revista *Notícias Pirelli*, foi o primeiro presidente da Aberje, permanecendo entre os membros da diretoria até 1983.

promover a transformação do mundo por meio de uma nova narrativa dentro das fábricas. No ambiente das publicações da ABERJE, os comunicadores, como Sherazades, deveriam melhorar as suas mil e uma histórias contadas nas milhares de duras horas e dias empresariais. Gaudêncio Torquato, juntamente com outros acadêmicos conviveu com esse ambiente, repleto de contradições provenientes principalmente das relações de trabalho no ambiente industrial brasileiro. Entre esses acadêmicos, destaco Manoel Chaparro, Waldemar Kunsch, Wilson Bueno, como registram os documentos do Centro de Memória e Referência (CMR Aberje).

Ainda, para destacar a riqueza do ambiente de discussões sobre a comunicação promovida pela Aberje, lembro que neste contexto foi produzida a primeira pesquisa científica da comunicação organizacional brasileira, em 1968, depois reproduzida em artigo pela revista *RAE - Revista de Administração de Empresas da FGV*, vol. 8, n. 29, out-dez 1968, e citada em artigo do professor Dimitri Weis, da Universidade Sorbonne, em 1971. Torquato como integrante da ABERJE teve ali uma de suas fontes inspiradoras para o seu livro “Jornalismo Empresarial: Teoria e Prática”. Esta relação produtiva de Gaudêncio Torquato com a entidade é destacada pelo autor, em ambiente de celebração “Caminhamos juntos: A ABERJE completou 30 anos e meu ingresso na área de comunicação empresarial ocorreu em 1968, um ano após a fundação da entidade” (1998, p.11). Se aceitarmos que o sujeito e o seu trabalho são também, em alguma medida frutos de seu tempo, Gaudêncio e sua obra “Jornalismo Empresarial: Teoria e Prática” são boas expressões da Escola de Comunicações e Artes e da ABERJE.

Especificamente no contexto dos anos 1960, 1970, 1980, a obra de Gaudêncio Torquato faz parte do processo de profissionalização da Comunicação Empresarial em nosso país. É um processo que se manifesta isoladamente nos anos 1920 e 1930, e que pode ser exemplificado nas ações de relações públicas de empresas como a Light nos anos 1910, General Motors nos anos 1930 e que se torna um processo orgânico a partir dos anos 1950 e 1960 dentro do fluxo da industrialização brasileira e da fundação da ABERJE, em 1967. Mas, Gaudêncio Torquato, vai além das influências de seu tempo e constrói uma ponte qualitativamente sólida entre a universidade e as empresas, organizando em seu livro pioneiro um acervo de conhecimento comunicacional destinado ao fazer da comunicação empresarial, que acontecia dentro das fábricas, carente de teoria, técnicas e profissionais que o legalizasse e o legitimasse. Com o objetivo, de acordo com Gaudêncio Torquato, de sanar a falta de uma sistematização conceitual que impedia o campo profissional de alcançar por meio de uma

maior sistematização conceitual, um maior aperfeiçoamento e profissionalização. Sobre este pobre contexto brasileiro de produção de publicações, o autor destaca que

[...] na época de sua criação, reinava completa improvisação. Funcionários de escalões inferiores reuniam-se para fazer o jornal ou boletim, escreviam eles próprios os textos, faziam os desenhos, ajeitavam de qualquer maneira a forma gráfica da publicação, datilografavam tudo e realizavam até o trabalho de impressão em mimeógrafos. Muitas publicações já morriam no nascedouro, condenadas pela indefinição de objetivos, pelo amadorismo e pelo completo desconhecimento técnico de seus planejadores (TORQUATO, 1984, p.28).

Para mudar isso, no livro “Jornalismo Empresarial: Teoria e Prática”, Gaudêncio Torquato, produz uma visão histórica internacional e brasileira das publicações empresariais, reúne o conhecimento de autores brasileiros e estrangeiros sobre o tema, a partir de suas referências de seu trabalho de Doutorado e faz também uma taxonomia dos conceitos do jornalismo e de relações públicas visando a sua aplicação no dia a dia da comunicação empresarial. Neste sentido, a obra de Gaudêncio Torquato não é só instrumento técnico. É também instrumento ético e estético.

Gaudêncio leva para o mundo profissional um olhar epistemológico. E leva para a Universidade um olhar sobre o que acontece no campo profissional. Ele promove e fortalece a boa mestiçagem, entre mundos que não deveriam estar separados. É instrumento também de *advocacy* e *lobby* de uma profissão, que em seus primórdios é uma espécie de patinho feio do mundo comunicacional, quando olhada ideologicamente, denominada de politicamente reacionária, que se estruturava, que empregava comunicadores e que ganhava importância econômica e política. Trecho de entrevista de Gaudêncio Torquato à revista Comunicação Empresarial, da ABERJE, destaca as dificuldades que enfrentou para oferecer, nos anos 1970 e 1980, uma disciplina optativa de jornalismo empresarial no Curso de Jornalismo da ECA-USP “Precisei lutar como um kamikaze para defender a necessidade dessa disciplina e enfrentei muitas pressões. Nas escolas da época, julgava-se que o jornalismo empresarial era uma área que não atendia os interesses da sociedade” (1995, p.14). Neste ambiente, Gaudêncio pensava o seu livro como uma “espécie de Manual”. Atualmente, longe do momento histórico de sua gestação e lançamento, podemos destacá-lo

como um Manifesto, onde se procurava afirmar a dignidade e a importância da Comunicação Empresarial por meio do denominado Jornalismo empresarial.

O jornalismo empresarial, como o principal protagonista da comunicação empresarial, nos anos 1950, 1960, 1970 e 1980, passou a perder força e sua utopia nos anos 1990. Se nos anos 1960 e 1970 têm-se exemplos, mesmo que espasmódicos, de um bom jornalismo em empresas representado em reportagens e artigos na revista *Notícias Pirelli*, editada por Nilo Luchetti, e nos anos 1980, pela *Revista da Goodyear*. Na atualidade, é uma atividade, quando se tenta exercê-la, claramente no âmbito das políticas de uma relações públicas, condicionada a amenizar conflitos, como destacou pioneiramente, em 1981, Cécilia Peruzzo, em seu livro “Relações públicas no modo de produção capitalista”. E Maurício Tragtenberg, em seu livro “Administração, poder e ideologia”, de 1980, que vê as publicações empresariais, em especial o jornal destinado ao trabalhador, como suportes para conteúdos voltados à psicomanipulação, à “formação profissional permanente”, que não é gerida pelos produtores, enfim, publicações voltadas apenas aos objetivos da racionalidade econômica, ao contexto das narrativas administrativas que radicalmente desencantam o mundo do trabalho. Ao refletir sobre as publicações empresariais na contemporaneidade, Nassar (2009, p.138) lembra que

Durante a segunda metade do século XX, em um contexto mais amplo dos estudos voltados para o Trabalho nos campos das Ciências Sociais e da Economia, entre outros, a importância da comunicação é destacada a partir das transformações que promoveram o conhecimento como principal força produtiva da sociedade contemporânea, o que levou à redefinição de categorias como trabalho, valor e capital (GORZ, 2005). A emergência de um trabalhador voltado para a produção de valor, no ambiente do conhecimento, da democracia e de tecnologia de informação acessível, massificada e colaborativa enfraquece o enquadramento da empresa como aparelho ideológico patronal. E enfraquece, também nesse quadro, a visão da comunicação empresarial e seus canais como ferramentas das ideologias administrativas. Gorz destaca que no ambiente do conhecimento e do capital humano “A informatização da indústria tende a transformar o trabalho em um fluxo contínuo de informações. O operador deve “se dar” ou “se entregar” de maneira contínua a essa gestão de fluxo; ele tem de *se produzir*

como sujeito para assumi-lo. A comunicação e a cooperação entre operadores são parte integrante da natureza do trabalho” (GORZ, 2005, p. 17-18).

A externalização desse processo interno a organização constitui o que se denomina identidade, imagem e reputação organizacionais. É um amplo quadro relacional, que envolve os trabalhadores e todas as redes de públicos em ritos e rituais, que impossibilitam as manipulações comunicacionais, ou os ambientes comunicacionais miseráveis, possíveis para o trabalhador manual, presentes no contexto do pensamento e da operação da administração baseada na criação de valor, a partir da relação tempos e movimentos.

Drucker (1999) afirma que a comunicação de índole taylorista não contribui mais para a criação de valor, no contexto de uma sociedade que tem como base o conhecimento. Castells (1999) assinala as modificações sobre as formas de comunicar, viver e criar valor a partir das novas formas tecnológicas de comunicação digital e em rede. Para Drucker (1999) e Castells (1999) a comunicação da sociedade do conhecimento deve criar significado para o social a partir de princípios como a identidade, a missão, a visão e a história organizacional.

O que configura um quadro comunicacional que, para ser efetivo, exige da comunicação empresarial, do jornalismo empresarial e de suas publicações, além de autonomia, uma nova forma de pensar a comunicação e o jornalismo empresarial, em suas crenças, valores, tecnologias e produtores, ou seja, o alcance de um novo paradigma (KUHN, 1980).

A releitura de “Jornalismo Empresarial: Teoria e Prática”, de Gaudêncio Torquato, mostra-nos a necessidade da comunicação empresarial procurar novas taxonomias e retomar a utopia dos primeiros aberjeanos ligada principalmente a ideia da possibilidade de se fazer jornalismo em contextos difíceis como as das atuais relações de trabalho.

Referências

CARR-GOMM, Sarah. **Dicionário de símbolos na arte**. Bauru, SP: Edusc, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Marcos de um percurso de sucessos. QUEIROZ, A.; KUNSCH, M. M. K. **Gaudêncio Torquato**: acadêmico, jornalista, consultor político e de comunicação. São Paulo: Intercom, 2012.

DRUCKER, Peter. **Desafios gerenciais para o século XXI**. São Paulo: Editora Futura, 1999.

GORZ, A. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Relações públicas e modernidade**: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

NASSAR, Paulo. A evolução das publicações em jornalismo empresarial para o jornalismo em empresas. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**. v. 13, n. 13, p. 127-144, 2009.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. **Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista**. São Paulo: Summus, 1981.

TORQUATO, Gaudêncio. **Jornalismo empresarial**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 1984.

TORQUATO, Gaudêncio. Entrevista: o risco da incompetência. **Revista Comunicação Empresarial**. São Paulo, Aberje, ano 5, n.15, p.14-18, 2º trimestre 1995.

TORQUATO, Gaudêncio. A evolução de uma ferramenta estratégica. **Estudos Aberje**. São Paulo: Aberje, 1998. v. 1. p. 11-23

TRAGTENBERG, Maurício. **Administração, poder e ideologia**. São Paulo: Moraes, 1980.

21.

História e Comunicação: o mestre Virgílio Noya Pinto

Heloiza Helena Matos e Nobre¹
ECA-USP – Escola de Comunicação e Artes
da Universidade de São Paulo

PINTO, Virgílio Noya. **Comunicação e cultura brasileira**. São Paulo: Ática, 1986

Introdução

Este artigo é uma homenagem a Virgílio Noya Pinto, um dos pioneiros da História da Comunicação no Brasil. No quadro do *Ciclo de Conferências: 50 anos*

-
1. Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Realizou estágio pós-doutoral junto ao GRE-SEC (Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication), Université Stendhal, Grenoble III, em 1995 e 2007. Até 2002 foi docente e pesquisadora na ECA-USP atuando nas áreas de Comunicação Política e Opinião Pública, e até junho de 2010 foi docente do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, na linha de pesquisa Processos Midiáticos, Tecnologia e Mercado. Nesta mesma instituição liderou o grupo de pesquisa do CNPq, “Capital Social, Tecnologia e Processos Políticos”. A partir de 2010 retorna à ECA-USP, onde integra o PPGCOM como docente e pesquisadora sênior, na linha de pesquisa “Políticas e Estratégias de Comunicação”, com bolsa por produtividade pelo CNPq. E-mail: heloizamatos@gmail.com

das Ciências da Comunicação no Brasil – a contribuição de São Paulo, venho dar um depoimento pessoal de quem teve o privilégio de conhecer e trabalhar com o Prof. Virgílio por mais de uma década.

O texto está dividido em duas partes: na primeira, evoco brevemente a trajetória profissional e teórica do Virgílio pesquisador; na segunda, me permito voltar a ser sua aluna, lembrando do Virgílio professor e humano. Em ambos os casos, deixei que a memória conduzisse o discurso – quem sabe fundindo a história com estórias, nessa regressão que é, acima de tudo, uma viagem emocional e uma oportunidade de homenagear esse gigante simples e tão próximo.

Historiador na comunicação

A construção de um campo de conhecimento envolve vários elementos. A formação teórica dos seus pesquisadores, a época na qual se considera seu surgimento e evolução, ou os recortes de tempo nos quais podemos observar os paradigmas que sedimentam os seus moldes constituintes.

No Brasil, um dos pesquisadores e intelectuais que colaboraram para a História das Comunicações como área acadêmica foi o Prof. Virgílio Noya Pinto: originário da FFLCH e integrado à ECA no campo da História das Comunicações, terá seu perfil abordado neste texto – uma homenagem a este emérito professor pela participação na construção do campo da comunicação no Brasil.

Enumerar a produção acadêmica de Noya Pinto é, também, testemunhar a evolução do conhecimento entre docente e discente, quando, por exemplo, o pesquisador introduziu os autores da Escola dos Annales (que viria influenciar a toda uma geração formada na ECA), a partir do estudo da história da comunicação numa perspectiva ampla – incluindo a economia, arqueologia, geografia e o desenvolvimento das técnicas e da ciência.

O ponto de partida para entender a importância do emérito professor, é a fala da professora Dra. Antônia Fernanda Pacca de Almeida Wright, ao abrir a sessão de uma reunião do Conselho Universitário da USP, em 1989, onde o professor Virgílio pronunciou uma Aula Magna sobre tema “O século XX: uma análise precoce” (1989).

Na abertura do evento, a professora Wright lembrou alguns episódios dos anos 1957-58, quando Virgílio foi seu aluno no curso noturno do “Maria Antonia”: “aquele jovem que se apresentaria, antes e depois de aprovado, inva-

riavelmente em traje passeio para assistir minhas aulas, com gravata e tudo”; ressaltando, também, “o sorriso fácil, o olhar iluminado, daqueles que acreditam no que fazem e se entregam às suas pesquisas universitárias com uma espécie de prazer indescritível, só experimentado por alguns”. (Idem, p. 5).

Estas observações apontam as características pessoais marcantes do prof. Virgílio: formalidade no vestir e no trato, e alegria na convivência com os colegas, orientandos, funcionários e alunos.

A Profa. Pacca prossegue seu relato sobre o reconhecimento acadêmico do docente, referindo à concessão de uma bolsa de estudos para a *École Pratique des Hautes Études*, no *College de France*, sob a orientação de Fernand Braudel – fato fundamental para a consolidação da carreira universitária do professor Virgílio, mesmo antes da sua vinda para a USP.

Nesta mesma Aula Magna, o prof. Virgílio faz uma revisão dos conceitos de Lebre e Braudel (da Escola dos *Annales*), para enfrentar, segundo pensava, o desafio de fazer história. Ao indagar quando começou o século XX, expôs todo seu conhecimento histórico ao evidenciar as relações entre os acontecimentos dos tempos passados e as marcas de início e fim de cada período.

Entre os exemplos citados, reassalto a erudição demonstrada pelo expositor para articular os tempos culturais, econômicos e políticos que propiciaram a evolução das comunicações. Na análise da ascensão da burguesia e do proletariado nos séculos XIX e XX, o professor lembra da peça teatral “o Burguês Fidalgo”, onde Molière olha com desprezo essa classe, criticando essa “ralé despretensiosa”, cuja estética lhe era abominável.

Lembra também que no século XIII, essa mesma classe burguesa fundou universidades como forma de monopolizar o conhecimento; e prossegue, referindo-se ao proletariado: “ao vender sua força de trabalho, sofreu as agruras da marginalidade e somente o poder da greve começou a rasgar-lhe novas perspectivas. Seu trabalho foi a via encontrada pela burguesia para conseguir seus objetivos, o não trabalho, pela greve, foi a via encontrada pelo proletariado para encontrar seus desígnios e firmar seus direitos.” (Ibidem, p. 11).

Incorporando os ensinamentos dos prof. Virgílio na produção da minha tese de doutorado, defendida no mesmo ano em que aconteceu a Aula Magna, avanço no tempo e espaço para analisar a propaganda política e a censura na ditadura militar (MATOS, 1989).

O marco da consolidação dos conhecimentos históricos do professor com a comunicação se deram, inicialmente, com a sua participação na criação da Escola de Comunicação, em junho de 1966, pelo decreto 46.419 de 15 de Junho.

Com a implantação do novo currículo, em 1970, e a defesa do doutorado em 1972, assumiu a disciplina História da Cultura, consolidando assim sua posição na área da comunicação.

Em 1981, Virgílio parte para Osaka como professor visitante do Instituto de Estudos Estrangeiros. Em seu retorno em 1983, fez sua livre docência e, cinco anos mais tarde, alcança o ápice de sua carreira, como professor Titular da ECA.

Seus livros começaram a ser publicados pela Editora Nacional: inicialmente com enfoque na História do Brasil (2 volumes) e História das Civilizações; na sequência, surge uma obra dedicada aos dois pilares da sua formação, complementares à História – a Comunicação e a Cultura Brasileira (Ed. Ática, 1983).

Em artigo publicado nos Estudos Avançados (1994), o prof. Virgílio menciona os fatos que envolveram a criação da Escola que viria a ser a ECA, nomeada com o enfoque da “comunicação e cultura”, em 1967, e depois, em 1969, como “comunicação e artes”.

Neste ponto, relembra o golpe militar de 1964, a publicação do Ato Institucional n. 5 (que provocou a eclosão da crise estudantil de 1968 e os atos de violência crescente), bem como a reforma universitária de 2009 – fatos que afetaram a sociedade, a política e as Universidades, fazendo emergir uma geração atuante que recusava a instauração de um estado de exceção no Brasil.

No mesmo artigo destaca a articulação entre a criação da Escola de Comunicação e Artes e a “conjuntura histórica na qual, as novas tecnologias e novos pensares transformaram o setor em posição estratégica e também com uma profunda repercussão social.” (1994, p. 1). Refere-se, então, à criação da Embratel em 1965, do Ministério das Comunicações em 1967, da Embrafilme em 1969, e da Telebrás em 1972, como indicadores de mudanças profundas nos setor socioeconômico brasileiro; e do impacto das novas tecnologias no comportamento social e cultural do país.

Sobre este ponto o prof. Virgílio alerta sobre as transformações no campo do conhecimento, representando um desafio no final de século XX: o de “preparar profissionais capazes de intermediar os desafios, não somente na sua área de atuação, mas com capacidade de interagir perante o cenário de perspectivas de mudanças e de inovações que prenunciam o século XXI” (1994, p. 3).

Também não posso deixar de mencionar o artigo do Prof. Virgílio publicado em meu primeiro livro, em 1994, já como docente na USP: “Mídia, eleições e democracia”. Nele, o professor abre a coletânea com um artigo seminal em história da comunicação: “Das estradas persas às rodovias e informação”.

Em seu artigo o Prof. Virgílio observa como as técnicas se transformaram, mas não os objetivos; e distingue certas permanências no processo histórico,

como as relações entre poder, política e comunicação, e seu domínio no espaço geopolítico (estratégias de cooptação). Aqui, ele cita o império persa (579-546 A.C.) como exemplo de despotismo oriental, e a criação de uma estrutura de circulação rápida entre as províncias, e o uso de mensageiros imbricando poder e comunicação.

No decorrer do artigo, o Prof. Virgílio analisa a história da comunicação e da democracia na Grécia, descrevendo os mecanismos do processo eleitoral – incluindo o ostracismo (equivalente ao atual impeachment). Com o declínio da Grécia Clássica, a herança oriental submete a experiência democrática e os monarcas helenísticos tornam-se déspotas.

Em Roma, a herança oriental deu primazia à vida econômica, política e cultural, através dos meios de comunicação, desenvolvendo estradas, postos de serviços e albergues (pousadas). Também em Roma, os grandes espetáculos, incluindo em sua programação divertimentos, às vezes sangrentos e grotescos, especialmente durante a perseguição dos cristãos.

Na sequência de sua análise, o Prof. Virgílio percorre o renascimento urbano e a criação das universidades, nos sécs. XI e XII, o rompimento do sistema feudal, e a organização do Estado Moderno. Relata o fortalecimento da burguesia e a concentração do poder monárquico, em direção ao absolutismo.

A partir do séc. XVI, na França, o artigo aborda o cenário do reinado de Luiz XIV, marcado pelo luxo, etiqueta e espetáculo, réplica moderna e ocidental do despotismo oriental. O mito do Rei Sol era usado como estratégia do direito divino dos reis.

E relata, igualmente, momentos da Revolução de 1789, a Constituição de 1791, o percurso da monarquia constitucional, e a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão – princípios que foram difundidos na Europa depois das revoluções de 1830 e 1848.

Finalizando seu percurso histórico da comunicação, aponta a instituição do sufrágio universal e o voto feminino em 1917, na Rússia, em 1920, nos EUA, e em 1928, na Inglaterra. No Brasil, o voto feminino institui-se apenas em 1933, e é incluído na Constituição de 1934.

E conclui, afirmando que neste ponto, o círculo se fecha: as estradas persas (instrumentos de poder dos imperadores) passam a equivaler, na comparação dos tempos, às vias de fibras ópticas, às rodovias de informação (hoje vistas como instrumentos de poder de entidades transnacionais).

E completa: “em escala geométrica, as novas tecnologias estão transformando a ética das sociedades nos últimos anos do séc. XX”. E, neste ponto, “a mídia e o marketing tornam-se veículos e instrumentos de poder” (MATOS, 1994, p. 11).

Aqui também se consolida a simbiose que busquei desde o meu primeiro contato com o prof. Virgílio Noya Pinto, quando o procurei pela primeira vez, em 1974: articular as ciências da história, cultura e comunicação política, um caminho que se abriu para a pesquisa e docência, e na qual permaneço até os dias atuais.

Aposentada, voluntária, buscando devolver à USP por tudo que aprendi, e formando a geração de novos pesquisadores com quem convivo no CRP da ECA, meu berço, onde continuo embalando o conhecimento e a pesquisa científica – exatamente tal qual fez o Prof. Virgílio.

Ao mestre com carinho²

Lembro da primeira vez que o encontrei o prof. Virgílio, em sua sala na ECA. Era 1974, e eu era professora de graduação da faculdade que, hoje, se chama UNICEUB, em Brasília. Eu disse: “Professor, eu vou participar do processo seletivo e quero o Sr. como meu orientador”. Ao que ele disse: “O que pretende pesquisar?”. Respondi: “Quero pesquisar o processo comunicativo relacionado à construção de Brasília, que levou milhares de trabalhadores e profissionais para o centro do país, onde havia, até então, apenas meio habitante por km²”. Ele: “Mas Brasília ainda existe? Esta capital construída com o capital financeiro de São Paulo, ainda existe?”.

Meio desconcertada, eu rebati: “Tanto existe que vivi lá por mais de 7 anos! E vim aqui para buscar entender o resultado desse contato entre duas categorias de imigrantes: de uma lado, os operários que se deslocaram para trabalhar na construção civil (não incluídos nos projetos dos arquitetos e urbanistas, portanto deixados sem espaço de moradia); e de outro lado, os funcionários públicos que, ao contrário dos candangos, não optaram pela mudança, foram transferidos, e que, a despeito da oferta de apartamentos funcionais, transporte facilitado e salário dobrado, não queriam deixar o Rio de Janeiro.” E finalizei: “Eu preciso de um historiador para entender esse processo e sua interface com a comunicação”.

2. Nesta sessão, toda citação ao que disse o Prof. Noya Pinto estará baseada em apontamentos de aulas da autora, bem como sua memória.

Fui aceita no processo seletivo da pós-graduação, e tive a oportunidade e a sorte de ter o Prof. Virgílio como orientador durante 12 anos! É preciso dizer que, nesta época, a formação científica era mais longa.

Quero igualmente relatar a experiência de ter sido aluna do professor Virgílio. Em 1987, já no doutorado, encontrei em um dos cadernos de anotações sobre as aulas da disciplina “Obra de arte como documento histórico”, ideias e conceitos precisos. Com o Prof. Virgílio tivemos a oportunidade de ler os autores franceses dos séculos XVII, XVIII, XIX: Molière, Racine, Richilieu, Voltaire, Montesquieu, e autores que abordavam o nascimento da personagem “proletariado” na literatura.

A oportunidade de ler “Madame Bovary” de Flaubert, nos mostrou uma outra face da mulher, em contraste com a de “Cândido, ou o Otimista”, de Voltaire. Naquele momento pudemos conhecer o lado sensível do Prof. Virgílio, quando nos mostrava obras de arte com as diversas representações do feminismo.

Em uma de suas aulas, nos chamou a atenção para as mulheres daquela época: Madame Récamier, Pauline Borghese (irmã de Napoleão Bonaparte), e Emma Hart. Além disso, nos mostrou a moda do século XIX, observando a semelhança entre as roupas femininas e o panejamento das estátuas gregas.

Ainda sobre o século XIX, chamava a atenção dos alunos para outras características relacionadas às mulheres dos colégios de ordem religiosa, voltados para uma educação e formação de mulheres padronizadas, devotadas ao lar, à procriação, e ao prazer de ser anfitriã, ou seja, uma visão aristocrática da mulher.

Enquanto isso, a mulher operária passava pelos mesmos problemas das crianças: deveriam ser colocadas a serviço da indústria? Passariam a ser submetidas à pressão de baixos salários para manter as margens de lucros?

Em Bovary, Flaubert mostra a circulação das revistas da época. Paris não aparece, mas é de lá que vem o modelo do bem viver, a moda, a decoração e o luxo. Flaubert mostra o fim do romantismo e o novo padrão do capitalismo no século XIX; onde quem não entra no jogo, perde.

Noya Pinto considerava ainda que “os períodos históricos têm mostrado que o homem vai refazendo sua própria maneira de olhar-se”. Nesse sentido, o autor dá à obra de arte um sentido amplo e contemporâneo, considerando-a parte integrante da constituição do ser humano como sujeito coletivo, e faz da observação científica da obra de arte, em toda sua magnitude, uma ferramenta para entender o presente.

Além da literatura, as artes plásticas, a fotografia, o cinema e toda a produção artística como elemento constitutivo da historiografia e dos olhares da sociedade sobre si mesma.

Ao descrever a importância da Escola dos Annales para a abordagem histórica dos objetos científicos da comunicação, o Prof. Virgílio também criticava o modo positivista de pesquisar, que se assemelhava, segundo suas palavras, “a velhas avós que tecem” na busca pelo conhecimento do passado.

Lembrava a obra de Rabelais (séc. XVI) que, mesmo sendo ateu, reconhecia a importância do sino da igreja a anunciar “o nascimento e a morte, o início e o fim do tempo do trabalho”. De Rabelais também soubemos de sua biografia de Lutero, de quem a igreja ressentia e divergia.

Em relação a Fernand Braudel, Prof. Virgílio dizia que a “história se faz com documentos, quando eles existem. Palavras, signos, paisagens, exame de pedras, em que a casa e objetos são construídos; com tudo aquilo com que o homem se exprime”. Para ele, “o homem faz com o passado aquilo que tem necessidade. Cada geração faz sua história”.

Ainda citando Braudel, pregava que, para fazer história, é preciso virar as costas ao passado; é preciso, sobretudo, viver. E acrescentava: “a história deve servir ao presente”.

Esse olhar do Prof. Virgílio sobre o passado é o mesmo do deste Ciclo de Conferências: ao reverenciar os cientistas que ajudaram a construir a nossa ciência da comunicação, este passado reconstrói e serve ao presente, aos nossos alunos, orientandos e pesquisadores, que esperam, de nós, o badalar dos sinos que nos conduzirão a todos. Aqui e agora.

Minha homenagem ao Prof. Virgílio Noya Pinto é, de certa forma, uma regressão Proustiana, a transportar aos que nos assistem e leem, levando a todos para uma sala de aula (quero crer) atemporal. Minha intenção é evocar uma aula do Prof. Virgílio, como se ele estivesse revivendo através de mim, e de todos seus orientandos e alunos. Não é este o sentido de ensinar? Sou prova de que o aluno carrega sempre os ensinamentos de seus professores.

Referências

BRAUDEL, Fernand. **História e Ciências Sociais**. Editorial Presença, Lisboa, 1982.

LEBVRE, Lucien. **Combates pela História**. Editorial Presença, Lisboa, 1977.

MATOS, Heloiza. **Modos de olhar o discurso autoritário no Brasil (1969-1974)**. São Paulo, 1989. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 1989.

WRIGHT, Antônia Fernanda Pacca de Almeida. **Palavras Introdutórias**. Aula Magna proferida no conselho Universitário da USP, 6/3/1989.

PINTO, Virgílio Noya. **História do Brasil** (2 vol.) e **História das Civilizações** (1 vol.) Editora Nacional, São Paulo, 1981.

_____. **Cultura e Comunicação Século XX**: uma análise precoce. Tese de Livre-docência em História da Cultura e da Comunicação. Apresentada ao Departamento de Comunicações e Artes da ECA/USP, São Paulo, 1983.

_____. **Comunicação e Cultura Brasileira**. Ed. Ática, São Paulo, 1986.

_____. **Aula Magna**, Conselho Universitário da USP, 6/3/1989.

_____. Das Estradas Persas às Rodovias de Informação. In: MATOS, Heloiza (Org). **Mídia, Eleições e Democracia**. Scritta, 1994.

_____. Escola de Comunicações e Artes. **Estudos Avançados**, vol 8, n. 22, SP, set. Dez. de 1994.

_____. **Em busca de uma metodologia para análise do fenômeno da globalização**. Conferência apresentada no III Colóquio França Brasil de Pesquisadores em Comunicação. Aracajú, Brasil, 1996.

_____. História e imagem e metamorfoses. **Comunicação & Educação**, São Paulo, (10): 15 a 23, set/dez, 1997.

VOLTAIRE. **Cândido, ou o Otimista**. São Paulo, Abril Cultural, 1972.

PARTE III

Ideias Inovadoras



22.

A Noite da Madrinha, livro de Sérgio Miceli

Antonio Adami¹

UNIP – Universidade Paulista

MICELI, Sérgio. **A Noite da Madrinha** [1972] 2ª. ed. São Paulo: Perspectiva, 289 p.

Biografia

O autor possui graduação em Ciências Políticas e Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (1967), mestrado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (1971), doutorado em Sociologia - École des

-
1. É professor titular e fundador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (1997); professor convidado do Programa de Doctorado en Periodismo da Universidad Complutense de Madrid (2012); professor em caráter temporal do Departamento de Midialogia da Unicamp (2013); participa do grupo de pesquisa Mídia, Cultura e Memória, junto ao CNPq, no Brasil, e MEDIACOM UCM, junto à Complutense de Madrid. É co-editor da revista “Sonora”, do Departamento de Midialogia da UNICAMP. E-mail: antonioadami@uol.com.br

Hautes Études en Sciences Sociales (1978), doutorado em Sociologia pela Universidade de São Paulo (1978) e livre-docência pela Universidade Estadual de Campinas (1986). Trabalhou como professor visitante na Stanford University, nos Estados Unidos (2001-2002) e também visitante da University of Florida (1987-1988), foi diretor da EDUSP (1994-1999). Atualmente é editor responsável da *Tempo Social* - Revista de Sociologia da USP e professor titular da Universidade de São Paulo. Seu trabalho científico está essencialmente vinculado à Sociologia da Cultura.



Foto do início da carreira de Hebe, ainda morena, como cantora de rádio. Em 1953, ela se apresentava em um programa chamado 'Parada de Sucesso', da Tupi. Fonte: http://blogdeklau.zip.net/memoria/arch2009-03-08_2009-03-14.html. Acesso em 29.11.2013.

Desvendando a personagem

Filha de Ester e Fego Camargo, músico, violinista do Cinema Politeama em Taubaté (na época do cinema mudo), Hebe tem infância humilde. A situação

financeira da família piora com a chegada do som aos filmes e seu pai fica desempregado.

Em 1943, momento áureo das rádios paulistas, a família resolve ir para São Paulo, onde o pai de Hebe consegue emprego na grande Rádio Difusora. Aliás, a Difusora é onde tudo realmente acontece na vida de Hebe, pois fundada em 24 de novembro de 1934, é a primeira emissora a se constituir como sociedade anônima, com banqueiros e industriais entre seus quarenta acionistas e é lançada com pompa e pretensões na capital. A Grande Rádio Difusora de São Paulo, em 30 de agosto de 1943 passa a integrar as Emissoras e Diários Associados, grupo de Assis Chateaubriand, e é incorporada à Rádio Tupi de São Paulo, que nasce já com o slogan: “A mais poderosa emissora paulista”, típico jargão de Chateau. Em 1944, a adolescente Hebe se apresenta em programas de calouros das rádios, cantando seu grande ídolo Carmen Miranda (1909-1955). Já premiada várias vezes, Hebe forma o Quarteto Dó-Ré-Mi-Fá, junto de sua irmã Stela e das primas Helena e Maria. Logo elas são contratadas pela rádio Tupi, que era também das Emissoras e Diários Associados, de Chateau. O grupo acaba três anos depois, quando uma das primas se casa. É neste momento que surge a dupla sertaneja Rosalinda e Florisbela, mas que não dá muito certo. Hebe resolve então seguir carreira solo. Por ironia do destino, não é como cantora que Hebe tem grande expressão mas como apresentadora! Hebe Camargo foi um fenômeno de público, de mídia, de longevidade no ar, com sua espontaneidade e carisma. Estreia com seu eterno sofá de entrevistas na Rede Record de Televisão, do gigante Paulo Machado de Carvalho, em 06 de abril de 1966. Nos perguntamos então por que Madrinha? a própria Hebe responde: “É porque Madrinha é para sempre! A madrinha está sempre presente e é uma segunda mãe”.

Quando da morte de Hebe Camargo, em 29 de setembro de 2012, em crônica para o jornal O Estado de S. Paulo, de 09 de outubro de 2012, Ignácio de Loyola Brandão, escreve:

Ficou o vazio. Não há ninguém no lugar dela. Desde que foi eleita rainha do rádio, 60 anos atrás, e era morena de sobrance-lhas grossas como as de Malu Mader (o que a envaidecia, vejam só, quando alguém dizia isso). Hebe reinou no Brasil. Absoluta, pode-se dizer. Nenhuma outra mulher da mídia teve um lugar como o dela no coração do público. Amada pelo povo, estudada pelos intelectuais, Hebe não precisava de explicações. Fenômeno natural, era nossa amiga, irmã, mãe, namorada, amante, ídolo.

Havia quem a criticasse, a chamasse de brega, cafona. Quantas vezes ouvi isso? Como você pode gostar da Hebe? Eu gostava, milhões gostavam. Até quem dizia que não gostava, por maior que seja o paradoxo. Não gostando, era só se aproximar dela para gostar. Poucas vezes vi uma pessoa com tal capacidade de seduzir. Porque tudo nela era autêntico, natural, solto, Hebe jamais representou. Foi grande o suficiente para ser relax, mesmo quando a vida a colocou duramente à prova, e a colocou inúmeras vezes.

Estrutura do livro e reedição

O livro *Noite da Madrinha*, tem sua primeira edição publicada em 1972, pela Editora Perspectiva, de São Paulo, com 289 páginas. Está estruturado com uma nota pessoal do autor, introdução, capítulo 1 (A Noite da Madrinha – Estudo de caso); capítulo 2 (A rentabilidade simbólica); capítulo 3 (O campo simbólico dependente); conclusões; bibliografia e apêndice.

Noite da Madrinha é um estudo pioneiro na área da sociologia da comunicação de massa e no primeiro, com 86 páginas e intitulado “A noite da Madrinha”, o autor faz um estudo de caso, onde trabalha as seguintes questões:

- 1) O espelho simulado.
- 2) O espelho suposto.
- 3) A sala de visitas.
- 4) O mito da lareira: a fala da madrinha, ninguém segura esta família e era uma vez...
- 5) O debate das luzes.
- 6) O Brasil está bárbaro.
- 7) O executor da demanda.

O segundo capítulo, contém 26 páginas. O terceiro capítulo, contém 50 páginas. Para as Conclusões, Bibliografia e Apêndice, o autor utiliza 52 páginas.

Creio ser importante citar que Miceli retoma em 2005 a obra publicada em 1972, desta feita, republicada pela Companhia das Letras, com 368 páginas. Na reedição, com o título “A Noite da Madrinha e outros ensaios sobre o éter nacional”, Miceli escreve novo prefácio intitulado de “O Éter caseiro”, escreve

a introdução e divide os capítulos em: capítulo 1 (A noite da madrinha – estudo de caso). Neste capítulo ele retoma a questão do Espelho simulado, Espelho suposto, A sala de visitas, Mito da lareira, Debate das luzes, O Brasil Bárbaro!, O executor da demanda; O capítulo 2 se mantém com o mesmo título (A rentabilidade simbólica); o capítulo 3 (O campo simbólico dependente) onde retoma a questão da cultura da coalizão dominante, a imposição do arbitrário cultural dominante; Notas especiais; conclusões; apêndices: Entre no ar em Belíndia; a indústria cultural hoje; o dia seguinte; o papel político da mídia; ratinho acorrentado. O livro termina com Quadros, Bibliografia e Notas.

Na verdade, nesta segunda edição, Miceli escreve novo prefácio e acrescenta quatro ensaios, atualizados, sobre a mídia no Brasil, onde demonstra como Hebe, assumindo os papéis de mãe, filha, esposa e dona de casa, duplica as funções sociais reservadas à mulher, e assim reforça a necessidade de conformidade social e a adesão a um determinado universo ideológico. Daí a aproximação de Hebe com o grande público, em um momento em que a televisão começa a ser o mais importante meio de comunicação, o centro da sala, e, assim como o rádio, um grande mediador da cultura popular brasileira.

Análise da obra

O autor começa o livro com uma nota pessoal e uma introdução, esta, com 32 páginas, e bastante marcante para o entendimento de sua dissertação de mestrado, traduzida como livro no mesmo ano da defesa, 1972, como escrito no início deste trabalho.

No livro, o autor escreve que no tocante ao objeto do trabalho, o que ele tinha em mãos eram algumas variantes de teorias genéticas do fato cultural, por exemplo a expansão dos meios de comunicação de massa no Brasil. Miceli coloca que se preocupa em submeter o tipo de objeto selecionado, os programas de auditório em televisão, a uma análise de caráter sociológico. Nesta análise, em relação ao objeto da pesquisa, há duas ordens conexas de problemas: ideológicos e metodológicos, ambas imbricadas. Explica que não optou por uma linha de investigação norte-americana, quantitativa ou não, pois esta poderia chegar a uma leitura parcial e dirigida, de certas dimensões da produção ou da recepção do produto audiovisual. Também não utilizaria uma postura distante do objeto ou distante das informações a respeito dos níveis da estrutura social. Entre suas

considerações, preocupações características de uma época em que pesquisas na área de Sociologia raramente consideravam programas de televisão ou rádio, pois eram tratados com interesse menor, o autor utiliza indicadores empíricos disponíveis à época, tais como índices de audiência, a figura pública de Hebe, matérias de revistas –ainda não tão especializadas: *Amiga* e *Intervalo* (utiliza o correio dos fãs, críticas de jornais e revistas etc.), estabelecendo abordagens aos ideais culturais, éticos e sociais do programa, relacionados ao público provável deste, a classe média. Por outro lado, o livro aborda também demais programas importantes, *Chacrinha* e *Silvio Santos*, que segundo o autor, são dirigidos às classes mais baixas da população (C e D).

O livro fundamentalmente trata de cultura, indústria cultural, eficácia simbólica dos programas de auditórios e, nesse sentido, nos possibilita hoje acesso a um rico material de pesquisa nos campos das mediações, cultura e história das mídias, por exemplo, como escrevemos acima, quando analisa os programas de maior audiência da televisão brasileira, com resultados de pesquisa do IBOPE, no Rio de Janeiro e São Paulo, de 16 a 22 de novembro de 1970, estando, aliás, a novela *Irmãos Coragem*, em primeiro lugar. Aliás, gênero de produção que a Rede Globo ainda hoje insiste em explorar, incitando o povo à bizarrice noveleira, sustentada por uma máquina de publicidade, buscando o aval e a legitimidade comercial a partir de uma comunidade científica ingênua ou, as vezes, egocêntrica demais, para entender o que se passa realmente e que sucumbe diante das poderosas estratégias de marketing da emissora.

O livro traz também demais programas que pontuam entre os primeiros, tais como *Jornal Nacional*, *Discoteca do Chacrinha*, *Alô Brasil*, *Aquele Abraço*, *A próxima atração*, *Assim na terra como no céu*, *Balança mas não cai*, *Faça humor não faça guerra*, *Première mundial* e *Flávio Cavalcanti*. Nos possibilita ainda acesso ao discurso de Hebe, precursora dos programas televisivos de auditório do Brasil, aproximando-a de seu público através de assuntos comuns à classe média, sejam os problemas cotidianos da casa, dos filhos, dos maridos etc.

Naquele momento histórico de explosão da televisão, final dos anos 1960 e início de 1970, já percebe-se a televisão como um mostruário da cultura material, diante de uma massa excluída de consumidores: máquinas de lavar, carros, geladeiras, fogões, viagens, acintosamente presentes nos programas Hebe, Silvio Santos, Flávio Cavalcanti, gerando expectativas de compra aos telespectadores, mas que infelizmente, na prática, trata-se apenas de lucro, até bastante fácil, pois a rede chega com grande poder de penetração em todas as classes e apoiada pela ditadura militar estabelecida no Brasil pelo golpe militar de março

de 1964. Trata-se de negócios diante de uma massa excluída do consumo e de tantas outras necessidades, massa esta que em 2013 toma as ruas, 43 anos depois, exigindo seu quinhão em um bolo que nunca chega, pois o Brasil se tornou popularmente um país do futuro, sempre do futuro.

Diferentemente dos programas de auditório do Sílvio Santos e Chacrinha, dirigidos às classes mais baixas, o autor cita no primeiro capítulo que o programa de Hebe Camargo é dirigido a um público predominantemente situado nas faixas de renda média-alta e alta. Ao observarmos este fato, concluímos que isto decorre do fato de que os programas do Sílvio e Chacrinha são ao vivo, com os auditórios lotados, o que passa uma realidade mais viva e mais exata, sem edição, com a presença do público nas gravações. Ao contrário, o programa da Hebe é gravado, o que lhe confere maior tempo para elaboração, com a edição e maior controle do que é veiculado.

Gostaria a seguir de me deter em alguns itens do primeiro capítulo, onde o autor denota maior densidade teórica, pois os demais capítulos são mais descritivos e de análise de dados de audiência. Assim nos interessa por exemplo:

1) O Espelho simulado

Para o autor, os mecanismos de projeção e identificação entre espectador e a apresentadora apoiam-se na percepção de Hebe como “uma igual”, uma mulher como as outras que assistem o programa. Parece estar sempre as voltas como uma dada experiência de vida que simula assumir, tanto em termos de expressão como através de um painel de valores característicos, ambos os registros sendo transmitidos pela duplicação dramática dos papéis sociais que exagera. Ela cria sua imagem na TV como mãe, filha, dona de casa.

2) O espelho suposto

Qual a concepção que o programa possui de seu público?

O programa dirige-se à unidade familiar, a imagem suposta de um espectador típico ideal. Imagem construída a partir dos diversos papéis sociais que compõem a família. Na verdade o programa cria uma sala de visita, como se o público estivesse em sua própria casa em uma reunião de família.

3) O mito da lareira

O programa opera uma base de sentidos com fácil entendimento e referencial familiar, onde a fala da Madrinha conduz a um Brasil de paz e de equilíbrio, politicamente correto com a realidade vigente, onde a televisão

é o grande parceiro das políticas vigentes, com todas as suas ramificações. Nesse sentido a Madrinha é ideal, com frases que provocam entendimento imediato por parte do público, mas que denota um universo onírico, quase dopado. Hebe sempre esteve no palco, em um show, sem saber o que sua fala estava construindo:

O Brasil está novamente a seus pés.

Hoje está uma noitinha gostosa né? ...com a primavera vem beleza, vem alegria, com alegria felicidade...as bochechas do João Marcelo, como são mesmo as bochechas do João Marcelo?

4) Rentabilidade simbólica

Neste item o autor trata dos índices e audiência, do IBOPE, obviamente com os instrumentos de leitura da época, leitura esta pautada dentro de uma realidade política e de controle dos meios.

Conclusão

Resumindo, em sua análise do programa, Miceli escreve que o público delegou a Hebe a tarefa de representar a esfera familiar e insuflar nos mass media o sistema ideológico que ambos partilham, ou seja, Hebe deve recompor na esfera do lazer os mitos da instituição familiar. Para ele, ela comporta-se como uma madrinha no lazer, a mamãe postiça e afável que distribui delicadeza, sorrisos e presentes, que comparece às festas e trata todos como filhos. Segundo Miceli, Hebe comunica-se com o público através dos discursos, com flexão diminutiva, o que proporciona uma conversa pessoal, quase caipira, no sentido da afetividade, para afetar o sentimentalismo. Também usa o superlativo, para traduzir padrões de excelência. O espectador para Hebe é quase uma criança conduzida pela mão, a quem se deve falar com candura, a quem se deve agradar muito para conseguir alguma coisa, dominando-os pela linguagem do coração, da alegria, da felicidade. “A Madrinha” constitui o agente social sobressalente. Pode-se recorrer a ela para solicitar reposição afetiva e material com a certeza de que o pouco que se pede será atendido. Nela todas as qualidades familiares subsistem intatas por ser a depositária do bom idealizado. E é preciso que assim seja para que possa conservar a fartura acumulada e oferecê-la nos momentos de exceção.

A noite de domingo é a festa da madrinha quando os espectadores/afilhados comemoram de forma ritual a reposição idealizada do cotidiano doméstico. Na verdade, a “cara” do programa é mesmo a “cara” da Record de Paulo Machado de Carvalho, a família Record. Paulo Machado, Hebe, Record, representam São Paulo e têm essa identidade desde a “Revolução Constitucionalista de 1932, momento em que o Vale do Paraíba, seu local de nascimento, foi estratégico para São Paulo, contra as forças do ditador Getúlio Vargas. Miceli não entrou nesta questão, nem era seu interesse mas sem dúvida esta questão está diretamente ligada ao carinho que os paulistas têm com a apresentadora, inclusive pelo seu sotaque um pouco mais forte, típico da região. Para terminar, saliento que o livro teve e tem até hoje um grande impacto na mídia e foi comentado em diversos círculos, quando da morte, em 2012, da eterna “Rainha do rádio”, eleita em 1952 e pioneira da televisão brasileira.

Referências

ADAMI, Antonio. O Rádio com Sotaque Paulista. In: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2008, Natal - RN. São Paulo: Intercom, 2008.

BRANDÃO, Ignácio de Loyola. **O Estado de S. Paulo**, 09 de outubro de 2012. http://blogdeklaui.zip.net/memoria/arch2009-03-08_2009-03-14.html. Acesso em 29.11.2013

MICELI, Sérgio. **A noite da madrinha**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

_____. **A noite da madrinha e outros ensaios do éter nacional**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

23.

Livro de Arruda inaugura a abordagem científica da Publicidade

Roseméri Laurindo¹

Universidade Regional de Blumenau

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **A embalagem do sistema** – a publicidade no capitalismo brasileiro. 1.ed. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1985. 238p.

Maria Arminda do Nascimento Arruda inaugurou no país, com este trabalho, uma nova atitude intelectual de abordagem da Publicidade como objeto de pesquisa, que permite compreender aspectos da sociedade brasileira. Foi o

-
1. Coordenadora do Curso de Jornalismo da Universidade Regional de Blumenau, onde é professora titular de Teorias da Comunicação. Concluiu pesquisa de pós-doutorado em Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo, com apoio do CNPq (2012-2014). Doutora em Ciências da Comunicação – Especialidade Jornalismo pela Universidade Nova de Lisboa (2005), Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (1998), graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (1991). Integra Grupo de Pesquisa Pensa-Com/Brasil, da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Coordena o Grupo de Pesquisa Gêneros Jornalísticos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom). E-mail: roselaurindo@gmail.com

primeiro livro da autora, distinto dos demais que ela escreveu e de fato põe em relevo a contribuição que se deu a partir de São Paulo nos 50 Anos das Ciências da Comunicação no Brasil, posicionando a obra como exemplar no contexto do ciclo de conferências promovido pela Fapesp, Intercom e Eca-Usp para assinalar obras paradigmáticas da área, gestadas em solo paulista. Mineira de nascimento, a autora também migrou de estado em seu livro *Metrópole e Cultura: São Paulo no meio do século XX*, de 2001, entre outros livros. Formada em Ciências Sociais na USP, realizou na mesma instituição o mestrado, doutorado e livre docência, sendo professora titular desde 2005. Coordenou a área de Sociologia na Capes de 1998 a 2001. Em 2013 é pró-reitora da Cultura e da Extensão Universitária da USP.

Pela formação da autora, *A embalagem do sistema* faz lembrar os teóricos provenientes da Sociologia que disseminaram as teorias da Comunicação no Brasil, embora tenham privilegiado perspectivas a partir exterior. Por exemplo, a famosa coletânea *Comunicação e Indústria Cultural*, organizada por Gabriel Cohn, que foi professor de Arruda. Por esta correlação é quase inexplicável o esquecimento de *A embalagem do sistema* nos estudos comunicacionais, ao mesmo tempo em que se disseminam as perspectivas teóricas divorciadas das problemáticas brasileiras para compreensão dos fenômenos comunicacionais, particularmente no campo da Publicidade e Propaganda.

A primeira edição foi em 1985, fruto da dissertação defendida no mestrado do Departamento de Ciências Sociais da USP, em 1979, sob orientação do professor Aziz Simão. Ao ser reeditado vinte anos depois, o livro foi considerado pela também socióloga e doutora em Comunicação, Ilana Strozenberg, como um dos textos inaugurais desse campo de reflexão – a Publicidade – no âmbito das Ciências Sociais (STROZENBERG, 2000).

Strozenberg e também Arruda, na reedição, afirmou que se tratava de uma obra datada e contextualizada, em virtude de trazer dados estatísticos que retrataram com rigor a década de 70. Entretanto, é preciso assinalar que o novo modo de abordar a Publicidade merece maior destaque do que o aspecto quantitativo em si e, por esta razão, não valeria a pena continuar a reforçar a imagem de datado, por ser um entendimento que enclausura a obra, distanciando os leitores dos valores perenes que ainda hoje precisam ser demonstrados. Se Maria Arminda do Nascimento Arruda assim se expressou – obra datada – talvez seja por um sinal de reserva intelectual.

A embalagem do sistema é uma fonte indispensável para comparação entre passado e presente do mercado publicitário brasileiro, além de propiciar um

envoltório teórico e metodológico profícuo para os debates atuais nos cursos de Publicidade e Propaganda, no momento em que são discutidas as novas diretrizes curriculares nacionais, em busca da compreensão das especificidades da área.

Mesmo nas abordagens sobre Economia Política da Comunicação são escassos os trabalhos como o de Arruda (HERCOVICI, BOLAÑO, MATRINI, s/d). Há poucas aproximações a objeto empírico e marco teórico que com tal especificidade promova análise acadêmica cuja releitura ainda tem muito a contribuir para o avanço teórico e prático dos cursos que formam publicitários. Não é demais lembrar que não se tem no Brasil um Programa de Pós Graduação dedicado a Publicidade e Propaganda.

Desse modo, o livro configura-se como clássico sobre o conhecimento do mercado publicitário brasileiro, com dados dos anos 70. Leitura obrigatória seja pelos aspectos históricos ou metodológicos e os números de época são sempre necessários para contraste com o presente. Reitera-se a inovação de Maria Arminda do Nascimento Arruda por inserir a Publicidade como objeto relevante para a reflexão acadêmica no Brasil.

O enquadramento teórico traz à tona tanto os sociólogos estadunidenses, por um lado, por terem focalizado a propaganda no início do século XX, quanto, por outro lado, os cientistas sociais europeus, frankfurtianos, pelos pressupostos marxistas de análise da sociedade capitalista. Arruda atualizou em território brasileiro os problemas do contexto capitalista, o monopólio e a publicidade, numa dinâmica tardia.

É lamentável que uma obra de tal dimensão tenha sido deixada de lado (por muitos nem sequer conhecida) pelos pesquisadores que deveriam ser os mais interessados no tema, os publicitários. Basta verificar que nos três primeiros ebooks dos encontros da Associação Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (Pró-Pesq), esta importante entidade que reúne textos inaugurais da sociedade científica da Publicidade, há apenas uma referência ao livro, dentre aproximadamente três mil títulos listados. Como professora de curso de Publicidade, trabalho com o rico acervo dos ebooks da Pró-Pesq como ponto de partida para, através das referências dos artigos, promover as leituras de base para iniciação científica, TCCs, revisões de literatura para diversas finalidades. São 281 artigos em três ebooks, numa média de dez referências por artigo, portanto, quase três mil e apenas uma menção ao trabalho de Arruda, de forma bem ligeira. Evidentemente que há uma lógica atual de produção científica em série que preconiza obras atualizadas e em retroalimentação, para a sobrevivência da indústria científica. Mesmo assim é surpreendente o silenciamento de pesquisa

de tal porte, se comparado ao uso de aportes estrangeiros menos frutíferos.

É útil averiguar a recorrência acadêmica a referências estrangeiras de igual ou menor valor, cuja contribuição, comparada à pesquisa de Arruda, é discutível, sobretudo para pensar aderência e aprofundamento da área em solo brasileiro. Diante do quadro desenhado, como conjugar conhecimentos clássicos com as exigências atualizadas? Uma questão para o debate sobre a produção científica brasileira no campo da Comunicação, que vem sendo balizada por parâmetros de outras áreas do conhecimento.

As três partes do livro

No capítulo I, com o título de *Monopolismo e Publicidade*, a autora apresenta pressupostos marxistas sobre acumulação capitalista para expor como a publicidade passou a exercer uma função reguladora na sociedade. Segundo ela, a matéria-prima da publicidade é a própria ideologia e a sofisticação do planejamento, envolvendo desde a produção até o consumo final das mercadorias. E disserta como o Estado oferece condições seguras para o bom andamento da acumulação.

As “determinações implícitas no processo de criação publicitária penetram a estrutura produtiva cuja manifestação evidente é o design assumido pelo produto”, diz Arruda, apontando para as possibilidades de consumo presentes na forma assumida na produção. Portanto, o valor da mercadoria fica relacionado ao crescimento do mercado consumidor e os veículos de comunicação transformam-se em campos de investimento. Esse é um aspecto fundamental da obra Arruda que ressalta um campo de estudos ainda tímido na academia: mídia como campo de investimento financeiro.

A autora organizou quadros sobre o investimento global em publicidade no mundo, dos maiores grupos de agências, comparando faturamento, com o objetivo de explicitar o papel da publicidade e dos *mass media* no interior da dinâmica do capitalismo contemporâneo, onde se consolidou a televisão como veículo privilegiado. O capítulo I foi desenvolvido com as seções nomeadas de *O movimento da reprodução*, *A procura de uma racionalidade* e *O momento da realização*.

No capítulo II - *A dinâmica tardia* - entra em cena o que a autora denomina como selvagem competição oligopolista entre os países, obrigando a análise a ser centrada no mercado mundial, já que o processo de industrialização eclode no Brasil na época da produção monopolista, com hegemonia nos países

centrais. Abre-se um panorama de endividamento da economia brasileira, com a força do capital internacional, do consumismo e da Publicidade para os grandes negócios. Com o capitalismo brasileiro tardio e o nascimento da era do marketing, surge o consumidor cativo. “O processo se passa numa sociedade na qual a exclusão social é a regra e o autoritarismo a obsessão”, sentencia Arruda no capítulo dividido nas seguintes seções: *A compulsão expansionista, Emerge o consumidor, O consumidor em cena, O consumidor cativo.*

No capítulo III – *A hipertrofia retardatária* – levanta-se evidência quantitativa sobre a configuração da publicidade no capitalismo brasileiro, com a inserção do país no mercado publicitário mundial. São organizadas as seguintes seções: *O Brasil no mercado mundial de publicidade, O mercado publicitário brasileiro, O mercado das agências, O mercado de veículos, A televisão.*

É interessante contrastar a pesquisa com dados atuais. Extraiu-se da obra números no primeiro e último ano do levantamento (1973 e 1976) em comparação com números de 2011 e 2012 do setor financeiro e do varejo, para situar a publicidade dominante: televisiva.

Porcentagem de investimentos publicitários por meios

Veículo	1973	1976	Varejo 2011/2012	Bancos 2011/2012	Governo Federal 2012
Televisão	54,7	44,5	70,95	73,48	62,63
Jornal	18,6	20,2	24,64	05,39	08,15
Revistas	13,1	23,1	01,45	05,92	07,91
Rádio	10,4	08,0	02,90	05,08	07,66
Internet	-	-	00,00	09,34	05,32
Outdoor	1,4	04,2	00,00	00,01	00,43
Cinema	1,2	-	00,02	00,52	00,82
Mala direta	0,6	-	-	-	-
Mídia exterior	-	-	-	-	07,08
Mobiliário Urbano	-	-	0,04	0,26	-

Fonte: pesquisa de Arruda, Ibope monitor e Governo Federal

São apresentadas taxas de investimento em publicidade no Brasil bem próximas dos países altamente industrializados. Esta realidade tem sido apreciada em levantamentos periódicos e em análises no campo da Comunicação, por exemplo por Dênis de Moraes, Venício Lima, entre outros. Pela publicidade evidencia-se o elevado grau de concentração de renda da sociedade brasileira.

No livro há diversos quadros sobre investimentos das principais empresas brasileiras da época, das dez maiores agências de publicidade do Brasil, respectivos faturamentos. Acompanha-se a alteração das agências de capital internacional, dominantes de 1970 a 1973, para o crescimento de agências de publicidade de capital nacional a partir de 1974. Ocorre menor dependência à estrutura econômica das agências-empresas, com fortalecimento do setor de criação, com o florescimento de pequenas agências com base em equipes criativas.

O cenário da época é, por exemplo, de ascensão da agência DPZ, dirigida pelo profissional criativo Roberto Duailibi. Subiu do 10º lugar em 1970 para o 6º lugar em 1977. É uma das explicações, sugere Arruda, para Duailibi ser um ardoroso defensor de medidas protecionistas.

Entretanto, o progresso das agências formadas por profissionais-empresários não significa que haja um modelo brasileiro de publicidade, que tenhamos criado uma expressão marcadamente nacional nessa área. Pelo contrário, há nitidamente uma influência das agências americanas nas normas da criação. Isto é, a publicidade brasileira encontra-se integrada nos padrões mundiais, já que a forma americana universalizou-se. (p. 157)

Iribure (2004) baseia-se em Arruda para tecer a seguinte análise:

No período de instalação do parque industrial brasileiro e às vésperas do surgimento da televisão no país, a publicidade encontra-se na sua fase empresarial. Segundo Arruda (1985), nesse período as agências configuram-se como empresas, desenvolve-se a divisão do trabalho, amplia-se a parcela de trabalhadores assalariados na elaboração de mensagens, separa-se, definitivamente, as funções de direção e produção, utilizando-se, sobejamente, as técnicas de persuasão hauridas das Ciências Sociais. O formato agência e a figura do publicitário tornam-se agentes sociais reconhecidos ao se tornarem indispensáveis aos anunciantes, cada vez mais presentes na mídia brasileira.

A abordagem de Arruda é crítica, com leitura marxista do mundo, mas se o elitismo de abordagens intelectuais que não se ocupam do esmiuçamento empírico da realidade. Com história, com números, com cruzamentos e aprofundamento metodológico explicita como que a partir do momento em que a Globo criou um verdadeiro sistema de comunicações, que envolve TV, rádio, gravadora, imprensa, editora, torna-se “a primeira organização a merecer o nome de indústria cultural no Brasil, uma vez que apenas ela se constitui num sistema”.

Com palavras da autora, de 30 anos atrás, reforça-se o entendimento do trabalho intelectual como “filho das determinações históricas, mas filtradas e mediadas pela consciência dos autores”. Assim, a dimensão universal que se reconhece na peça acadêmica histórica, reforça os valores que precisam animar a continuidade de trajetória de pesquisadores brasileiros no campo das Ciências da Comunicação, em particular da Publicidade e Propaganda.

Uma retomada de Arruda e atualização de suas reflexões fazem notar a Publicidade como seiva de uma sociedade orientada pelos valores de troca, o que ajudaria para compreensão dos mecanismos reprodutores da atualidade, para especificarmos melhor as problemáticas comunicacionais regidas pelos elementos publicitários. Se a Publicidade aparece como componente fundamental da acumulação capitalista na etapa monopolista, como observou Arruda na década de 70, qual é o seu papel no século XXI?

Desarmar-se é sempre importante para qualquer leitura, sobretudo de cunho histórico. A abordagem crítica de Arruda não se confunde com outras abordagens marxistas da época, sobre a indústria cultural. A pesquisadora fixou o polo da produção para análise e revela a prática do campo da publicidade da época, mostrando o que se passou com a televisão. Com o rigor de pesquisa crítica alicerçada em dados concretos, trouxe sistematizou resultados fundamentais para a compreensão do mercado publicitário, como por exemplo a conclusão de que houve crescimento das verbas publicitárias nos anos recessivos.

Um livro inovador, como classificou José Marques de Melo, que merece ser revisado nos novos tempos da Publicidade e Propaganda, sempre par e passo com a dinâmica econômica da sociedade. Quando da segunda edição do livro, Strozenberg (2005) apontou a oportunidade do relançamento para um diálogo entre as pontas de outra dicotomia, entre os polos da produção e da recepção, notando que a publicidade vinha sendo privilegiada com abordagens provenientes da antropologia, que focaliza o consumo no âmbito da recepção. Já na década de 70, Arruda problematizava a inserção publicitária com pistas mais alargadas. Em 2013 tudo indica que o aparecimento de uma terceira edição

lance novas perspectivas de análise, atualizando-se importantes considerações como esta com a qual finalizamos o presente artigo:

Todos esses elementos convergem para a definição do capitalismo brasileiro como um capitalismo específico, especificidade esta que se manifesta na onipresença do Estado, na relevância das multinacionais, no atrofiamento de parte do setor produtivo nacional, na concentração de renda que determina o consumo conspícuo, na própria publicidade e na indústria cultural. A publicidade, especialmente, assume uma proporção considerável quando comparada à publicidade nas economias centrais. Disto resulta a contradição aparente que é a de se ter num país periférico a terceira televisão [*hoje é a segunda, atrás da ABC, dos EUA e na frente da CBS, NBC, Televisiva, CNN e BBC*] e o sétimo mercado publicitário do mundo [*hoje é o quinto, atrás dos EUA, Japão, China, Alemanha – dados do Anuário de Mídia-2013*]. Tal incursão, nos meandros da estrutura publicitária brasileira, tem a virtude de iluminar os desvãos mais recônditos do capitalismo nesse país. (p. 189)

Referências

HERSCOVICI, Alain; BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo. **Economia Política da Comunicação e da Cultura**. Pdf disponível em www.encepe-com.metodista.br, s/d. Acesso em 19 de outubro de 2013.

IRIBURE, André Rodrigues. As Origens da MPM Propaganda. Em *Questão: Revista da Faculdade de biblioteconomia e Comunicação da UFRGS*. Porto Alegre, v. 10, n. 2, 2004. Disponível em <http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=0000003380&dd1=3ac41> Acesso em 20 de outubro de 2013.

STROZENBERG, Ilana. Resenha (edição n° 28) – ***A embalagem do sistema – a publicidade no capitalismo brasileiro***. 2005. Disponível em www.antropologia.com.br/res/res28htm. Acesso em 19 de outubro de 2013.

24.

Sociologia da comunicação: A música sertaneja e a indústria cultural

Cristina Schmidt¹

UMC – Universidade de Mogi das Cruzes

CALDAS, Waldenyr. **Acorde na Aurora**: música sertaneja e indústria cultural. 2ª.Ed. São Paulo: Editora Nacional, 1979.

1. Introdução

A indústria do entretenimento está cada vez mais estruturada para oferecer uma ampla diversidade de produtos culturais a fim de compreender os mais

-
1. Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), e mestre em Teoria e Ensino da Comunicação pela UMESP (Universidade Metodista de São Paulo). É jornalista, graduada pela Metodista, com atuação no ensino, na pesquisa, na assessoria de imprensa. Pesquisadora e sócio-fundadora da Rede Folkcom Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação, vinculada a Cátedra UNES-CO/Metodista, coordenou o Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação da Intercom. É professora no Mestrado em Políticas Públicas da UMC (Universidade de Mogi das Cruzes – SP), e pesquisadora no GRUPPU – Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas na UMC.

diferentes segmentos de consumidores. É uma indústria dinâmica que incorpora as inovações tecnológicas de modo muito rápido para atender ou criar de modo eficiente gostos e hábitos culturais múltiplos.

Assim é no campo da produção musical, que abrange muitos gêneros e adeptos para cada um deles. Gêneros que vão sendo consolidados ou modificados na história musical ao incorporarem técnicas, temáticas, métodos e modismos de época. Resultante do contexto sociopolítico, a música sempre refletiu as demandas culturais e mercadológicas.

Esse processo é muito evidente na música caipira, por exemplo, que se transformou substancialmente para atender principalmente o mercado fonográfico e o mundo das superproduções artísticas. Um gênero musical que tem origem no universo rural das regiões brasileiras sudeste e sudoeste vai assimilando as tecnologias do mundo da música e das mídias; incorpora às referências locais e regionais as transnacionais da indústria da cultura e da produção em massa. Por isso, as produções musicais originárias no contexto rural vão sendo incorporadas à ideologia e à forma de produção cultural do mundo urbano e adequadas as prerrogativas das mídias massivas.

É nessa linha que o professor Waldenyr Caldas inicia seus estudos no mestrado sobre a música sertaneja, que é publicado no livro **“Acorde na Aurora: música sertaneja e indústria cultural”**, em 1977. Pare ele, que principia a problemática da pesquisa diferenciando música caipira de sertaneja (constatando que a primeira é resultado do saber popular, do folclore; e a segunda é produzida no meio urbano e industrial), essas formas musicais têm funções sociais importantes e divergentes:

Enquanto a primeira ainda desempenha o papel de elemento mediador das relações sociais, evitando, com isso, a desagregação das populações no meio rural e no interior, a segunda tem hoje função meramente utilitária para seu grande público [...]. Com a inserção na indústria cultural, a música sertaneja transformou-se numa peça a mais na máquina industrial do disco. Ao mesmo tempo, não temos dúvida de que ela tem sua gênese no meio rural, na música caipira. Seu surgimento deu-se graças à indústria cultural que [...] transforma o folclore mediante o uso que dele faz. (CALDAS, 1979, Introdução, p. XIX)

Esse livro, que será o balizador deste artigo, desenvolve os aspectos sociais, econômicos e ideológicos da música sertaneja ao longo de quatro capítulos: o primeiro capítulo aborda a questão da urbanização da música sertaneja, subdivi-

dindo em três partes: um breve histórico, o público no canto e, finaliza questionando, novos prismas? Depois, no segundo trabalha com reflexões sobre as convergências e distinções da música sertaneja com a música popular. Do mesmo modo, no terceiro capítulo, traz as proximidades e as divergências com a música caipira. No quarto capítulo apresenta o modo como essas músicas constroem um discurso e a ideologia que está subjacente; aborda como isso se fortalece no meio televisivo influenciando toda a construção musical, de figurino e cenário das apresentações, e complementa com o que chama de “o verbo dissonante”. Fundamenta seu trabalho de pesquisa no campo da comunicação de massa nas teorias da escola de Frankfurt. O livro “Acorde na Aurora” teve sua primeira edição em 1977, e a segunda em 1999, ambas publicadas pela Editora Nacional.

Waldenyr Caldas principia aí uma trajetória de estudos sobre a música brasileira que vai definir sua jornada acadêmica. Criou núcleo de pesquisa e, até os dias atuais, orienta pesquisadores que atuam nessa área. Por diversas vezes recebeu apoio para o desenvolvimento de suas pesquisas da Fapesp – Fundo Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo, e do CNPq – Conselho Nacional de Pesquisa. Sua produção científica está apresentada em 14 livros editados e diversos ensaios publicados em revistas e coletâneas nacionais e internacionais.

O professor tem formação quase que integralmente na Universidade de São Paulo, assim como sua atuação docente e de pesquisador. Sua graduação (1972), mestrado (1976) e doutorado (1983) foram em Sociologia pela Universidade de São Paulo. Nessa mesma instituição se tornou professor e livre-docente (1988). Somente seu pós-doutorado foi realizado na Universidade La Sapienza di Roma (1989), na Itália. E, teve experiência como professor convidado e conferencista da Universidade Joseph Fourier em Grenoble na França (1995). Sua pesquisa e atuação interdisciplinar o levaram ao cargo de vice-diretor da ECA – Escola de Comunicações e Artes da USP – Universidade de São Paulo (1998-2001) e, em seguida, a Diretor da mesma faculdade (2001-2005). Atualmente é representante da instituição junto ao Comitê Franco-Brasileiro do Convênio “Cátedra Lévi-Strauss” e membro da comissão de Relações Internacionais da USP.

2. A música caipira urbanizada

A música caipira oferece uma infinidade de expressões e discursos referentes ao mundo rústico, tal qual Antonio Candido apresenta no livro “Os parceiros do Rio Bonito” como o mundo do homem simples, em que estabelece laços

de parentesco com pessoas consanguíneas e/ou agregadas por serem importantes para sua subsistência. Nesse estudo como as relações nos “bairros rurais” vão dar contornos culturais bem claros ao ponto de gerar o sentimento de pertencimento e identidade. E, evidencia o caipira paulista como um grupo em transformação, pelas pressões da urbanização que chegam ao meio rural, se apropriando de tecnologias, produtos e modos de vida urbanos.

Esse processo de urbanização rural, como já tratamos no artigo sobre o livro *O Campesinato Brasileiro* de Maria Izaura Pereira Queiroz, chega ao meio rural brasileiro e modifica rapidamente sua estrutura de sociedade, suas relações sociais e sua visão de mundo, de modo a chegar na atualidade quase sem referências dessa cultura, persistindo somente em algumas poucas regiões onde o capitalismo não tem atuação ou interesse direto. A transformação e decadência da cultura caipira, mais diretamente à sua produção musical, são promovidas pelo consumo.

A produção de bens culturais no capitalismo está, de acordo com a própria ideologia do sistema, imbuída dos princípios do consumo e da maximização do lucro. É nesse aspecto, portanto que reside a principal característica do produto, ou seja: enquanto algo rentável e não algo que seja necessariamente de boa qualidade. (CALDAS, 1979, Cap.I, p.1)

Nesse sentido que Caldas trabalha o primeiro capítulo sobre “A urbanização da música sertaneja”, enquanto não havia o processo acentuado de urbanização e atuação da indústria cultural, os compositores e cantores estavam mais livres para criarem e escolher temas para suas canções, do mesmo modo como para se vestir e se apresentar em shows ou meios de comunicação. O cenário para a produção sertaneja estava diretamente ligado ao modo caipira de viver, e compunham músicas ligadas às formas de sobrevivência no campo, as belezas da natureza, às amizades.

Entretanto, quando os agentes da indústria cultural percebem a grande receptividade dessas músicas no meio rural (com o financiamento da Companhia Antarctica Paulista a Cornélio Pires para realizar *shows* pelo interior de São Paulo, divulgando seus produtos), e já então com certa ressonância no meio urbano, com apresentação da dupla Alvarenga e Ranchinho no Cassino da Urca no Rio de Janeiro, em 1930, [...] começa a proliferação das duplas sertanejas, incentivadas pelas gravadoras. (CALDAS, 1979, Cap.I, p.4)

Cornélio Pires foi o primeiro a organizar essas duplas para realizar caravanas de shows e a fazer os primeiros discos, era a Turma Cornélio Pires, década de 1920. Seguido depois pela gravadora RCA Victor que criou em 1930 a Turma Caipira Victor, ingressando na produção de discos sertanejos. Dessa época duplas importantes como Alvarenga e Ranchinho, Tonico e Tinoco, Mineiro e Mineirinho. E os que iniciaram a incorporação à indústria cultural foram Zico Dias e Ferrinho, Mandi e Sorocabinha, Mariano e Caçula, e depois outras tantas foram se adaptando ao mercado. Todas essas foram ganhando maior inserção no meio urbano por meio do rádio, que atingia o auge de penetração nas classes populares.

Foi durante as décadas de 30 e 40 que o Rádio se desenvolveu no Brasil como um fenômeno estrondoso de comunicação de massa, pois a própria realidade social do país garantiu-lhe o sucesso. Com um índice de analfabetismo superior a 56%, o rádio passa a ser o referencial principal de informação e lazer. Além disso, integrado à política nacional de urbanização o rádio teve um forte trabalho de alienação e propaganda ideológica. (SCHMIDT, 1993, p.29)

“Com essa incorporação da música sertaneja pela indústria cultural, percebem-se agora novas conotações ideológicas, que se manifestam de maneira evidente na linguagem.”(CALDAS, 1999, Cap.I, p.5) Acaba a autonomia dos compositores e cantores, as temáticas são substituídas do campo para a cidade; a forma de vestir e falar deixa a raiz camponesa para adquirir características urbanas ou de produtos culturais importados, como os cowboys e os cantores internacionais; e muitas duplas não possuem mais origem rural.

Importante para compreender esse processo de urbanização da música caipira e sertaneja são dois aspectos fundamentais: o primeiro está relacionado a questão de classe social e hegemonia política. Muito bem colocado por Caldas durante o desenvolvimento do Capítulo I, mas bem mais pontuado por Orlando Miranda no prefácio da 1ª. Edição de 1977, que recebe o título de “Sobre o marginalismo cultural”. Para Miranda, a questão da produção cultural é própria a cada classe social, mas que para o capitalismo, só há forma superior e mais adequada quando criada pela burguesia, ou grupos hegemônicos. Mas, ao que se verifica é que toda a vivência particular dos grupos sociais os habilita à produção cultural, a partir de seus saberes. No caso do proletariado, inserido no contexto produtivo capitalista, foi capacitado para a organização classista e à produção cultural de ação. (in CALDAS, Prefácio, p.XIII)

Esse mesmo processo no campo, provoca um conflito e cria estereótipos do camponês como inferior, rústico e ignorante; e fortalece a imagem do homem urbano como superior e moderno.

Os meios de comunicação, principalmente o rádio, contribuíram fortemente para o delineamento dos padrões musicais e da veiculação da ideologia da urbanização, transformando as expressões que não se enquadram nessa configuração em

Estereótipos ora para marginalizar, ora para incorporar aos grupos sociais dentro de um contexto de urbanização [...] Os meios de comunicação tiram a responsabilidade dos grupos sociais da produção da cultura e estabelecem uma relação de proximidade e distanciamento com as suas raízes por meio do consumo. Na verdade, esse processo é a transformação do valor de troca da mercadoria em valor de uso dentro do mercado de consumo de bens simbólicos. (SCHMIDT, 1993, p.29)

Os novos modelos culturais nesse campo musical afetam a essência, a raiz, e as tradições. A reprodução técnica da Indústria Cultural não contempla a origem e a importância histórica das referências culturais originárias. A reapresentação com outras características e referências isenta os produtores de uma vinculação, de uma cumplicidade, de uma responsabilidade tradicional enraizada. De acordo com Adorno, citado por Caldas, “quanto menos a música reivindica sua autonomia e é produzida como um bem de consumo societário, tanto menos mediada será a interpretação do fenômeno nas categorias sociológicas” (ADORNO e HORKHEIMER, 1973, P.116 *apud* CALDAS, 1979, p.24)

É nesse contexto que a música sertaneja se distancia muito da realidade caipira e se alinha com a sociedade de economia privada, com técnicas de reprodução mecânica e em massa. Segundo Caldas, ela perde toda a autonomia para atender a Indústria da canção, arruinando a qualidade estética para atender aos mandos do consumismo e do controle social.

A atemporalidade desses bens culturais urbanizados constituirá a cultura de massa que transforma tanto o cidadão como o caipira em sua visão de mundo. A partir disso, suas necessidades de consumo são formadas por esses bens urbanos e internacionais. A indústria cultural é a responsável pela incorporação do *homo urbanus*, através de um discurso de modernização; e, junto com a economia industrial implantada no meio rural, é a coautora do *newcaipira*. (SCHMIDT, 1993, p.30)

Foi então que a música sertaneja se desvinculou totalmente da caipira e, do universo agrícola e tornou-se espetáculo e entretenimento, diversão para o

citadino distanciando-o do rural e dos saberes camponeses para aproximá-lo do desenvolvimento e da cultura elevada mais adequada a ele. A música sertaneja sai do campo e vai para a cidade a fim de atender ao homem que chegou na cidade, que também veio do campo, e está nas periferias e nas indústrias em busca de novas referências econômicas e culturais.

Assim a nova música sertaneja sai de um mundo que foi colocado à margem do capitalismo – a cultura rural, para atender camadas populares que estão à margem das atividades urbanas – cultura do proletariado. Uma cultura periférica que está articulada com a necessidade de pertencimento e identidade por meio do trabalho e das novas relações sociais. Portanto, do camponês ao proletariado a música sertaneja é vinculada ao marginalismo cultural.

3. Contextos e consumidores

As expressões da cultura rural, portanto da cultura caipira, são estruturadas nos valores, nos saberes e nos rituais que constituem o conhecimento do povo, ou seja, o folclore. Entendido como o arcabouço da cultura popular, o folclore abrange o comportamento do homem do campo em todos os aspectos de sua vida: a religiosidade, a estrutura familiar, o convívio social, os laços afetivos, a culinária e medicina, as festas e o trabalho.

Nesse contexto de práticas culturais singulares, inclusive na utilização de instrumentos específicos e próprios – como a viola, o violão e, em alguns casos a sanfona – a música caipira expressa suas referências em letras e melodias que possibilitam uma articulação dos grupos provocando identificação. Ao ouvir as canções com temáticas relativas à sua realidade e suas necessidades, os camponeses sentem-se fortalecidos em suas raízes, o que gera a identidade cultural. Músicas caipiras, portanto, trazem as vivências do mundo rural para expressar os saberes de sua gente.

Com essa característica, a música caipira diz respeito a um mundo específico com temáticas e linguagem próprias ao seu público. As músicas transmitem informações de um universo específico que articulam e fortalecem a identidade do homem caipira, do camponês. Trata-se de um processo de folkcomunicação, ao que Luiz Beltrão define como

Processo de intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore e, entre as suas manifestações, algumas possuem caráter e conteúdo

jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção de mudança social. (BELTRÃO,2001, p.73)

Do mesmo modo para Waldenyr Caldas, a música caipira é expressão do folclore paulista e é importante elemento mediador das relações sociais. Por esse papel, evita a desagregação das populações no meio rural e contribui para a formação de uma identidade regional. E, quando o processo de industrialização no campo força os trabalhadores camponeses a migrarem para os centros urbanos, a música vai servir como importante veículo de ligação com a cultura de origem, a música é folkmídia.

Diferentemente, a música sertaneja já é caracterizada pelas referências urbanas. Apesar de ter origem no meio rural, com as bases da música caipira, ela é recriada pela Indústria Cultural, um produto para a indústria do disco. Conforme Caldas, esse percurso de reformatação para a música sertaneja transforma-a em elemento utilitário de entretenimento.

Nesse processo de aproximações e afastamentos culturais de um contexto a outro, e a estruturação cada vez mais aperfeiçoada do entretenimento pela indústria cultural, ocorre a formação de diferentes consumidores para a música sertaneja. Caldas caracteriza cinco tipos, que apresentamos abaixo e já trazemos algumas características de como ocorre de modo recente:

- **O primeiro** é aquele consumidor que é desprovido de atividade profissional e acredita ter qualificações para ser um artista profissional e vai em busca de lugares onde possa encontrar essas oportunidades. São pessoas de origens diferenciadas, mas geralmente de lugares onde esses gêneros musicais fazem parte do cotidiano e que, de algum modo assimilaram tocar e cantar “de ouvido”. São cantores e compositores anônimos que sempre acompanham seus ídolos para ouvi-los e, antes até, para serem ouvidos em suas composições e performances.
- **O segundo** tipo de consumidor é o recém-chegado à grande cidade. É o migrante que tem origem no mundo rural e que vai para o centro urbano buscar oportunidades de trabalho. Tem origem em cidades do interior do estado de São Paulo, ou em cidades de estados próximos como o Paraná, Goiás, Minas Gerais e Mato Grosso. Grupo que sai do campo para a cidade e acaba se instalando em bairros periféricos. Estes são familiarizados com o tipo de música sertaneja e caipira e tornam-se grandes frequentadores de programas de auditório desses gêneros musicais.

- **O terceiro** tipo de consumidor é aquele que já assimilou a cultura urbana, e já possui uma inserção no mercado de trabalho que o permite participar da sociedade de consumo de modo mais efetivo. Desse modo tem acesso a mais meios de comunicação e a setores culturais que o permite ser um consumidor mais assíduo das produções sertanejas. É um proletariado mais estável e que a Indústria Cultural volta suas estratégias mercadológicas oferecendo produtos diversos e que se acentua nos dias atuais – inicialmente no cinema e circo, depois aos discos, CDs e DVDs.
- **O quarto** tipo de consumidor é o da classe média, que Caldas admite ter identificado apenas através de depoimentos de profissionais bem conceituados no gênero sertanejo; mas que, atualmente fica evidente pelo fato de a música sertaneja ter sido elitizada. Isso quer dizer que a indústria do entretenimento vinculou esse gênero a padrões de shows e a eventos economicamente emergentes e com referências internacionais. Ao ascender essa música ao status de classe média, as produtoras conseguiram romper com o “preconceito classista” em termos socioeconômicos. Quanto ao nível estético, manteve-se vinculado à origem, da cultura marginalizada. Esse consumidor vai a shows, principalmente, em casas de espetáculo, navios ou eventos considerados de repercussão social e midiática. Hoje, também, o sertanejo universitário, produto da indústria cultural para o consumidor jovem de classe média.
- **O quinto** perfil de consumidor é aquele que ainda se mantém próximo ao meio rural como trabalhador da terra, morador na cidade do interior que estão mais estabilizados economicamente. Ambos com acesso à música pelos meios de comunicação, inclusive aqueles vinculados às Igrejas, discos (CDs e DVDs) e aos shows que percorrem as pequenas cidades.

Ao fazer essas caracterizações dos consumidores, o autor de *Acorde na Aurora* evidencia que o consumidor de música sertaneja naquele período – final da década de 1970, “é constituído principalmente pelos trabalhadores urbanos e rurais melhor ajustados economicamente, bem como por uma parte dos baixos estratos das classes médias do interior e da cidade” (CALDAS, 1979, p.35) e que também usufruem desse estilo musical como uma forma de lazer por meio do circo, do cinema, do rádio, e da televisão, e de revistas especializadas.

Atualmente, com a disseminação da música sertaneja com estilo eletrônico, popular e internacionalizado, os jovens, principalmente de classe média,

passaram a ser os grandes consumidores dessas produções. Tornou-se um modismo nacional e internacional, transformando seus cantores em verdadeiros astros da música mundial. Fenômeno esse previsto pelo autor, naquela época, quando questiona o possível envolvimento da classe média e da elite no consumo desse gênero se fosse mudado seu status. Ele coloca:

Se um dia a indústria cultural transformasse a música sertaneja em modismo, enaltecendo socialmente o seu consumidor, mesmo mantendo o nível estético atual, não teríamos dúvida: a alta burguesia passaria a colecionar discos de Leo Canhoto e Robertinho, de Milionário e José Rico, e todas as duplas famosas ao lado das obras famosas de Caetano Veloso, Edu Lobo, Chico Buarque, etc., não fazendo nenhuma diferença qualitativa do valor estético de suas obras. Por outro lado, invariavelmente, a reprodução mecânica dessa música aumentaria ainda mais, deixando-a mais próxima do abismo da dessocialização e da desumanização. (op.cit., p.63)

Para o autor, fundamentado nas teorias da Escola de Frankfurt, principalmente em Adorno, o papel da Indústria Cultural na sociedade capitalista é o de “transformar a arte, ou a pretensa arte, numa indústria ou entretenimento”, e ressalta em vários momentos que essa Indústria ligada ao meio sertanejo “manipula a consciência das massas” e da “sociedade burguesa” para inserir seus produtos como necessidades primordiais para a vida urbanizada e atingir a “felicidade capitalista”. (op.cit., p.63)

4. Desarmonias e aproximações

A música sertaneja e a música caipira, ambas originárias do contexto rural, recebem interferências da urbanização por décadas até chegarem a formatação atual e que ainda permanece com intensas transformações. Nesse processo de aproximações e afastamentos, diferentes duplas foram se formando e assumindo diferentes papéis nas mídias nacionais e internacionais. Waldenyr Caldas elenca uma série de duplas que representam significativamente a história desse gênero em diferentes gerações, mas principalmente no início da produção musical nos moldes da indústria fonográfica. Algumas mais importantes destacadas por ele são: a Turma Caipira de Cornélio Pires com Mandi e Sorocabinha, Mariano e

Caçula; a Turma Caipira Victor com Alvarenga e Ranchinho; a dupla imbatível em todos os tempos Tônico e Tinoco, fizeram escola e inspiraram dezenas de duplas. Leo Canhoto e Ranchinho, já vista como sertanejos urbanizados e influenciados pelos enlatados de *westerns*. Se apresentavam como cowboys americanos. Depois com as músicas já bem urbanizadas vem Nonô Basílio e Mario Zan na tentativa de nacionalizar a música sertaneja e aproximá-la de ritmos indígenas. Irmãs Galvão, Cascatinha e Inhana, Zico e Zeca, como duplas integradas às influências de boleros e guarânia.

Uma caracterização importante Caldas faz sobre esse gênero sertanejo e o caipira, desenvolvida nos capítulos II e III do “Acorde na Aurora”, que elucida aspectos de distinção e convergência entre elas. Os principais pontos demarcados apresentamos, com atualizações, na tabela abaixo.

DISTINÇÕES	
Música Caipira	Música Sertaneja
Manifestação espontânea da Cultura Popular = Identidade Cultural	Produto reformulado pela Cultura de Massa = Utilitarismo e despersonalização
Integradora das populações dos bairros rurais	Consoladora das populações de periferia
O poeta caipira é o porta voz de seu povo = Líder Folk	O compositor e cantor sertanejo representa status = ídolo
As letras são mensagens de expressão e conhecimento coletivo = Natureza, amor, fé, terra e trabalho	Letras com temas urbanos de expressão da moda = Amor, traição, violência, baladas, sexo e modismos.
Apresentações com produção coletiva inspiradas em manifestações populares = Cururu, fandango, cateretê	Produção de shows pela indústria fonográfica e empresas do mundo artístico = Bailarinos e coreografia profissional

CONVERGÊNCIAS INICIAIS

Nos Ritmos e Instrumentos

(Foram sendo “eletrificados” pelos sertanejos, utilizando guitarra, sintetizador e outros equipamentos eletrônicos)

Melodia

(Modificada na sertaneja por conta de uma padronização e redundância temática)

Formação em Duplas

(Apresentação em dueto com voz anasalada, que atualmente na sertaneja universitária já é mais comum o cantor em carreira solo.)

Público Marginalizado

Caipira = contexto rural = camponês ou morador do interior

Sertaneja = contexto urbano ou suburbano = proletariado

(E, mais recentemente, aproximação à classe média)

O livro “Acorde na Aurora” não chega a analisar as décadas de 1980 e 1990, quando a música sertaneja efetivamente atinge sua grande expansão em termos de público, estilo e abrangência massiva. Sob influência da música popular ao pop roque e romântica, desponta uma nova safra de duplas que conquista o mercado musical e efetiva a indústria do entretenimento e dos mega shows.

O processo fortalece desde aqueles que ficam mais vinculados à música caipira e à popular como Sérgio Reis e Almir Satter. Depois, as duplas ligadas ao romantismo, tais como Xitãozinho e Xororó, despontam nessa linha mais atualizada e voltada ao público de classe média. Seguida por João Paulo e Daniel, Zezé de Camargo e Luciano, Bruno e Marrone, Vitor e Leo e muitos outros.

E, por fim, a música sertaneja universitária que, vinculada ao mercado country, com moda folk do universo dos peões e boiadeiros norte americanos, conquista o gosto do jovem brasileiro e europeu. Muito influenciada pela música brega e romântica; com letras repletas de ironia, deboche, malícias e beirando o preconceito; e com ritmo mais acelerado e dançante, a sertaneja universitária vem com grande força no mercado musical com muitas duplas e muitos cantores em carreira solo como Guilherme e Santiago, João Neto e Frederico, Jorge e Matheus, Fernando e Sorocaba, Michel Teló, Luan Santana, Gustavo Lima, Paula Fernandes entre muitos outros.

5. Considerações Finais

“Acorde na Aurora” traz como conclusão uma síntese dos aspectos centrais do estudo com a finalidade de afirmar suas premissas mais relevantes, que são:

1. Há uma lacuna muito grande entre música caipira e música sertaneja. A primeira ainda evita desagregação social, a segunda é alienante;
2. Após a urbanização da música sertaneja, a indústria do disco passa a ter um novo público discófilo: a classe proletária brasileira;
3. A música sertaneja não se enquadra esteticamente como arte – tem caráter de antiarte;
4. Como produto da indústria cultural, para o consumo, ocorre identidade entre música sertaneja e música popular urbana (suburbana);
5. A música caipira pós urbanização = música sertaneja = instrumento da ideologia burguesa = um produto para consumo do proletariado.

Fica muito evidente desde o início que, para o autor, a música caipira e sertaneja está vinculada a um grupo marginalizado, como música de uma classe social não hegemônica; e que, a “ideologia do consumo, que permeia a sociedade de economia privada, tem à sua disposição todos os recursos para incentivar ao consumo máximo”. (CALDAS, 1977, p.1) E com o decorrer da urbanização do universo rural, modificando as referências da cultura popular do homem interiorano, o capitalismo vai transformando suas expressões musicais de raiz em bens culturais de consumo de massa.

Waldenyr Caldas continua seus estudos sobre a música sertaneja e música brasileira nas décadas que seguem, atualizando as tendências e analisando as novas influências. Suas pesquisas se estendem em diversas orientações de mestrado e doutorado e em diferentes publicações.

Mas, sem dúvida nenhuma, o livro que trouxemos para esta reflexão demarca as referências iniciais do pesquisador que estão estruturadas à luz das teorias da comunicação, particularmente àquelas ligadas aos frankfurtianos e, pontualmente a Theodor Adorno ‘em torno da música e da indústria cultural’. Nesta obra de 1977, quando os estudiosos recorriam prioritariamente a essa escola, também Caldas baliza toda sua análise da música e da comunicação de massa que avalia – música caipira e sertaneja, revistas especializadas e, programas de

auditório em rádio e televisão – pelos conceitos definidores da Indústria Cultural. É um trabalho de sociologia da comunicação que constitui importante contribuição para a consolidação das ciências da comunicação.

7. Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

CALDAS, Waldenyr. **Acorde na Aurora**: música sertaneja e indústria cultural. 2ª.Ed. São Paulo: Editora Nacional, 1979.

_____. **O que é música sertaneja**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

CANDIDO, Antonio. **Os Parceiros do Rio Bonito**. São Paulo, Livraria Duas Cidades Ltda., 7ª edição, 1987

_____. **Recortes**. São Paulo, Companhia das Letras, 1993.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira. **O campesinato Brasileiro**: ensaios sobre civilização e grupos rústicos no Brasil. Petrópolis/RJ:Vozes, SP: Edusp, 1973.

RIBEIRO, José Hamilton. **Música Caipira**: as 270 maiores modas de todos os tempos. São Paulo: Globo, 2006.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na Arena Global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

_____. **Mídia caipira no país dos bandeirantes**. (in) MARQUES MELO, José (org.). Os bandeirantes na Idade Mídia: capítulos da história comunicacional paulista. São Paulo: Intercom/Angellara, 2007.

_____. **A comunicação midiaticizada e a mudança do caipira**. Trabalho apresentado no XX Congresso de Ciência da Comunicação – INTERCOM.

_____. **New-caipira: a recriação da cultura em Piracicaba**. Dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. SBC/SP, 1993.

25.

Um diagnóstico preliminar da cultura do espetáculo

Mauro Souza Ventura¹

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

MILANESI, Luiz. **O Paraíso via Embratel**: o processo de integração de uma cidade do interior paulista na sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. 230.p.

Esta leitura da obra *O paraíso via Embratel*, do professor Luiz Augusto Milanesi, está norteadada por um duplo objetivo: primeiro, buscar uma caracterização geral do livro em seus aspectos temáticos e formais. Em seguida, destacar sua relevância enquanto “livro inovador” nesses 50 anos das ciências da comunicação no Brasil. Para isso, serão abordados dois fatores: 1) a estrutura interna da obra e os elementos que a compõem enquanto pesquisa sobre os efeitos (ou o

1. Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP). É autor de, entre outros, *De Karpfen a Carpeaux* (Topbooks, 2002) e *Processos midiáticos e produção de sentido* (Cultura Acadêmica, 2011).

impacto) da introdução da televisão na pequena cidade de Ibitinga, no interior paulista; 2) o lugar ocupado pelo livro de Milanesi no contexto dos estudos sobre a comunicação de massa no Brasil na década de 1970.

Nesta apresentação, serão caracterizados os métodos e os procedimentos de análise adotados pelo autor e serão também identificadas algumas das matrizes teóricas presentes em sua análise, assim como os resultados obtidos pela pesquisa quanto ao processo de integração de uma cidade do interior paulista na sociedade de consumo.

Publicado em 1978 pela Editora Paz e Terra, do Rio de Janeiro, esta obra foi originalmente uma dissertação de mestrado apresentada na ECA/USP, no ano anterior, sob a orientação do professor Egon Schaden. Assim, a primeira constatação que temos na leitura deste livro diz respeito ao momento em que foi escrito: a obra traz as marcas de uma metodologia e de uma linguagem que identificam um modo de fazer pesquisa que, visto com a distância de 35 anos, talvez não seja mais possível na vida acadêmica atual.

Nesse sentido é que gostaria de destacar o caráter inovador deste livro que, ao analisar um problema de comunicação dos pontos de vista antropológico, sociológico e histórico, pautou-se pela busca de um equilíbrio entre duas abordagens aparentemente conflitantes: a visão geral do fenômeno e o detalhamento de algumas partes.

Este livro resultou de pesquisas realizadas em Ibitinga entre os anos de 1969 e 1975 e mostra como uma cidade do interior de São Paulo reage às mudanças trazidas pela expansão da sociedade capitalista e pela indústria dos bens simbólicos dela derivada, no caso, a televisão.

O que a primeira vista poderia parecer aos olhos do leitor de hoje um estudo determinista, se desfaz diante da afirmação do autor, no capítulo inicial, de que “as causas e os efeitos não se caracterizam plenamente”. (p.16). Para Milanesi, não basta apenas constatar as mudanças na cidade trazidas pela TV: importa saber qual é a direção de tais interferências. Nesse sentido, não parece haver dúvida no procedimento metodológico escolhido; estudar “os estímulos externos sobre a cidade e a reação do meio” tendo em vista a tendência global e o comportamento local daí resultante. Observa-se nesse ponto a influência das correntes norte-americanas no estudo da Comunicação, ainda bastante presentes entre os pesquisadores brasileiros daquela época.

Mas o autor logo esclarece que sua leitura da TV em Ibitinga não é determinista: o autor lança mão de diversas estratégias investigativas “sem restrição a métodos e técnicas”, que serão usados na medida de suas necessidades. Eis aqui o primeiro fator que distingue *O paraíso via Embratel* da imensa maioria das pes-

quisas feitas hoje: Para Milanesi, é o objeto que funda o método, e não o contrário. À observação participante do autor, soma-se a leitura de periódicos locais, os depoimentos de antigos moradores e o uso de questionário e entrevistas.

Eis que surge, assim, a primeira referência teórica importante para o livro do professor Milanesi; *Os parceiros do Rio Bonito*, de Antonio Candido, obra de 1971, e que se tornou paradigmática de um modo de se fazer pesquisa de campo na área de ciências sociais. Vejo esta obra de Antonio Candido como uma inspiração metodológica de *O paraíso via Embratel*, assim como o foram para seu autor a convivência com Paulo Emílio Salles Gomes, referido no prefácio, e seu orientador, o professor Egon Schaden.

Essa inspiração metodológica está expressa na preocupação de Milanesi com os casos individuais e os detalhes que estão plenos de significado, extraídos do livro de Candido, como na passagem a seguir: “[...] o senso do qualitativo é condição de eficiência nas disciplinas sociais, e que a decisão interior do sociólogo, desenvolvida pela meditação e o contato com a realidade viva dos grupos, é tão importante quanto a técnica de manipulação de dados”.

Inspirado em Candido, Milanesi dirá que “é preciso flexibilidade no trabalho de investigar quando a busca de significação caracteriza-se como fundamental”. (p.17). “O interesse pelo homem em seu meio foi a mola propulsora deste trabalho”, escreve Milanesi, que buscou estudar um problema de comunicação específico (a chegada da TV em Ibitinga) inserido no contexto histórico-social.

Como salienta o autor, em 1978 a pesquisa em Comunicação no Brasil ainda era “área pouco explorada e carente de informações bibliográficas” e o que havia à disposição dos pesquisadores possuía poucos pontos de contato com os objetivos do seu estudo. Aqui, o trabalho de Milanesi adquire o propósito de fazer perguntas mais do que buscar respostas: “Este estudo apresenta mais dados do que discussões teóricas. No entanto, nesse estágio das pesquisas de Comunicações, o inverso, como tem acontecido, talvez não fosse o mais indicado”. (p. 18)

★★★★

Dividido em oito capítulos, o livro obedece a um movimento que vai do geral ao particular. A cidade de Ibitinga é, inicialmente, objeto de um retrospecto histórico e cultural e, em seguida, estudada a partir das relações entre meios de comunicação e sociedade de consumo. Ibitinga surge, assim, como um microcosmo a partir do qual pode-se visualizar o impacto provocado pela TV na região central do estado de São Paulo, no momento mesmo em que ocorre.

Assim, podemos acompanhar, em Ibitinga, o movimento de transformação de uma comunidade pequena e fechada, cuja comunicação estruturava-se na cultura oral, em uma sociedade que vivencia cada vez mais o processo de urbanização e a presença da comunicação de massa. É curioso observar que em Ibitinga a população não apenas queria esse novo meio, como se mobilizou para ultrapassar os obstáculos necessários para a recepção do sinal de TV, inclusive demandando recursos próprios, como explica Milanese.

Em substituição à memória coletiva e à oralidade tradicional, a TV vai, cada vez mais, introduzindo novos padrões de valores e costumes, “padrões esses determinados pelos que controlam as mensagens emitidas” (p. 99). Deste modo, os folclores e as culturas locais são substituídos por aquilo que Edgar Morin chamou de “folclore mundial”.

Com efeito, é evidente a sintonia deste livro com os paradigmas da pesquisa em Comunicação na América Latina, que naquele momento estava empenhada em criticar as estruturas de poder dos meios de comunicação e as estratégias de dominação dos países capitalistas.

Ao dizer isso, não pretendo, em absoluto, reduzir o caráter de inovação do livro de Milanese, nem tampouco considerá-lo datado. Cito um argumento para demonstrar o apuro teórico e a sutileza da análise: ao discorrer sobre a cultura de massa, amparado em MacDonal e Moles, dois autores fundamentais naquele momento histórico, além do já citado Morin, Milanese já alertava para a estratégia de inclusão de elementos da alta cultura na comunicação de massa, cujo resultado é a paródia, “situada na zona intermediária entre o erudito e o popular e usa, ao mesmo tempo, elementos de ambas”. (p. 100).

Ora, temos aqui o diagnóstico da cultura como sendo um problema ao mesmo tempo estético e político, o que nos remete aos argumentos de Fredric Jameson, por exemplo, que, no contexto do campo teórico da chamada “pós-modernidade” teorizou sobre a abolição de algumas fronteiras, como a “erosão da distinção entre alta cultura e cultura de massa”. Voltando a Milanese, destaco um pequeno trecho que é revelador do acerto de seu diagnóstico: “Este fenômeno merece particular atenção pelo fato de manifestar-se frequentemente em Ibitinga. As novidades importadas, recebidas no dia-a-dia, sobrepostas aos valores mais antigos, podem gerar situações híbridas e inéditas.” (p.100).

Outro argumento que considero emblemático no livro está na visão não ortodoxa das estruturas sociais manifestada pelo autor, que relativiza o conceito de luta de classes. Ao se referir à segmentação da programação da TV, o autor explica que “a divisão dessas faixas de consumidores não pode ser definida pelas

classes sociais”, e que o “estudo da Comunicação de massa no Brasil deve levar em consideração esses fenômenos”. (p. 102)

Para concluir, destaco as perspectivas apontadas pelo autor no capítulo final, que, aliás, não eram nada otimistas em relação ao impacto futuro da TV no tecido social:

“Não há interesse nem possibilidade de transformar a TV num veículo que contribua para a avaliação crítica da realidade coletiva. A TV continuará sendo um veículo confirmador da sociedade capitalista e não um meio de reflexão aberta em busca de caminhos para uma sociedade de baixo índice de desenvolvimento. A alteração desse esquema só poderia ocorrer dentro de mudanças mais amplas.” (p.216).

Por fim, o prognóstico apocalíptico do professor Luiz Milanesi, feito há 35 anos em sua pesquisa de Mestrado, parece ter se confirmado, já que a televisão aberta está hoje profundamente submetida às regras da audiência e do entretenimento a qualquer preço, que são algumas das feições assumidas pela civilização do espetáculo, que é a marca de nosso tempo.

Referências

CANDIDO, Antonio. **Os parceiros do Rio Bonito**: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida. São Paulo: Ed. 34, 1997.

JAMESON, Fredric. **A virada cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

MORIN, Edgard. **Da cultura de massas à busca de um novo humanismo**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1968.

26.

Joseph Luyten: um Inovador da Escola Latino Americana de Comunicação

Maria Isabel Amphilo¹

LUYTEN, Joseph. **A literatura de cordel em São Paulo**. São Paulo, Loyola, 1981

*Há muito mais de um século
Todo sertão brasileiro
Principalmente o Nordeste
Este em sendo o primeiro
Que tem através do verso
Notícia do mundo inteiro*

-
1. Pós-doutoranda na Escola de Comunicações e Artes na Universidade de São Paulo, Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, com estágio doutoral pela Universidad Nacional Autónoma de Mexico (UNAM). Membro do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino Americano e da Rede Folkcom. Bolsista FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9660628013591798>. E-mail: isabelamphilo@hotmail.com.

*Temos jornal e revista
Mas o sertão não conhece
A sua atualidade
Em poucas cidades cresce
Sertão só se informa bem
Quando o cordel aparece*

Manoel Caboclo e Silva (Juazeiro do Norte)

*“Os especialistas em comunicação precisam da orientação dos folcloristas,
de forma a não agredir a cultura.” Joseph Luyten*

Introdução: um inovador

Joseph Luyten foi um dos maiores especialistas em Literatura de Cordel no Brasil. Incentivado por seu orientador de mestrado e doutorado, na Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo, Dr. Egon Schaden, considerado o pai da Antropologia no Brasil. Luyten que era holandês de nascimento tinha alma brasileira, que ao lado de sua esposa, companheira e principal motivadora na vida, Sonia Bibe, Luyten é considerado um dos principais estudiosos em cultura brasileira, sendo conhecedor profundo da literatura de cordel, fazendo parte da segunda geração de pesquisadores da Universidade de São Paulo, que se debruçaram sobre as expressões da cultura popular para compreender o modo de ser e pensar do brasileiro.

A publicação de sua dissertação de mestrado “*A Literatura de Cordel em São Paulo: saudosismo e agressividade*” (1981) foi de extrema importância para a se conhecer o que se tinha de material na época. No período de mestrado, Luyten revela que conheceu e entrevistou quase a totalidade dos poetas cordelistas e repentistas em São Paulo. Coletou, sistematizou e classificou “mais de 1.200 escritos (entre teses, obras, artigos e recortes de jornais) a respeito da Literatura Popular em verso, oral e escrita no Brasil” (LUYTEN, 1981, p. 11). Com o passar dos anos Luyten colecionou cerca de 19 mil folhetos, além de livros, hemeroteca, almanaques, calendários, arquivos especializados, discografia, gravuras e xilogravuras na área da Cultura Popular. No mesmo ano, em 1981, Luyten inicia seu doutorado com o Dr. Egon Schaden, mas desta vez vai pesquisar uma

categoria jornalística mais específica. Luyten pesquisa “*A notícia na Literatura de Cordel*” (1984), em que vai pesquisar o caráter noticioso do jornalismo popular expresso no cordel.

Para entender melhor a importância das pesquisas de Joseph Luyten é preciso recordar o fenômeno das migrações no Brasil, principalmente e a partir dos anos 50, em que houve um grande êxodo rural, em busca de melhores oportunidades na cidade grande. Com o “boom” industrial no eixo Rio-São Paulo, a construção de Brasília, além da construção das estradas pelo país. O desenvolvimento do Brasil pedia trabalhadores, que vinham de todas as partes, principalmente das áreas de seca. Na década de 1960, com a difusão e acessibilidade do rádio, muitos proclamaram o fim da Literatura de Cordel, o que se fortaleceu na década de 1970, em que houve um clamor geral, devido ao desaparecimento da literatura popular impressa. O fenômeno chamou a atenção de pesquisadores, que se voltam para a literatura de cordel para compreendê-lo. Luyten afirma que nessa época a grande maioria dos “folhetos são de cunho jornalístico e consolida-se uma nova tendência, que é a de autoridades e elementos do mundo político e comercial fazerem uso da literatura popular” (1981, p. 25). Luyten se debruça, então, sobre o folheto de cordel e pesquisa sobre a “*Comunicação de novas ideias através da literatura popular em verso*” (1980). O pesquisador vai à busca das informações e ideias que eram veiculadas nos folhetos de cordel, o seu caráter noticioso, além da expressão do modo de ser e pensar do nordestino, mais precisamente, o migrante.

1. A trajetória de Joseph Luyten

Joseph Maria Luyten nasceu em 15 de agosto de 1941, em Brunssun, Holanda e veio ainda criança para o Brasil com a família. Em 1952, a família Luyten aportou na cidade do Recife, em Pernambuco. Casou-se com Sonia Bibe, sua grande amiga e companheira de vida, com quem teve três filhas Caroline, Nathalie e Isabelle, que se casaram e lhes deram três lindas netinhas. Sonia e Joseph Luyten formaram uma parceria de vida e pesquisa que tornou possível a realização de densas pesquisas em Histórias em Quadrinhos e em Literatura de Cordel, expressões da cultura popular que revelam o modo de ser e pensar.

Joseph Luyten teve uma tríplice formação. Estudou Administração (PUC, 1964), Jornalismo (Cásper, 1968) e Letras/Inglês (Mogi, 1968), além de suas

especializações em Literatura Inglesa (USP, 1970) e Jornalismo (Cásper, 1977). Luyten começou sua carreira no magistério e lecionou nas Faculdades Media-neiras (1971-1972), Faculdades Integradas Alcântara Machado (1972-1973), Fa-culdade de Ciências e Letras de Santo Amaro (1972-1974), UNIP (1975-1978), Faculdade Cásper Líbero (1973-1979).

Em 1980, ingressa no Mestrado em Comunicação, na Escola de Comuni-cações e Artes na Universidade de São Paulo, orientado por Egon Schaden, considerado pai da Antropologia no Brasil. Sua pesquisa sobre “*A Literatura de Cordel em São Paulo: saudosismo e agressividade*” foi muito importante, no momento em que a cultura brasileira, a identidade cultural e a mestiçagem eram temas que a academia estudava para tentar entender quem era esse “povo brasileiro” e as expressões que revelavam nossa identidade cultural. Nesse mesmo período Luyten leciona no Instituto Pe. Manuel da Nóbrega (1980-1981), Faculdades Integradas Princesa Isabel (1981-1982), ESPM (1976-1983). Ainda em 1983, Luyten inicia seu Doutorado em Comuni-cação na ECA, com o mesmo orientador e desta vez vai buscar “*A notícia na Literatura de Cordel*”, como uma continuação das pesquisas realizadas no Mestrado; e lecionando na graduação na mesma universidade, Universidade de São Paulo (1973-1984).

Em 1984, a família Luyten parte para o Japão, onde o professor Luyten re-aliza seu pós doutoramento no National Museum of Ethnology e leciona na Osaka University of Foreign Studies (1986-1987), Tokyo University of Foreign Studies (1987-1988), University of Tsukuba (1987-1991). Em 1991, foi con-vidado para Teikyo University Europe (1995-1997), Tenri University (1995-1997). Além de ser Professor Visitante na Université de Poitiers (1997-1998), o professor Luyten organiza o *Fonds Raymond Cantel*, que, conforme ele, é consi-derada a maior biblioteca de Literatura de Cordel do mundo.

Em 1999, a família Luyten volta ao Brasil e vai morar na cidade de São Vicente, um pedido da esposa que fora atendido. Luyten, então, leciona na Uni-versidade Metodista de São Paulo (1999-2006), onde orienta 13 dissertações de mestrado e 4 teses de doutorado em Folkcomunicação e Folkmídia. Joseph Luyten produziu 15 livros e 15 capítulos de livros, além de centenas de artigos publicados no Brasil e no exterior. Além da importante exposição realizada no SESC Pompéia, em São Paulo, de 18 de abril a 27 de maio de 2001, sobre os “100 anos de Cordel”, em que apresentou uma seleção de 300 folhetos de cor-del, de seu acervo pessoal.

2. Aportes Teóricos e Metodológicos

A partir das referências bibliográficas utilizadas em “*A Literatura de Cordel em São Paulo*”, percebe-se a decisão em valorizar autores brasileiros, sendo esses sua maioria, como: Luiz Beltrão, José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Florestan Fernandes, Américo Pellegrini, Antonio Fausto Neto; e entre os autores estrangeiros estão: Egon Schaden, Roger Bastide, George Foster, Alice Koshiyama e Raymond Cantel. A única obra em língua estrangeira citada é “*Littérature Du peuple au Brésil, Du conte merveilleux aux histoires de lutte*” (Tese, Sorbonne, 1976). Não por falta de conhecimento do pesquisador, mas por convicção teórico-metodológica e cultural, visto que a pesquisa era sobre a literatura de cordel, expressa em língua portuguesa e em contexto brasileiro, decidiu-se por valorizar autores comunicólogos, antropólogos, sociólogos e folcloristas brasileiros, ou estrangeiros pesquisadores da cultura brasileira, como o próprio orientador.

O autor revela que decidiu por coletar e selecionar uma bibliografia especializada reunindo cerca de 1.200 documentos originais e cerca de 6.000 obras de folhetos de cordel, “conhecendo pessoalmente a maioria dos pesquisadores e boa parte dos poetas populares do Brasil” (p. 13). A preocupação do pesquisador está claramente na importância de coleta de folhetos de cordel e de bibliografia especializada, que na época não se tinha sistematizado. Luyten afirma que “este estudo se preocupou principalmente em procurar definir o que se faz em São Paulo com referência à chamada Literatura de Cordel. Levando em consideração toda a problemática da mutação [...]” (1981, p. 191).

Joseph Luyten cita brevemente sua linha teórica. Ele adota uma perspectiva eclética em termos teóricos assumindo influências funcionalistas, estruturalistas e semiológicas. As ideias dos teóricos da Escola Norte-americana estão presentes, através das teses de Lazarsfeld, sobre o líder de opinião, e de Schramm sobre a questão do efeito produzido pela mensagem, em que Luyten explica que:

Quanto mais interesse nossas comunicações obtiverem, mais possibilidades elas têm de serem guardadas na memória do receptor e, portanto, haverá mais possibilidade de elas de serem transformadas em ação (LUYTEN, 1988, p. 6).

Mas, cita também ideias neomarxistas, a partir de outros autores, ao citar, por exemplo, Edison Carneiro, quando afirma que “Os ideais da classe dominante foram algum dia os ideais de todo o povo, embora permaneçam apenas no seio

dos setores politicamente mais atrasados” (CARNEIRO *apud* LUYTEN, 1981, p. 17) e, também, quando cita Gramsci que afirma que a formação de uma cultura nacional-popular depende da invasão dos camponeses no espaço da política (WEFFORT *apud* LUYTEN, 1981, p. 13).

Essa mestiçagem teórica é característica da Escola Latino-americana de Comunicação, que já apresentava seus inovadores na década de 1970, tendo como principal característica a “crítica ao conhecimento existente” (MARQUES DE MELO *apud* AMPHILO, p. 254). Mais, com a valorização dos autores brasileiros, Luyten revela-se pesquisador da Geração Inovadora. O pesquisador assume a perspectiva analítica, em relação ao fenômeno da literatura de cordel e como ele se expressa, realizado a análise de conteúdo. Luyten fundamenta-se em Jacques Leauté (*Concepciones políticas y jurídicas de la información*, 1964), para afirmar que a literatura de cordel cumpre seu papel informativo, preenchendo totalmente as funções da informação.

Como processo de comunicação extremamente dependente da aceitação popular, a Literatura de Cordel ia se adaptando às necessidades de seus consumidores. E essas iam se modificando à medida que havia precisão de certo tipo de informação (p. 23)

O autor relaciona fluxo de migração no país aos meios de expressão popular, mais precisamente a literatura de cordel. Luyten busca na análise da literatura de cordel a essência do migrante nordestino, que revela por vezes os sentimentos de saudosismo e de agressividade, além de problemas decorrentes da migração, mais presentes e expressivos em Patativa do Assaré (1981, p. 42). Luyten afirma que “houve muitas revoltas dos nordestinos escravizados que iam morrendo, devido aos maus tratos e doenças tropicais” (p. 35). Luyten admite o poeta popular enquanto líder de opinião, devido a estar “sujeito às novas influencias e as mudanças se processam mais rapidamente nele do que no migrante comum” (1981, p. 193).

Em seu livro “*Sistemas de Comunicação Popular*”, Luyten (1988, p. 10) afirma que “sua função é a de dar prestígio ou credibilidade a um determinado comunicador ou assunto”. Tese defendida também por Luiz Beltrão, baseado no processo de comunicação em duas etapas, de Lazarsfeld. Luyten revela-se, então, funcionalista, mostrando o poeta popular como um líder de opinião na comunicação popular, como também a perspectiva funcionalista da antropologia ao abordar a “dinâmica que impera dentro de uma cultura”, tratado por

Radcliffe-Brown (HOEBEL & FROST, 1995, p. 23), pode resultar transformações sociais. Porém, Luyten declara que esta pesquisa, especificamente, tem caráter exploratório e que poderá servir de base para estudos posteriores em comunicação popular.

É no retorno ao Brasil e o início da docência e pesquisa na Universidade Metodista de São Paulo, que finalmente Joseph Luyten, aceitando o desafio proposto por José Marques de Melo, abraça a Folkcomunicação e se debruça ao desenvolvimento da teoria da Folkmídia (2002) em que ele afirma

[...] julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa. Acreditamos, desta forma, estarmos colaborando para um entendimento melhor de um fenômeno que se torna mais e mais evidente em uma época como a nossa, em que o inter-relacionamento das várias formas distintas de comunicação vai se revestindo de interesse cada vez maior da parte de estudiosos do fenômeno geral a que chamamos Comunicação Social. (LUYTEN, 2002, p. 6).

Joseph Luyten conceitua a Folkmídia como a utilização de elementos folclóricos, folk, nos sistemas de comunicação social, nos meios formais de comunicação. Ou seja, esse inter-relacionamento das distintas formas de comunicação é, nada mais que, a retroalimentação, que ocorre entre os sistemas comunicacionais, que atuam também com os sistemas de comunicação popular, e dinamizam os processos de apropriações simbólicas, através dos atores sociais, e um se alimenta do outro, numa antropofagia de informações e intercâmbio simbólico.

3. Comunicação Cultural: Os fluxos migratórios e os aspectos socioeconômicos expressos na Literatura de Cordel

A obra “*A Literatura de Cordel em São Paulo*”, de Joseph Maria Luyten, é fruto de anos de pesquisa e de trabalho intenso voltado à investigação da expressão do poeta popular em forma de cordel. A beleza dos versos revela a estética popular. As sextilhas e quadras mostram a estrutura escolhida, ainda inspirada nos cordéis ibéricos, dos tempos da colonização do Brasil. Luyten vai a fundo

no sentimento e na alma nordestina, no exílio, fora do seu lugar de nascença, a memória nostálgica de tempos que não voltam mais e a dura realidade vivida no exílio, são expressas em forma de poesia, melhor de cantos de exílio.

A Introdução de Egon Schaden² ressalta a importância das pesquisas de Luyten ao tratar dos problemas sócio-econômicos decorrentes das migrações. O ser humano que sai do seu lugar de pertença não por vontade própria, mas porque as condições praticamente o obrigavam a exilar-se em outras terras em busca de sobrevivência.

Nesse sentido, o nordestino exilado “mantém a sua natureza de arte autêntica”, revelando seu *habitus* e seu *ethos* através dos versos e da arte popular. No exílio formaram-se grupos, que embora não fossem da mesma família, identificavam-se através do sotaque e buscavam, através da solidariedade, criar laços de afeto na busca pela sobrevivência, como também, preservar a cultura local, principalmente revelada nas expressões folclóricas e na culinária, preservada através do fluxo migratório.

A Literatura de Cordel, dessa maneira, foi um meio de expressão popular que se irradiou por todo o país, desde o Norte, Centro-Oeste, Sudeste e Sul; revelando os problemas sociais, políticos, econômicos pelos quais os migrantes vivenciavam no exílio. O processo de aculturação é revelado através dos versos, porém, os grupos conseguem preservar o *habitus* do sertanejo em plena metrópole. Seu modo de ser, de pensar; suas crenças e valores são preservados nos grupos sociais e nas feiras, que era ponto de encontro e onde se compravam as comidas de sua terra e os folhetos de cordel, que eram logo identificados pelos poetas e repentistas. Os cordéis, assim como os poemas épicos, cantavam a bravura e a coragem do nordestino em terra estranha.

Joseph Luyten revela que selecionou nesta pesquisa cerca de 1200 documentos, o que torna a obra um documento imprescindível nas pesquisas sobre a Literatura de Cordel e a sua relação com a migração nordestina em todo o país, mas principalmente, os problemas relacionados aos fluxos migratórios em São Paulo, as relações estabelecidas e as informações veiculadas nos folhetos de cordel, que além de estabelecer o vínculo com a memória e o lugar de nascença, fortaleciam os laços entre os grupos sociais que se formavam e que promoveram a preservação da cultura nordestina em São Paulo e em todo o país.

2. Orientador de Doutorado do Professor Luyten, na Eca/USP.

Considerações Finais

Na comemoração do Cinquentenário das Ciências da Comunicação no Brasil este Ciclo de conferências nos presenteia com uma revisão de obras e autores, que foram determinantes no desenvolvimento e na pesquisa na história das ciências da comunicação no Brasil. Nesse contexto, Joseph Maria Luyten, holandês de nascimento, mas alma brasileira, deixou seu valioso legado não somente à comunicação, mas à cultura brasileira, que com “paciência beneditina”, palavras de seu orientador de mestrado e doutorado Dr. Egon Schaden, coletou, sistematizou e classificou, como ninguém antes havia elaborado, a literatura de cordel no Brasil, que gerou a obra *Um Século de Literatura de Cordel* (2001).

O Professor Luyten, como era conhecido entre os alunos, nos deixou “fora do combinado”, como diz Rolando Boldrin, mas deixa seu legado nas Ciências da Comunicação e, principalmente, nas pesquisas em Literatura de Cordel, que torna imprescindível o seu conhecimento para a continuação dos estudos sobre os sistemas de comunicação popular e a identidade cultural brasileira e, mais precisamente, nordestina revelada nos folhetos de cordel.

É preciso retornar a Literatura de Cordel para ouvirmos o povo, para entendermos suas ideias e opiniões, para tentar entender as mudanças e transformações na dinâmica da sociedade brasileira. Quem é esse brasileiro, migrante? O que diz, o que pensa, o que sente e o que deseja? E terminamos com duas questões colocadas por Luyten (1981, p.191) a respeito do poeta de cordel: Que indivíduo, se ele vem de todas as partes do país? Que comunidade, se ela está em constante desagregação?

Referências

AMPHILO, Maria Isabel. **A gênese, o desenvolvimento e difusão da Folkcomunicação**. Tese de doutorado. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

GOBBI, Maria Cristina. **Escola Latino-americana de Comunicação: o legado dos pioneiros**. Tese de doutorado. Universidade Metodista de São Paulo.

HOEBEL, E. A. & FROST, E. L. **Antropologia Cultural e Social**. São Paulo: Cultrix, 1995.

LUYTEN, Joseph Maria. **A Literatura de Cordel em São Paulo**. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

LUYTEN, J. M. Comunicação de novas ideias através da Literatura de Cordel brasileira. In: Akira Kono. (Org.). **Sekai Kosho Bungei Kenkyu**. Osaka: Osaka Gaidai, 1986, v. 7, p. 232-253.

LUYTEN, J. M. **Um século de Literatura de Cordel** – Bibliografia Especializada sobre literatura popular em verso. São Paulo: Nosso Estúdio Gráfico, 2001. 413p.

LUYTEN, J. M. **O Que é Literatura Popular**. 5a.. ed. São Paulo: Brasiliense, 1992. v. 1. 84p.

LUYTEN, J. M. **A Notícia na Literatura de Cordel**. São Paulo: Estação Liberdade, 1992. v. 1. 320p.

LUYTEN, J. M. **Sistemas de Comunicação Popular**. São Paulo: Ática, 1988. v. 1. 63p.

LUYTEN, J. M. **A Literatura de Cordel em São Paulo: Saudosismo e agressividade**. 1. ed. São Paulo: Editora Loyola, 1981. v. 1.

LUYTEN, J. M. Folkmídia – nova acepção da palavra. In: **XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2002, Salvador. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador: UNEB, 2002. p. 236-240.

MARQUES DE MELO, J. **Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

27.

O ensaísta e as imagens dos cineastas¹

Alfredo Dias D’Almeida²

BERNARDET, Jean-Claude. **Cineastas e imagens do povo**. [1985]. 2ed.rev. ampl. São Paulo, Companhia das Letras, 2003.

-
1. Uma alusão ao título do artigo de Simpício Neto, “Bernardet e as imagens do povo”, que abre o catálogo da Mostra Cineastas e Imagens do Povo, promovido pelo Centro Cultural Banco do Brasil, da qual foi curador. CCCB – Centro Cultural Banco do Brasil. Mostra Cineastas e Imagens do Povo. Catálogo. Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília. abril a junho de 2010. Disponível em: <http://www.cineastaseimagensdopovo.com.br/05_textos.html>. Acesso em: 24 jul. 2013.
 2. Doutor em Integração da América Latina (Comunicação e Cultura) pelo Programa de Pós-graduação em Integração da América Latina (Prolam) da Universidade de São Paulo. Foi Professor e Diretor Acadêmico da Faculdade do Povo (FAPSP) de 2008 a 2013. Foi Professor Assistente I da Umesp, nos cursos de Rádio e TV e de Cinema Digital, de 2003 a 2012. Participa, como membro pesquisador, do Laboratório Aruanda pesquisas e análises sobre métodos de produção audiovisual de não ficção (Aruanda Lab.doc), da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: dalmeida.alfredo@gmail.com

Um crítico inovador

Jean-Claude Bernardet, filho de franceses, nascido na Bélgica, e brasileiro por opção, é crítico e professor de cinema, escritor, roteirista e ator. Em 1965, ao lado do crítico de cinema Paulo Emílio Salles Gomes, do jornalista Pompeu e do cineasta Nelson Pereira dos Santos, criou o primeiro curso universitário de cinema do Brasil, na Universidade de Brasília. Após o fechamento do curso, pelo governo militar, retorna a São Paulo e, em 1968, passa a lecionar na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), pela qual se aposenta, em 2004.

Multifacetado, ele é autor de mais de uma dezena de ensaios críticos, romances e roteiros de ficção. Alguns de suas obras tornaram-se referência obrigatória nos estudos e pesquisas realizados sobre o cinema brasileiro. “Brasil em Tempo de Cinema”, de 1967, por exemplo, é leitura fundamental para quem quer compreender e refletir sobre a produção do Cinema Novo. Outro importante ensaio, escrito em parceria com Maria Rita Galvão, é “O Nacional e o Popular na Cultura Brasileira – Cinema”, de 1983, analisado por Antonio de Andrade no *Ciclo de Conferência 50 Anos das Ciências da Comunicação no Brasil — a contribuição de São Paulo*. Há quem considere “Historiografia Clássica do Cinema Brasileiro”, de 1995, seu livro mais importante. Outros preferem “Cineastas e imagens do povo”, uma obra inovadora, por ser a primeira a analisar e discutir os documentários cinematográficos brasileiros. Ela foi merecedora, inclusive, de uma mostra de título homônimo, promovida pelo Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), de abril a junho de 2010, com exibição de todos os documentários citados, debates e oficinas, realizada no Rio de Janeiro, em São Paulo e em Brasília.

O livro “Cineastas e imagens do povo” é o objeto dessa resenha.

Uma obra inovadora

“Cineastas e imagens do povo”, de Jean-Claude Bernardet, referência na bibliografia cinematográfica brasileira, foi lançado em 1985 pela Brasiliense e relançado, em edição revista e ampliada, em 2003, pela Companhia das Letras. Nas palavras do autor, trata-se de um ensaio realizado a partir da análise ideológica e estética de alguns dos documentários mais representativos da produção brasileira das décadas de 1960 e 1970. Na segunda edição, traz um apêndice com ensaios

sobre outras produções do período: *Cabra marcado para morrer*, de Eduardo Coutinho (1984), *Os anos JK, uma trajetória política*, de Silvio Tender (1980); *Brasília segundo Feldman*, de Vladimir Carvalho (1979); *Greve*, de João Batista de Andrade (1979); *Braços cruzados, máquinas paradas*, de Sérgio Toledo Segall e Roberto Gerwitz (1979); *O homem que virou suco*, de João Batista de Andrade (1980); *Chapeleiros*, de Adrian Cooper (1983); *Casa de cachorro*, de Thiago Villas-Boas (2001), e *À margem da imagem*, de Eduardo Mocarzel (2002). Com exceção dos dois últimos e de uma nota complementar ao ensaio sobre *Cabra marcado*, inéditos, os demais haviam sido publicados no decorrer da década de 1980.

A importância dessa obra no conjunto da literatura analítica fílmica e a sua permanente atualidade se devem a vários fatores. O primeiro, inegavelmente, foi o fato de abordar uma temática até então ignorada pelos estudiosos da área: os documentários de curta-metragem produzidos no Brasil, na esteira do Cinema Novo, e suas transformações estruturais durante quase uma década. Em segundo lugar, há o fato de a própria metodologia de análise, que tem por base o estruturalismo, ser ainda hoje uma importante ferramenta na interpretação fílmica. Por fim, mas não menos importante, há o formato ensaístico da obra, que permite ao autor, durante sua análise, questionar seu próprio papel como crítico, atitude, se não pioneira, bem rara na época e, por que não dizer, mesmo hoje.

Em suas análises, Bernardet se propõe a “descobrir mecanismos de composição, de organização, de significação, de ambiguidade, estabelecer a coerência ou as contradições entre estes mecanismos” (p.183). Dessa maneira, procede a uma descrição interpretativa dos discursos envolvidos, a que denomina vezes – a “do dono”, a “do documentarista” e a “do outro” – procurando apreender as estruturas de significados a partir dos quais esses discursos ganham inteligibilidade. A ele interessa mais a forma como esses discursos surgem na relação entre o cineasta e seus “personagens” do que a temática apresentada. Tal movimento parte, numa ponta, da adoção, pelos cineastas, do “modelo sociológico”, em que predomina a “voz do dono”, até chegar a uma “nova dramaturgia” em que a presença do diretor e a equipe de filmagem, bem como o conflito entre o primeiro e a personagem, são explicitadas.

Nesta resenha, parafraseando o próprio crítico, nos perguntamos: que mecanismos de composição e de organização são utilizados no livro, para estabelecer uma coerência interna à tese que defende?

Para responder a essa questão e identificar a forma como as análises e as argumentações são encadeadas, é imprescindível dar destaque ao discurso (a voz do autor).

A voz do crítico

Tanto na “Advertência ao leitor” quanto na “Introdução”, Jean-Claude Bernardet deixa claro que o livro é um ensaio, em que tenta analisar a linguagem de documentários brasileiros dos anos 1960 e 1970, representativos da “crise intensa, profundamente criadora e vital” (p.12) por que passou o cinema desse gênero no período. Para o autor, o “modelo sociológico”, característico dos documentários do Cinema Novo produzidos em 1964 e 1965, “foi questionado e destronado”, possibilitando o surgimento de novas “tendências ideológicas e estéticas” (idem).

O ensaio é marcado por uma dinâmica, em que se busca “evoluir para novas formas de cinema documentário diferenciando-se do modelo sociológico” (p.103). Daí, explica o autor, a estrutura temporal descontínua do ensaio – a ordem em que os filmes são apresentados e analisados não obedece à cronologia de lançamento dos filmes –, em que se coloca Viramundo no início das análises. Não por acaso, esse comentário surge no meio da análise de *Indústria*, documentário cuja estrutura o livro emula. Além disso, o ensaio tem um “caráter fragmentado em pequenos blocos relativamente autônomos” (p.104), o que permitiria ao leitor estabelecer conexões interpretativas, que o autor deseja “não de todo estar controlando”.

O ensaio, como gênero textual, contrapõe-se ao artigo científico, e evoca Ensaio, de Montaigne, em seu estilo dialógico, divagante e antidogmático, que tem por base a liberdade de espírito, a reflexão sobre as coisas do mundo e a originalidade do pensamento. Como salienta Adorno³:

É inerente à forma do ensaio a sua própria relativização: ele precisa compor-se de tal modo como se, a todo o momento, pudesse interromper-se. Ele pensa aos solavancos e aos pedaços, assim como a realidade é descontínua, encontra sua unidade através de rupturas e não à medida que as escamoteia. A unanimidade da ordem lógica engana quanto à essência antagônica daquilo que ela recobre. A descontinuidade é essencial ao ensaio, seu assunto é sempre um conflito suspenso.

3. ADORNO, Theodor W. O ensaio como forma. In: COHN, G. (Org.). Theodor W. Adorno: sociologia. São Paulo: Editora Ática, 1986. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, 54)

Ao se valer desse gênero textual, o crítico se liberta da pretensão de oferecer análises completas e definitivas. Ele coordena ideias, intuições, metáforas, ilações. E promove avanços e recuos em suas argumentações. Permite-se ainda, ao longo das análises, o uso incessante do verbo na condicional – “seria possível”, “poderia” – e do subjuntivo – se o realizador quisesse; se ele pudesse –, ou a exposição de opiniões pessoais, como com relação a *Os queixadas*, categorizado como “fraco”. O crítico considera, “modéstia à parte” (p.211), que enriquece o documentário com sua interpretação, apesar de afirmar que ele não resolve ou nem aborda “um problema que lhe no entanto é essencial (a saber, a questão da produção da história) e que isso lhe prejudique sensivelmente”. Ora, se Rogério Corrêa⁴ o fizesse, cairia na armadilha do cientificismo, questionando a validade da história oral. *Os queixadas* seria outro filme, e não caberia o comentário de que se representa um indicativo de um novo rumo no documentário brasileiro “pelo tratamento que dava na tela aos operários e à voz do outro” (p. 212).

Foi comentado o caráter fragmentado do livro, que vem dividido, segundo o seu próprio autor, “em pequenos blocos relativamente autônomos”. Mas trata-se de autonomia relativa, pois está amarrada pela defesa de que houve uma continuada “evolução” do documentário brasileiro, evolução essa que se quer demonstrar. A continuidade (“evolutiva”) é estabelecida pela sequência dos títulos dos blocos. Apesar de extensa, vale apresentar a lista de títulos e os respectivos documentários analisados em cada um, seus produtores e o ano de lançamento:

Bloco	Documentário(s)	Diretor(es)	Ano
O modelo sociológico ou a voz do dono	Viramundo	Geraldo Sarno	1965
	Maioria absoluta	Leon Hirszman	1964-66
O modelo sociológico, II	Subterrâneos do Futebol	Maurice Capovilla	1965
	Passé livre	Oswaldo Caldeira	1974
O espelho perturba o método	A opinião pública	Arnaldo Jabor	1966

4. O sobrenome de Rogério foi grafado erroneamente na primeira edição como “Correia” – Bernardet optou por não corrigir os erros de grafia na segunda edição.

Em busca de uma nova dramaturgia documentária	Liberdade de imprensa	João Batista de Andrade	1967
	Migrantes	João Batista de Andrade	1973
A voz do documentarista	Lavrador	Paulo Rufino	1968
	Indústria	Ana Carolina Teixeira Soares	1969
	Congo	Arthur Omar	1972
A voz do outro	Tarumã	Aloysio Raulino, Guilherme Lisboa, Mario Kuperman, Romeu Quinto,	1975
	Jardim Nova Bahia	Aloysio Raulino	1971
A outra vertente	O velho e o novo (Otto Maria Carpeaux)	Maurício Gomes Leite	1966
	Cultura e loucura	Antonio Manuel	1973
O outro é um segredo?	Gilda	Augusto Sevá	1976
	Destruição cerebral, esmagamento craniano, precipitação, fraturas generalizadas	Carlos Fernandes Borges, Joatan Vilela Berbel, José Carlos Avellar, Nick Zarvos, Paulo Chaves Fernandes	1976
	Iaô	Geraldo Sarno	1975
	Mito e metamorfoses das mães nagô/ Iya-mi Agba (Arte sacra negra II)	Juliana Elbein dos Santos	1979
O intelectual diante do outro na greve	Os queixadas	Rogério Corrêa	1978
	Greve	João Batista de Andrade	1979
	Porto de Santos	Aloysio Raulino	1980
	Dia nublado/ Greve de março (não citado no título)	Renato Tapajós	1979
Conclusão	Aruanda	Linduarte Noronha	1960
	A pedra da riqueza	Vladimir Carvalho	1976.

Parte-se de um modelo em que o documentarista reafirma o que considera ser o seu saber sobre o outro, por meio de uma voz off⁵, situando o outro, fazendo generalizações sobre a experiência de vida desse outro, para chegar a um modelo de documentário em que o outro manifesta e dimensiona sua própria expressão.

As análises de somente dois filmes, *Viramundo* e *A opinião pública*, merecem “blocos” exclusivos. O primeiro, porque permite a configuração do “modelo sociológico”, que será questionado e transformado pelos documentários analisados em seguida; o segundo, por que representa a primeira “crise” do modelo. Neste, o outro que surge é da mesma classe social a que pertence o cineasta, as perguntas que se dirigem a ele não dizem respeito a fatos, mas têm o objetivo de “motivar a expressão do desejo, suscitar expectativas, temores, conjecturas, projetos” (p. 62). Essas características dariam mais espessura aos personagens, evitando a sua tipificação⁶.

Viramundo, ao longo do ensaio, se tornará sinônimo da expressão “modelo sociológico”. Segundo Bernardet, esse filme é o “pai” com que é necessário romper para “evoluir”. Por isso, acredito, servirá de baliza nas análises dos demais e nelas será sempre reafirmado, num mecanismo similar ao da montagem paralela no cinema, por aproximação ou por oposição, até quase desaparecer nos blocos finais. Nestes, *Viramundo* é citado somente uma vez em “A voz do outro” – para salientar como o trabalho é apresentado diferente em *Jardim Nova Bahia* –, nenhuma em “A outra vertente”, uma vez em “O outro é um segredo?” – para referendar o que o autor considera uma mudança de postura do realizador em relação às práticas religiosas (p.175) –, e uma vez em “O intelectual diante do outro na greve” – ao explicar como uma fala de um operário em *Greve* deixa entrever o indivíduo e não o “tipo” sociológico.

De que mecanismos o crítico lança mão para justificar sua tese central: a existência de uma “evolução” nos documentários, resultando em novas formas de dramaturgia? Além de se respaldar na continuidade estabelecida pela sequência dos títulos dos blocos e de usar a técnica da montagem paralela, ele lança

5. Tecnicamente, o correto seria voz over, uma voz não diegética, sobreposta à cena. Voz off é a voz de uma personagem que está fora da cena. No Brasil, usa-se indistintamente uma expressão pela outra, com preferência pela segunda.

6. Ver artigo *A voz e o espelho*, de Fernando Morais da Costa (CCBB, op. cit).

mão, ainda, do mecanismo de seleção do que é e do que deve ser analisado, lembrando que se trata sempre de “um ensaio, não uma coletânea de análises de filmes” (p.104). A escolha dos documentários sobre os quais o livro fala não teve por base critérios objetivos ou quantitativos. Foram escolhidos aqueles que “pareceram” representar “momentos-chave” das transformações, na opinião do autor, por que o cinema documentário passou e que “motivaram” o autor “intelectual e sobretudo emocionalmente”, obras com a qual queria “manter um diálogo rico” (p.12).

Outro mecanismo está relacionado com a da pessoa que fala no discurso. No documentário, o *off*, por exemplo, característico do modelo sociológico, fala na terceira pessoa. Quando quer denotar aproximação, fala na primeira do plural (um primeiro passo da evolução). Ao interpretar o uso da primeira pessoa do plural nos letrados de *Lavrador*, Bernardet afirma não ver outra saída “senão interpretar esse ‘nós’ como uma voz autoral que não usa um plural de modéstia, mas fala em nome dos cineastas, ou de uma certa categoria de cineastas, o que provavelmente pode ser entendido como uma certa categoria de intelectuais” (p. 108). No livro, o ensaísta se expressa quase que totalmente na primeira pessoa do singular, reafirmando a cada momento que se trata da sua interpretação particular de cada filme; mas não deixa de usar a primeira pessoa do plural em alguns comentários. O que dizer, então, do uso que o próprio crítico faz de “nós” em seu ensaio?

A imagem dos cineastas

Em seu ensaio, Bernardet lança mão da metodologia estruturalista de análise fílmica, ou seja: busca interrogar a materialidade, a concretude dos filmes (as falas, os planos, as imagens, os tempos, o ritmo). Tudo aquilo que é exterior ao filme (referências, influências, condições de produção) é colocado de lado. O mesmo acontece com os cineastas, suas as razões e seus motivos. Em nota, no ensaio sobre *Brasília segundo Feldman* (p.300), o crítico diz que os textos que compõem o livro “pretendem trabalhar a partir dos filmes e dispensar informações externas”, como as vindas dos realizadores.

A ausência do cineasta, embora proposta, não se efetiva. Ou melhor, se efetiva apenas parcialmente, na medida em que, ao percurso analítico “evolutivo” do documentarismo, Bernardet vai sobrepor uma “evolução” da atitude/postura do

realizador, primeiramente, em relação ao outro filmado/entrevistado e, depois, em relação ao próprio filme, em direção à humildade. No primeiro caso, trata-se de um sujeito/cineasta que se apaga, dando lugar à emergência do outro. Nessa categoria, ganha destaque Aloysio Raulino, que, em *Jardim Nova Bahia*, nega-se “a se afirmar sujeito diante do outro-objeto”, questiona “sua posição de cineasta” e “entrega a câmera ao outro” (p.128). Na segunda categoria, a da humildade em relação ao próprio filme, o parâmetro é Arthur Omar, que, em *Congo*, faz desaparecer o conteúdo da congada, para fazer da mediação o tema central do documentário.

O que vem a ser um documentário de um cineasta que assume uma atitude humilde? É aquele em que o cineasta desaparece para que o outro fale, ou seja, para que o outro signifique. Indo mais além, a humildade também deve existir em relação ao espectador. Daí a necessidade de mostrar que se trata de um filme – revelando os seus dispositivos.

Na contramão dessa evolução, exemplificando o cineasta que não dá o lugar ao outro, está Geraldo Sarno. Por ironia, o leitor só será informado de que foi Sarno quem produziu *Viramundo* em uma nota de pé de página do bloco “A voz do documentarista” (p.90). Embora concorde com Sarno, quanto a que o cineasta, no processo de feitura da obra, tenha sempre assumido uma atitude de humildade em relação àqueles de quem falava, pois “queria que compreendêssemos aquelas pessoas”, Bernardet não vê humildade alguma na linguagem de suas obras. “Essa linguagem que, no quadro do documentário brasileiro da época, Sarno levou à perfeição [...]. Não é possível fazer dela um instrumento neutro, vazio de significação, adquirindo apenas as significações que queremos lhe atribuir. E a linguagem de *Viramundo* é dominadora, unicêntrica, unívoca, quer queira ou não o realizador.” (p.214-215).

Nos filmes em que ainda predomina o modelo sociológico, por trás da intenção da humildade do cineasta, estaria, de um lado, uma postura ideológica, uma tentativa de entender por que o golpe militar de 1964 ocorreu sem resistência, quando se pensava que o povo estava mobilizado num sentido revolucionário (p.33-34), e, de outro, um sentimento de culpa, pelo fato de ele pertencer à classe média culta, que rejeita reconhecer no outro de classe a possibilidade de ter uma inteligência voltada para a ação e a luta (p.126).

Paradoxalmente, Sarno e Raulino vão ser submetidos, ao longo do ensaio, ao mesmo mecanismo “simpatia/antipatia” da montagem paralela que Bernardet diz ser uma das características do modelo sociológico. Se, como autor de *Viramundo*, Sarno é quase sempre referenciado pelos termos genéricos de

“realizador” e “autor”, como os demais do “período” sociológico, Raulino vai ser o único cineasta que aparece individualizado, é o único que tem estilo próprio (“seu estilo de filme” – p.131-2) e o único que tem voz: “Sua afirmação [de plena autonomia] se faz contra um modelo, do qual partiu a reflexão dos autores [de *Lavrador* e *Indústria*] sobre o cinema documentário” (p.103); “As intenções originais [de Raulino, em *Jardim Nova Bahia*] eram sem dúvida bem diferentes” (p. 136). Seu *Porto de Santos*, o último analisado antes das Conclusões, é descrito como um filme “envolvente”, “processual”, que “elimina causas e explicações” e que “se constrói no fazer”, gerando novas significações; ele é, nas palavras de Bernardet, “o mais difícil de comentar de toda a filmografia deste ensaio” (p.202-206).

Nas Conclusões, Raulino é um ponto de referência, um autor que dá nome ao conjunto de sua obra, comparada, em seu nome, não a outros autores, mas aos filmes mais representativos de certos blocos. O crítico compara *Viramundo* e *Maioria Absoluta* (nomeadamente) aos “filmes de Aloysio Raulino” (p.213-4); “Setores de esquerda não deixaram de acusar de formalistas filmes como *Lavrador*, *Indústria*, *Congo* ou numerosas obras de Aloysio Raulino” (p.215).

Ao fim e ao cabo, ao longo de todo o ensaio, esse cineasta, para Bernardet, é o primeiro a resolver o dilema existente entre a possibilidade de o outro se expressar, de um lado, e a propriedade dos meios de produção, por outro lado. “No cinema, me parece que só Aloysio Raulino tratou desse problema” (p.218)⁷.

Considerações (quase) finais

Claro que não esgotei o assunto. O livro é muito rico para ser esgotado numa mera resenha. Não tive a pretensão de abarcar tudo. O que se pretendeu foi traçar uma leitura da obra, utilizando, como metodologia de análise, um simulacro do próprio método de construção do livro. Assim, chamo a atenção para a metodologia que estrutura o ensaio, a qual, de per si, já merece um es-

7. No mesmo ano em que “Cineasta e imagens do povo” foi relançado, 2003, é lançado *O prisioneiro da grade de ferro*, de Paulo Sacramento, que coloca a câmera nas mãos dos prisioneiros da Penitenciária do Carandiru, em São Paulo.

tudo. Também pretendi demonstrar que, assim como a linguagem dos cineastas que lhe serve de objeto, o método escolhido por Bernardet para compor seu ensaio também não pode produzir uma análise completa e acabada, por deixar de lado o contexto histórico em que os documentários foram produzidos. Todo o ensaio elaborado em “Cineastas e imagens do povo” se baseia na discussão da questão do outro a partir da linguagem (do discurso). E, como diz o próprio Bernardet, “Usamos uma linguagem, ao mesmo tempo em que somos usados por ela” (p.214).

O estudo de uma linguagem – ou das “significações”, conforme quer o crítico –, não basta a si mesmo: ao se abstrair o momento de produção do discurso, desvinculando a linguagem do contexto social e histórico no qual é utilizada, certas interpretações são irremediavelmente perdidas. Ao mesmo tempo em que a linguagem se afirma como um dos princípios estruturadores da sociedade, é por ela estruturada e condicionada. Também dialeticamente, muito embora o livro deixe de lado justamente a sociedade que produziu esses filmes, ou seja, embora lhe falte uma contextualização histórica consistente e uma discussão sobre os modos de produção dos documentários, é inegável sua importância na formação de várias gerações de documentaristas e de pesquisadores de documentário.

Para além do (hiper)formalismo analítico, em que a subjetividade do analista se manifesta, há uma abertura, um grande espaço para o debate. E esse é seu ponto forte. Bernardet não se furta ao debate gerado pela repercussão de suas opiniões entre os cineastas cuja produção analisou, desvinculando a obra do autor, discutindo os méritos da arte sem focar a personalidade do artista, numa atitude rara na academia brasileira.

Por fim, o livro suscita questões muito importantes, até hoje não resolvidas, e ainda presentes nos estudos recentes sobre documentários e na atual produção de documentários. Entre elas: Como se estabelece a relação entre o cineasta e o outro? Que tipo de ética deve permear essa relação? Se não houvesse outros motivos, esse questionamento já faria do ensaio de Bernardet um livro inestimável para os interessados em cinema brasileiro.

28.

Jornal Nacional na perspectiva dos trabalhadores: análise da audiência nos anos 80

Tyciane Cronemberger Viana Vaz¹

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito Além do Jardim Botânico**: Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus, 1985.

A obra “Muito Além do Jardim Botânico” foi escrita pelo jornalista, professor e pesquisador Carlos Eduardo Lins da Silva, que tem sua trajetória profissional marcada pela atuação no mercado e na academia. Foi repórter, redator, editor, correspondente e ombudsman. Em paralelo, desenvolveu diversas pesquisas, lançou livros, participou de instituições acadêmicas, firmando-se como um dos grandes pesquisadores de comunicação do país.

1. Possui graduação em Comunicação Social/ Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (2005), Mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2009) e doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2013). E-mail: tycianevez@gmail.com

Formou-se bacharel em Jornalismo no ano de 1973, na Faculdade Cásper Líbero, e prosseguiu os estudos em comunicação na Michigan State University, com bolsa de mestrado da Comissão Fulbright. O trabalho do mestrado resultou na dissertação *Mass Media and Environmental Affairs, a case study in Santos, Brazil*. Nessa mesma época, atuou como correspondente para os Diários Associados, atividade que voltou a exercer anos depois.

No doutorado, na Universidade de São Paulo e sob orientação do professor José Marques de Melo, Lins da Silva estudou o comportamento da audiência de trabalhadores de comunidades de São Paulo e do Rio Grande do Norte ao Jornal Nacional. A tese originou “Muito Além do Jardim Botânico”, sendo uma das suas principais obras.

A carreira como jornalista começou cedo aos 18 anos. Escreveu para os jornais *Diário da Noite*, *Diário de S. Paulo* e *Valor Econômico*. Na *Folha de S. Paulo*, ficou por mais tempo, onde atuou como repórter, redator, editor, secretário de redação, diretor-adjunto, correspondente e ombudsman.

Carlos Eduardo é também livre docente em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Realizou pesquisa em nível de pós-doutorado no Woodrow Wilson International Center for Scholars em Washington. Durante o período em que esteve no pós-doutorado, escreveu regularmente para a *Folha de S. Paulo* como correspondente internacional.

Lins da Silva também tem um relevante trabalho junto a instituições de pesquisa. É sócio fundador da Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), sendo pesquisador reconhecido por implantar e dinamizar o programa editorial da associação. Atualmente, o jornalista é consultor de comunicação da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

É autor de outras obras, como “O Adiantado da Hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro” (1991); “Mil Dias” (1988 e 2005); e “Correspondente Internacional” (2011).

Objetivo e metodologia

“Muito Além do Jardim Botânico” foi lançado nas proximidades das comemorações de vinte anos da Rede Globo, no ano de 1985. Em um período de abertura política e monopólio de audiência da emissora, permitindo inclusive alcances no mercado externo.

Na obra, Carlos Eduardo analisa a recepção do telejornal de maior audiência do país, o *Jornal Nacional* por parte de pessoas da chamada “classe trabalhadora”.

A maioria absoluta das pesquisas sobre recepção de TV tem como objetivo medir o tamanho da audiência, estimar sua atitude em relação ao veículo como um todo ou a programações específicas, constatar o impacto da TV sobre a rotina diária das pessoas ou perceber que tipos de efeitos a TV pode ter sobre a interação social dos espectadores (LINS DA SILVA, 1985, p. 45).

Apesar de reconhecer que as pesquisas de recepção costumam medir audiência, Lins da Silva propõe um objetivo mais ousado. Com a pesquisa, ele objetiva auxiliar as pessoas a consumirem mais criticamente o conteúdo dos programas noticiosos transmitidos pela televisão, com o propósito de ser alcançado no momento da coleta de dados.

Para atingir determinado objetivo, o autor utilizou a técnica da pesquisa-ação, com a justificativa de ultrapassar a observação das notícias, como por exemplo, com a aplicação de análise de conteúdo. Lins da Silva pretendeu conhecer também as condições histórico-sociais em que as notícias circulam, relacionando os problemas de consciência crítica ou espírito crítico diante dos meios de comunicação, em especial a televisão.

A principal referência metodológica do pesquisador no livro “Muito Além do Jardim Botânico” é Michel Thiollent, conferindo à pesquisa-ação o pressuposto de “não neutralidade” e que “oferece-se às pessoas interrogadas a possibilidade ou mesmo a necessidade de raciocinar para que seja captada uma informação relevante e não uma vaga reação moral baseada na desinformação” (p.68).

Ao utilizar esse método, Lins da Silva pretendeu oferecer aos entrevistados papel ativo. Dessa forma, possibilita que eles participem da solução de problemas e avancem em nível de criticidade e que o pesquisador indique caminhos para tal transformação.

Na pesquisa-ação, há interferência do pesquisador no sentido de incentivar a formação e desenvolvimento do espírito crítico diante do conteúdo televisivo. Durante a pesquisa, realizada entre 1980 e 1982, Lins da Silva observou duas comunidades, uma na região Nordeste, em Lagoa Seca (Natal/ Rio Grande do Norte) e outra no Sudeste, em Paicará (Guarujá/ São Paulo). Nos dois casos, havia um propósito de implantar um jornal de bairro e o pesquisador teria o papel de ajudar nessa tarefa.

Para a coleta de dados, foram realizadas reuniões para discutir o conteúdo do Jornal Nacional a partir das matérias de maior destaque de cada dia. Na reunião também eram discutidas questões como enfoque, angulação, critérios de edição, duração das matérias e os possíveis interesses comerciais e políticos. E ainda realizada uma análise comparativa entre o noticiário do Jornal Nacional e dos principais jornais impressos do país.

Carlos Eduardo ainda aplicou entrevistas em profundidade entre repórteres, editores, pauteiros, produtores do Jornal Nacional e do departamento comercial da emissora com a finalidade de entender melhor o funcionamento da produção do programa, bem como a dinâmica do processo gerencial e publicitário.

A pesquisa partiu de importantes hipóteses que delinearão a pesquisa do início ao fim. A primeira hipótese refere-se ao grau de interferência de outras fontes – além da televisão, há outras variáveis, que podem confrontar os valores e estereótipos da TV com os de outras instituições sociais ou pessoas têm mais oportunidade de duvidar, criticar e rejeitar os que vê no televisor.

A segunda hipótese focou do grau de conhecimento que a pessoa tem a respeito de cada assunto retratado na tela. Se o conhecimento é grande, a representação televisiva é colocada sob meticoloso escrutínio. A terceira hipótese trata-se do grau de conhecimento do meio de comunicação e de acesso a ele. As pessoas que conhecem o que é televisão, que visitaram um meio de comunicação, que receberam explicações sobre como se dá o processo de produção e edição dos programas ou aquelas que tiveram ou costumam ter acesso a ela tendem a oferecer um questionamento crítico mais aguçado do que as demais.

Principais respostas

Partindo dessas hipóteses principais, Carlos Eduardo Lins da Silva chegou a importantes conclusões. De antemão, ele revelou que a televisão era vista de maneira similar pelas duas comunidades. Para ambas, a TV era sinônimo de Globo, apreciada como positiva para a maioria das pessoas, “uma coisa boa” e com forte sentido utilitarista, quer dizer, as pessoas retêm as notícias que digam respeito a seus interesses mais imediatos, ainda que o nível de retenção seja reduzido.

Os depoimentos colhidos pelo autor durante a pesquisa destacam as principais percepções do público sobre o veículo: “é de utilidade para ficar sabendo de muitas coisas”, (eletricista, 26 anos); “a gente aprende muitas coisas com ela”

(montador, 33 anos); “coisas que a gente nunca viu nem vai ver”, (operária têxtil, 19 anos).

O autor identificou também que as pessoas, em especial as mulheres, utilizam a TV para refletir sobre os problemas reais de suas próprias vidas, em particular os programas de ficção como novelas. “As mulheres – que em geral ficam mais casa – são as que mais utilizem a novela para pensar suas vidas” (p. 85).

Ver televisão não era atividade exclusiva das comunidades de Paicará e Lagoa Seca. A TV era concorrente de outras atividades culturais. Outra observação importante do autor é que a credibilidade da televisão como um todo e do jornalismo não é absoluta.

As pessoas podem não saber verbalizar, podem não compreender os motivos, e por isso, não demonstrar espírito crítico, não agir e – até mesmo – aceitar as versões do mundo da TV e conformar, em alguns casos, sua visão da realidade a elas. Mas são poucas pessoas que aceitam tudo que a TV diz como verdadeiro. E estas são exatamente aquelas que menos contato têm com outras pessoas, outras fontes de informação, que menos saem de casa, menos conhecem ‘o mundo real’ (p. 86-87).

Lins da Silva identifica uma confusão na cabeça de muitos trabalhadores de Lagoa Seca e Paicará sobre quem merece credibilidade ou não: a fonte da informação ou quem a veicula? Na obra, afirma também que o trabalhador com senso crítico mais aguçado consegue identificar a questão da imparcialidade com mais clareza. Essa constatação veio por meio de depoimentos dos trabalhadores, como por exemplo, seu Francisco: “Deus me perdoe, mas parece até que tem uma espécie de combinação entre a Globo e o governo” (p.88).

Para o autor, os trabalhadores das duas comunidades dão mais atenção às notícias locais e satisfazem-se mais com matérias sobre tragédias, mortes de pessoas famosas, assaltos, assassinatos, sequestros do que as reportagens mais aprofundadas e de análise.

Um dos destaques para o resultado da pesquisa de Lins da Silva é que os trabalhadores das comunidades de Lagoa Seca e Paicará não percebiam os interesses econômicos e políticos que existem por trás da Rede Globo. Também não percebem as operações técnicas no processo de produção, como por exemplo, a edição. Mas, por outro lado, estão atentos às questões que os dizem respeito diretamente.

O que é percebido com alguma correção, principalmente pelas lideranças da comunidade, são os aspectos mais ostensivos do conteúdo. Por exemplo: a falsa neutralidade da informação, a divisão desigual do tempo dos depoimentos (sempre mais para representantes do governo e do partido do governo do que para os de oposição), a seleção das fontes de informação sempre ou quase sempre em favor do governo ou dos patrões, que os problemas dos trabalhadores raramente são abordados e quando são, na maioria das vezes, a abordagem lhes é desfavorável e a representação estereotipada dos trabalhadores, tanto na ficção (mais simples a observação) quanto no jornalismo e na publicidade (p. 91).

Em “Muito Além do Jardim Botânico”, Lins da Silva revela alguns pontos interessantes que poderiam ser analisados comparativamente com os dias atuais. Em uma das afirmações, o autor destaca que o Jornal Nacional estabelece os assuntos que vão ser discutidos, definindo quais são os grandes temas nacionais para a maioria das pessoas.

Cada uma das hipóteses trouxe importantes contribuições, que enriqueceram a obra de Carlos Eduardo Lins da Silva: interferências de outras fontes, conhecimento do tema e conhecimento dos meios de comunicação.

Grau de interferência de outras fontes

Carlos Eduardo Lins da Silva comprovou essa hipótese durante aplicação da pesquisa-ação. Segundo a análise, ficou comprovado de que há um confronto de interpretações entre as versões da TV e as versões das instituições em que o indivíduo está ligado: sindicato, igreja, família, partidos políticos ou outras.

Na obra, o autor cita vários exemplos para ilustrar a confirmação dessa hipótese. E um deles, menciona o processo de expulsão do país do padre Vito, um religioso italiano que em 1980 se recusou a celebrar uma missa em 7 de setembro por considerar que o Brasil ainda não havia obtido a efetiva independência política. O caso causou grande comoção e provocou debates na comunidade de Lagoa Seca, no Rio Grande do Norte, região onde o catolicismo é forte.

Segundo a descrição do autor, algumas pessoas que participaram da pesquisa reclamaram da ausência de entrevistas com pessoas da paróquia do padre. Além

disso, queixaram-se do tempo concedido aos que se propunham a defendê-lo, em comparação com versões oficiais.

Para Carlos Eduardo Lins da Silva, o incidente com o padre ajudou muitas pessoas da comunidade de Lagoa Seca a olharem com outra perspectiva para a cobertura que o JN dá aos assuntos ligados à Igreja. Esse foi apenas um dos exemplos citados na obra que ressalta a relevância das instituições em que o cidadão faz parte no sentido de influenciar na consciência crítica para ver televisão.

Grau de conhecimento do tema

O senso crítico é mais elaborado quando o telespectador tem conhecimento pessoal dos assuntos tratados, citando exemplo matérias referentes à seca do Nordeste e as discussões realizadas na comunidade de Lagoa Seca após exposições.

Em novembro de 1980, o presidente Figueiredo foi a um município do Nordeste e disse em entrevista à televisão que não tinha recursos para destinar à região. A reação foi de absoluta indignação entre os entrevistados na pesquisa, como as citações destacadas por Carlos Eduardo Lins da Silva (p. 116):

“Claro que tem dinheiro. E claro que tem como resolver o problema da seca. Se Israel conseguiu plantar no deserto, como é que aqui não tem solução?” (Ivanildo); “não interessa a ninguém resolver o problema da seca. Por que a Globo não mostra pra todo mundo como é que Israel fez o que fez?” (Edivan); “se teve dinheiro pra comprar usina nuclear da Alemanha, por que não tem para comprar os métodos de irrigação de Israel?” (Afonso).

Na comunidade de Paicará também foram observadas questões relativas ao conhecimento pessoal como influência na avaliação de notícias. Uma série de reportagens sobre os nordestinos em São Paulo da Rede Globo mostravam que “essa gente está construindo São Paulo” (p. 118), apresentando entrevistas com chefe de cozinha do restaurante do Terraço Itália e pintor Aldemir Martins. Em seguida, foi apresentada uma matéria com rebelião de presos em São Paulo, levando a questionamentos da comunidade como: “Quantos nordestinos felizes estão nesse presídio? Por que o repórter não foi conversar com eles também” (p. 118).

O autor também destaca que a publicidade e as telenovelas também revelam que o conhecimento pessoal influencia na observação dos telespectadores. No caso da ficção, pelo motivo de que as pessoas se identificam com o conteúdo, por vivenciarem situações semelhantes.

Grau de conhecimento dos meios de comunicação

Nessa hipótese, Carlos Eduardo desvendou que o nível do conhecimento específico do público sobre os meios de comunicação de massa é, em geral, baixo. Os trabalhadores não têm noção exata da facilidade com que se pode fazer cortes e montagens com vídeos.

A maioria das pessoas ao início do trabalho sabiam pouco mais do que o nome do proprietário da Rede Globo de Televisão, e assim mesmo só porque sua figura é presença constante nos telejornais da casa. Ao final dos seis meses do encontro, continuavam sabendo pouco mais do que isso. Algumas pessoas imaginavam que a Globo era um império financeiro, mas não desconfiavam em que áreas de interesse da Economia este império opera. (p. 126).

A aplicação do método de pesquisa-ação proporcionou aos poucos que os participantes tivessem discernimento e desenvolvessem críticas mais profundas e estruturais. O autor reconhece que a medida que se desenvolvia a pesquisa-ação e o conjunto das pessoas tomava contato, o senso crítico assumia caráter de melhor qualidade.

Outra hipótese foi confirmada ao longo do trabalho, além da interferência de outras fontes, conhecimento sobre o tema e conhecimento sobre os meios de comunicação. Segundo Carlos Eduardo, a representação do real que os trabalhadores fazem não é tão decisiva a ponto de moldar opiniões, em especial no que se refere aos que militam em algum tipo de movimento social ou político. Para as duas comunidades, o JN é importante, às vezes a única fonte de informação. Mas o poder não é grande o suficiente para que pessoas que assistam diariamente deixem de ser militantes do Partido dos Trabalhadores.

Conclusões

Em “Muito Além do Jardim Botânico”, a pesquisa não comprova que todos os trabalhadores recebam as mensagens da televisão passiva e acriticamente e que façam da visão do mundo que ela lhe apresenta. Pretende demonstrar que

qualquer trabalhador, mesmo que não seja uma pessoa com sua consciência perfeitamente desenvolvida, é capaz de ser crítica diante da programação jornalística da televisão.

Carlos Eduardo destaca que o nível das discussões foi ampliando ao longo das reuniões, concluindo que as pessoas não poderiam ser consideradas alienadas no início e nem revolucionárias no final da pesquisa.

A obra de Lins da Silva foi inovadora no sentido de trazer respostas importantes e por usar a metodologia da pesquisa-ação, muitas vezes ignorada pela academia, devido ao envolvimento do pesquisador com o objeto. Ele conseguiu aproximação com as comunidades e para responder suas questões, esse foi o melhor caminho.

Nas palavras de José Marques de Melo no Prefácio: o livro foi originalmente preparado como tese de doutorado, seguindo os padrões convencionados pelo mundo acadêmico, não perdeu de vista sua motivação jornalística, nem sua destinação aqueles que militam ou na universidade ou nas empresas de comunicação.

A aplicação nos dias atuais ainda é muito válida, porque a Globo ainda tem um poder muito grande e o Jornal Nacional também tem influência na informação que chega pela telinha na casa dos brasileiros em horário nobre. Entretanto, seria importante que o comparativo atual leve em consideração que parte da hegemonia da Rede Globo foi quebrada.

A concorrência nos dias atuais é bem maior se comparada ao início dos anos 80, até mesmo os furos de reportagem estão mais distribuídos. Outra questão é a presença da internet. Nas redes sociais, os internautas desmentem informações, criticam as matérias, compartilham informações e pedem por um dia sem Rede Globo.

29.

A cultura brasileira pela análise de Nelson Werneck Sodré

Carla Reis Longhi¹

UNIP - Universidade Paulista / PUC-SP - Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo

Sodré, Nelson Werneck. **Síntese de História da Cultura Brasileira** [1970]
9°. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981, 136 p.

Biografia

Nasceu em 1911 no Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo em que fazia a Escola Militar, iniciava sua carreira de jornalista, escrevendo para o Correio Paulistano. A carreira militar e a prática jornalística colocaram-no em contato com a realidade brasileira, o que o fez guinar à esquerda, aproximando-se do marxismo.

-
1. Mestre e Doutora em História Social pela USP/SP e Pós-doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Complutense de Madrid. É Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Paulista e professora concursada do Depto de História da PUC/SP. Realiza pesquisas no Grupo “Mídia, Cultura e Política: identidades, representações e configurações do público e do privado no discurso midiático”, cadastrado junto ao CNPq. e-mail: carlalonghi@uol.com.br

Vemos que esta aparente contradição alimentava a biografia deste autor, pois ao mesmo tempo em que iniciou o curso da Escola de Comando e Estado Maior, em 1944, finalizando-o em 1946 e assumindo a partir daí como Chefe do Curso de História Militar, tornou-se membro do Partido Comunista. Como definir um pesquisador que foi ao mesmo tempo um militar atuante e um membro do Partido Comunista Brasileiro. A meu ver, Sodré expressa a riqueza e densidade de um momento de completudes e contradições.

No contexto dos anos 1950 a atividade militar estava entranhada na vida política e seus embates tornavam-se visíveis a partir de suas principais instituições organizadoras. A principal, sem dúvida, era a Escola Superior de Guerra, de 1949; contudo, a instância de maior participação política, por sua organização horizontalizada era o Clube Militar; este expressava, claramente, as tendências políticas dos militares de todas as patentes. Neste período havia duas fortes tendências, as chamadas chapas amarela (considerada comunista) e azul. Em 1950 venceu para a diretoria do Clube Militar do próximo biênio, a chapa amarela, da qual fazia parte Nelson Werneck Sodré, apoiando Getúlio Vargas em seu último governo. Esta escolha política definiu sua carreira militar pois, a partir deste momento, como represália, foi transferido para uma base sem representação política, o 5°. Regimento de Artilharia da cidade de Cruz Alta, no Rio Grande do Sul, ficando por cinco anos. Quando retornou, em 1956, intensificou sua atividade jornalística, passando a escrever semanalmente no jornal 'Última Hora' e como colaborador no jornal 'O Semanário'. Em sua carreira militar, atuava como membro da Comissão Diretora da Biblioteca do Exército. Neste momento, ainda, passou a atuar como professor no Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB) atuação esta muito importante para sua imersão na questão cultural brasileira.

Estrutura do livro

O livro foi publicado em 1970 e começa seu texto com uma definição de cultura. Retomamos a ideia central, pois é fundamental para a compreensão da estruturação da obra e da perspectiva historiográfica do autor. Ao definir cultura indica que é o (grifo nosso):

[...] conjunto da produção material e espiritual, expressas pelo progresso, pela técnica, experiência de produção, instrução,

educação, ciência, literatura, arte, instituições [...] o conjunto de formas de vida espiritual da sociedade, que nascem e se desenvolvem à base do modo de produção dos bens materiais historicamente determinados. (p.3)

Destacamos em negrito a especificidade da perspectiva marxista, já apresentada como escolha do autor e preponderante no contexto em que produziu a obra. Qualquer vertente historiográfica determina um olhar sobre o objeto de pesquisa, aspecto este que não define uma valoração, mas indica a necessidade de nós pesquisadores compreendermos as especificidades teórico-conceituais contidas em contextos históricos que as engendram, atentando para os condicionantes e riquezas que criam. Nesta perspectiva marxista há a predominância da estrutura econômica e isto é visível na compreensão de cultura acima proposta, que propõe uma relação de condicionamento da produção cultural em relação às estruturas produtivas. Vertentes historiográficas posteriores, próprias do início dos anos 1990, que sofreram diferentes influências possibilitadas pelas leituras de Gramsci; da produção dos *Annales*, bem como do marxismo inglês, pautado tanto pela produção de Raymond Williams quanto pela produção de Thompson, questionaram este olhar hierárquico, entendendo que os âmbitos - econômico, político e cultural - se influenciam mutuamente. Esta observação em nada denigre a obra aqui apresentada, apenas indica as especificidades da produção de conhecimento de cada momento.

Retomando a obra notamos que, pautado pela definição proposta, Sodré buscará compreender a cultura brasileira, a partir de sua estrutura produtiva. Novamente é importante a compreensão da perspectiva teórica escolhida, pois esta define não só o olhar sobre o objeto, mas a própria definição do objeto. Há um recorte cronológico proposto para a análise cultural demarcado pelo entendimento de cultura indicado. Vejamos como o autor divide a produção cultural, nomeada por ele como 'Etapas da Cultura' (p. 7):

- 1ª. Etapa - cultura transplantada anterior ao aparecimento da camada social intermediária, a pequena burguesia
- 2ª. Etapa - cultura transplantada posterior ao aparecimento da camada social intermediária, a pequena burguesia
- 3ª. Etapa - surgimento e processo de desenvolvimento da cultura nacional, com o alastramento das relações capitalistas.

Na sequência da Introdução o autor explica esta divisão, indicando o recorte cronológico previsto. Assim, a '1ª. etapa' se refere ao período colonial finalizado, com o intuito didático, no ano de 1750, então anterior ao aparecimento da pequena burguesia. A '2ª. etapa' refere-se a um período cronológico bem maior que a divisão política comumente vista nos livros didáticos; esta se inicia após 1750 e termina apenas em 1930. É interessante observarmos como, realmente, são as relações de produção que definem os recortes históricos e, neste sentido, tanto a formação do Império quanto a Proclamação da República têm pequena relevância na demarcação dos recortes analíticos. Para o autor, somente a partir de 1930 as relações de produção, no Brasil, se tornariam capitalistas. Devemos lembrar que é a partir de 1930 que há um forte processo de urbanização, com a formação das classes médias nas principais capitais e da produção industrial, fomentada a partir de então.

Vale ainda um registro, referindo-se ao ano de 1930, "O novo poder, derivado do movimento político-militar do referido ano, apresenta a burguesia como classe dominante..." (p.8). Por que destacamos este trecho? Por que ele explicita sutilezas das perspectivas historiográficas, nem sempre visíveis para o leitor de outras áreas de pesquisa. Aqui Nelson Werneck definiu uma compreensão sobre o movimento de 1930, própria da historiografia marxista do período e depois questionada pelas outras vertentes historiográficas já citadas. Ao indicar que 1930 foi um movimento político militar está propondo que os sujeitos atuantes foram os militares, trazendo o pressuposto da presença dos tenentes, e a oposição- industriais versus elite agrária. Autores como Edgar De Decca, Alcir Lenharo, Marilena Chauí, Ângela de Castro e outros questionarão posteriormente esta visão, redimensionando o papel dos trabalhadores urbanos. Isto por que a perspectiva marxista entendia que não havia articulação das classes trabalhadoras e justamente por isto, estruturou-se a fórmula política do populismo, entendido popularmente como a lógica de manipulação das massas. Frisamos, novamente, o fato de que isto não é uma crítica ao autor ou demérito à obra e sim a explicitação da perspectiva proposta, destacando, sempre, o fato de que esta define uma memória histórica.

O livro está dividido em 3 capítulos, respeitando a cronologia das 3 etapas. Assim, cada capítulo discutirá uma etapa produtiva. Faremos uma síntese das duas primeiras etapas e nos concentraremos na terceira, mais contemporânea, articulando, então, o papel da obra para a área de Comunicação.

Capítulo I. 1ª. Fase – Cultura colonial

O autor classifica este período da história do Brasil como extremamente predatório. A seu ver, alguns aspectos formalizam este caráter. Começando pelo isolamento que, para o autor, se constitui por diferentes aspectos. A colônia está distante da metrópole tendo sua produção marcada pelo isolamento tanto em relação ao mercado consumidor- a Europa- quanto em relação ao mercado fornecedor de mão de obra. Os dois mercados estão submetidos, ao mesmo tempo à lógica do monopólio, que inviabiliza possibilidades de interação. O isolamento aparece, ainda, em relação às diferentes áreas internas produtoras já que a produção está organizada em latifúndios distantes entre si e autônomos economicamente. Assim, este isolamento se caracteriza pela falta de estruturas urbanas, que poderiam criar interações econômicas e culturais.

O segundo caráter predador, e que intensifica o isolamento, seria o modelo de mão de obra utilizado, baseado na servidão. O autor cita este aspecto, mas não o aprofunda neste momento.

O que viabiliza, então, a unidade? Para o autor, em primeira instância, ‘a identidade de fins, de propósitos e de métodos’ (p. 12), estes, em essência, predatórios. O segundo fator seria a religião, que traça a unidade pela perspectiva da catequese como projeto vinculador e que traz em seu bojo uma concepção de cultura. Reflitamos sobre os dois aspectos. A proposição da catequese visa o esvaziamento da cultura originária, num processo de aculturação. E o projeto de cultura se caracterizava pela alienação. Primeiro porque oferecia, como parâmetro cultural, a cultura europeia, cultura esta importada. Segundo porque carregava o viés religioso, este dotado de uma perspectiva internacionalizante, própria da instituição cristã católica. E, terceiro porque a instituição jesuítica, responsável pela disseminação cultural, o que incluía educação formal e moral, trazia em seu âmago uma compreensão de cultura “de apego ao dogma e à autoridade, de respeito à tradição escolástica e literária, de repulsa às atividades criadoras ou inovadoras, uma cultura disciplinada para se fazer moral” (p. 19), garantindo a unidade, o controle e a submissão.

Capítulo II. 2ª. Fase - Cultura de transição

Como indicado na Introdução, este capítulo contempla o período mais longo, iniciado em 1750 e finalizado somente em 1930. Em função disto, o autor propõe o capítulo em subtítulos, que atendem aos diferentes períodos políticos

deste extrato. Como marxista, Nelson Werneck Sodré mostra a profunda preocupação em perceber e destacar as estruturas sociais e o faz com maestria, pois consegue apresentar com objetividade e precisão os nódulos econômicos, políticos e culturais. Neste percurso, indica cuidados que muitos marxistas mais ortodoxos não tiveram, em observar e destacar as especificidades brasileiras frente ao modelo teórico geral utilizado. É justamente neste limite que está a maior riqueza deste autor, sua sagacidade em perceber o que é próprio da cultura brasileira. Este é o recorte proposto para todo o livro, perceber as características da cultura brasileira, percorrendo seu processo de constituição.

Na fase inicial do capítulo, que contempla o período propriamente colonial, o autor busca demonstrar as transformações sofridas na sociedade brasileira, com o desenvolvimento da mineração, no sudeste brasileiro. A seu ver, ocorrem mudanças profundas na lógica isolacionista da produção açucareira. Apesar da sociedade em seu todo continuar estruturada no binômio – senhores e escravos, forma-se uma camada intermediária que, pelo tipo de atividade realizada, não mais centrada na posse da terra, favorece a formação de um mercado interno, acompanhado de um crescimento demográfico e ambos gerando o nascimento de uma divisão do trabalho. Deste processo decorrem duas importantes consequências: primeiro, o desenvolvimento do aparelho de Estado “ramificando-se em milícias, órgãos de justiça, repartições fiscalizadoras e arrecadadoras, forças policiais e militares, hierarquia religiosa” (p. 26); esta nova organização indica o início da absorção do poder privado pelo poder público, alterando a conformação do poder existente até então. É destacado pelo autor, o início da inserção deste estado no controle do ensino, dominado até este momento pelos jesuítas, agora expulsos com a Reforma Pombalina. Segundo, a conformação de atividades culturais. Sodré entende que se trata de um desenvolvimento ainda precário e, em geral, norteados pela cultura europeia, aspecto este fulcral, pois demonstra a permanência de uma cultura transplantada, sem caráter nacional, o que define a alienação. Por outro lado, de modo extremamente perspicaz, Sodré percebe a especificidade da produção artística nascente, em diferentes áreas de produção. Assim, nas artes plásticas identifica Aleijadinho e o Mestre Valentim; na literatura – Tomás Antônio Gonzaga; na música José Joaquim Emérito Lobo de Mesquita, Marcos Coelho Neto e Francisco Gomes da Rocha, destacando como fato principal a origem popular de todos estes artistas.

Sodré segue seu capítulo demonstrando como esta riqueza cultural, de perfil nacional, foi suplantada e amortecida pela lógica cultural transplantada e alienada. Inicialmente são dois aspectos que favorecem esta desarticulação. O

primeiro foi a vinda da Corte para o Rio de Janeiro, trazendo consigo o reforço à cultura europeia através do recrutamento de discípulos, expedições científicas e missões artísticas, como a missão francesa “encabeçada por J. Lebreton, constituída pelos pintores J.B. Debret e Nicolau A. Taunay, [...]” (p. 34) entre outros, formando o núcleo da Academia de Belas Artes. O segundo refere-se ao sentido dado à atividade intelectual pela elite local, que a vê como forma de ascensão social e objeto de ostentação, através da aquisição do diploma constituindo, aos olhos do autor, uma atividade mais formal que efetiva. (p. 44). A disseminação dos cursos de Direito fortalecerá a proliferação deste perfil de intelectualidade, com pretensão aristocrática e perspectiva cultural europeia. Como mostra Sodré

O primado que o Estado concede ao tipo de cultura desinteressada sobre a cultura que se volta para os conhecimentos utilitários e práticos não deriva, como pensam os ingênuos, de incompreensão dos dirigentes; deriva, isto sim, das exatas necessidades do Estado que surgem uma sociedade escravista: [...]. (p. 41)

A lógica descrita começa a sofrer um pequeno abalo justamente com a mudança do eixo produtivo, centrado na segunda metade do séc. XIX na produção cafeeira. Esta propiciará, de forma lenta e gradativa, primeiro um crescimento contínuo da produção, tendo como consequência a ampliação da vida urbana, com o aparecimento de sujeitos até aquele momento ocultos: o jovem e a mulher. Para o autor, a própria imprensa, já existente desde 1808 se modifica, e, jornais como ‘O Diário de Pernambuco, o Correio Paulistano, o Jornal do Commercio incorporam desenhistas e cartunistas, bem como mestres da sátira política, alimentando uma inovação que refletirá na literatura, com o movimento indianista “antiluso e ensaia com Alencar, a reação linguística [...]” (p. 46) disseminada para a população através dos folhetins.

Mais uma vez, contudo, expressões genuinamente nacionais, como o indianismo são suplantados por valores e premissas externas. Neste momento de intenso desenvolvimento científico, o discurso europeu é carregado da ideia de civilização, ideia esta vinculada à noção de raça, tão cara a um país composto de três etnias, duas delas consideradas, naquele momento, inferiores. Assim, enfrentávamos o problema da presença de alguns Brasis, apresentados pela tese dos dois Brasis: o Brasil litorâneo, urbano, branco e voltado para o exterior; (o Brasil negro que precisaria ser resolvido e assim, este extrato nem aparece) e o

Brasil do interior, genuíno, puro e inculto. Esta tese propiciava uma possibilidade identitária para este país.

Se a produção cafeeira inicia este processo, o mesmo será intensificado pela 1ª. Guerra Mundial que favorecerá a produção industrial local. Este fato detona, no entender de Sodré, a necessidade de maior participação política e cultural da burguesia nascente. No campo da cultura, veremos sua expressão com o movimento modernista que, refletindo as características desta burguesia, buscou romper com os velhos padrões culturais e políticos. Para o autor, o modernismo brasileiro foi sintomático, pois incorporou características do movimento europeu que não corresponderam à realidade brasileira, conseguindo constituir um movimento que deixou poucas marcas “O que ficou destes representa, na verdade, muito pouco. A liquidação do formalismo tradicional, da ênfase, da retórica, [...], o acolhimento a formas populares, a aproximação com motivos nacionais, o esforço renovador [...]” (p. 59). Por outro lado, este processo demonstra um limite das condições objetivas existentes até então, configurando a estruturação de um novo momento, entendido pelo autor, como um contexto que passa a apresentar relações capitalistas de produção.

Capítulo III. 3ª. Fase - Cultura nacional

É muito interessante como Nelson Werneck consegue manter a linearidade da tese proposta: a seu ver, o Brasil não conseguiu ultrapassar a configuração de uma cultura transplantada e alienada, e, em cada período histórico, são diferentes aspectos que inviabilizam este processo.

Assim, no contexto dos anos 1930 consolidam-se as relações capitalistas no Brasil, a partir do fomento à indústria e o conseqüente crescimento demográfico. Os países estrangeiros, no caso, os EUA, se viram forçados a aceitar a conformação de um parque industrial no Brasil, viável a partir da estruturação e crescimento de um mercado interno; mas, rapidamente garantiram o controle sobre o mesmo, através da organização de um modelo de indústria nacional, com capital multinacional. Seguindo a perspectiva teórica marxista, que previa a etapa da Revolução Democrático Burguesa, Sodré via neste cenário, a possibilidade de fortalecimento da classe que deveria conduzir o processo revolucionário; contudo, aponta para a falta de experiência brasileira com este novo cenário produtivo, levando-nos a não compreender o significado econômico

das remessas de lucro, que se estabelecem como lógica econômica dos novos modelos de indústria com capital estrangeiro. A historiografia posterior criticará este entendimento, demonstrando que não se tratou de ingenuidade e sim de escolha político-econômica, aspecto este não analisado pelo autor.

Seguindo na proposição de Sodré, o aspecto que inviabilizou o processo revolucionário no âmbito cultural foi a inserção imediata do país na lógica de massa. O desenvolvimento capitalista gera demandas de produção cultural e esta responde imediatamente à lógica do mercado. Tomando Marx como base teórica, destaca:

Este foi o tempo em que as próprias coisas que, até então, eram transmitidas, mas jamais trocadas; dadas, mas jamais vendidas; adquiridas, mas jamais compradas – virtude, amor, opinião, ciência, consciência, etc – em que tudo enfim passou ao comércio. Este foi o tempo da corrupção geral, da venalidade universal ou, para falar em termos de economia política, o tempo em que tudo, moral ou físico, tornou-se valor venal, é levado ao mercado, para ser apreciado no justo valor. (MARX, apud SODRÉ, p. 65)

Assim, a produção cultural do período capitalista nasce como produto de consumo, descaracterizada de valores, respondendo a uma lógica, como visto, de mercado, o que aponta para o controle imperialista. É a lógica da cultura de massas e Werneck Sodré percorrerá a imprensa do período para recuperar o entendimento do processo constituído. Para alguns, a cultura de massas será lida como uma lógica que favorece a homogeneização do produto, seguido, no entender destes críticos, de baixa qualidade artística e padronização dos gostos. Para outros, um país que não tiver uma cultura popular arraigada será absorvido pela cultura internacional. Nesta linha, para Lazarsfeld (1969) o grande poder das mídias massivas reside em sua capacidade de disseminação da mensagem. Sobre estas visões, Sodré entende que, sem dúvida, o processo de massificação é necessário para a sobrevivência do capitalismo. Contudo, é tácito em afirmar que “os meios de comunicação são meros instrumentos; não são geradores das estruturas, mas resultados delas.” (p. 78) Assim, sua pergunta é ‘a que servem?’ (p. 78) Para ponderar sobre isto destaca, primeiro, a linha organizadora da publicidade norte-americana: ‘sexo, dinheiro e sangue’

Este processo se efetiva pelos meios de comunicação de massa, que garantem a publicização imediata do produto. Desta forma, a cultura continua transplantada e alienada, porém, com novo ‘modus operandi’, dominado pelo poder

econômico e neste processo, culturas nacionais ainda pouco sedimentadas perdem a oportunidade de desenvolvimento e sua população, já destituída de direitos perde, também, o direito sobre sua própria cultura.

Neste momento o autor procura analisar a especificidade de cada meio. Começa com o cinema. Este responde, exatamente, às questões acima colocadas. Em primeiro lugar, houve o predomínio imperialista impedindo o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional. O Brasil engatinhava na condição de produtor cinematográfico, sendo ao mesmo tempo ‘um dos grandes importadores a enriquecer fábricas estrangeiras’ (p. 80). O diagnóstico era de um mercado com capacidade de consumo, mão de obra, mas falta de capital e trabalho em equipe. Dependeu de intensa vontade política a decisão de criar um mercado nacional e vemos este interesse apenas em dois grandes momentos. O primeiro foi durante o Estado Novo que, por privilegiar o discurso nacionalista, buscou fomentar a produção artística nacional, criando em 1932 o decreto-lei 21.240, nacionalizando o Serviço de Censura Cinematográfica para Educação Popular. Em 1942 foi criado no DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), o Conselho Nacional de Cinematografia e dez anos depois, em 1952, o governo enviou projeto de Lei para a criação de uma autarquia industrial.

Durante este período, os profissionais do cinema conseguiram uma modesta garantia de reserva de mercado para exibição de filmes nacionais, que chegou ao máximo do direito de exibição de um filme nacional em cada quadrimestre. Nos anos 1950 tínhamos uma boa produção cinematográfica, mas não se percebeu que já havia o monopólio norte-americano na circulação fílmica, dificultando a divulgação e distribuição do filme nacional e quando o faziam, computavam a renda da distribuição como lucros exportáveis, enviados para fora através da remessa de lucros (p. 83). Para Sodré, chegávamos ao absurdo de termos “O Pagador de Promessas” premiado em Cannes em 1962 e proibido na Espanha, enquanto passávamos cerca de 200 filmes espanhóis, ou seja, sem nenhum debate ou preocupação com a proteção do mercado interno e logo da produção nacional. Os anos 1960 atingiram o ápice da contradição de produzir filmes de reconhecimento internacional como *Vidas Secas* (1964) e *Deus e o Diabo na Terra do Sol* de Glauber Rocha e, ao mesmo tempo, conviver com a lógica do mercado interno, que cobrava pesados impostos sobre a produção nacional, tendo as empresas estrangeiras o controle da distribuição. Neste momento inicia-se, também, a concorrência com a televisão, piorando um cenário já em crise. Este cenário é acrescido e piorado, segundo o autor, pela disseminação da cultura norte-americana, continuamente propalada pelo seu filme e televisão.

O rádio para Sodré se tornará, rapidamente, a mídia de vanguarda pela sua capacidade de disseminação por todo o território nacional. A seu ver, inicialmente, isto se deveu a sua correlação com a transmissão de temáticas de profundo interesse popular, pois as rádios reproduziam a música brasileira e transmitiam o que irá se tornar a paixão nacional- o futebol. Sua capacidade de inserção no território nacional foi tão ágil e intensa que criou uma expectativa extremamente positiva em relação ao seu papel social, tanto que Roquette Pinto vislumbrou no rádio um importante instrumento de redução para o analfabetismo. Sodré, no entanto, é taxativo: “Não demorou para se desiludir. O rádio passou logo a ser explorado, no regime de desordenada e até anárquica concessão de canais, sob critérios comerciais” (p. 93)

Aqui, então, mais uma vez, o autor nos mostra como o meio foi absorvido pelos interesses político-econômicos, inserindo-se numa lógica massiva, que não atenderá aos interesses nacionais, pois “foi visto sempre na prática, como negócio, não como instrumento de cultura. Sua influência cultural, entretanto, embora arrolando quase tão somente aspectos negativos, foi considerável. Um dos poucos aspectos positivos dessa influência foi a uniformização da língua falada.” (p. 93) Os aspectos negativos compõem-se, primeiro, de seu uso político no ato das concessões, seguidos de um intenso processo de privatização, próprio do uso comercial e por fim, pautado pela publicidade, que viabiliza seu sentido mercadológico e , ao mesmo tempo, define parâmetros culturais. Aos olhos do autor, se o rádio, com sua mobilidade e acessibilidade, foi controlado pela lógica de mercado, a televisão se tornou ainda pior, pois dependia de concessão, tornando seu uso político ainda mais expressivo. Este uso definiu os grupos de interesse que tiveram canais, bem como, a porcentagem de proteção ao mercado nacional. Para Sodré, os produtos norte-americanos, chamados ‘enlatados’ prevaleceram, bem como a publicidade que rege e movimentava este mercado. O autor encerra sua reflexão retomando o eixo central de sua análise pois, para ele, “o problema inicial, para a cultura brasileira, é o da retomada da liberdade; sem liberdade de pensamento e de expressão, não há condições de desenvolvimento cultural autêntico.”

A nosso ver, a obra fala por si. Apesar dos aspectos que os revisionismos posteriores à publicação da obra impuseram à mesma, esta continua instigante. Primeiro, pela extrema riqueza que propicia a qualquer análise diacrônica da cultura brasileira; segundo pela imersão no pensamento deste autor, tão crítico desta mesma cultura e tão perspicaz e polêmico na análise da mesma. Por fim, na reflexão que esta obra possibilita ao campo da comunicação, pois o autor, ao discutir a proliferação dos meios massivos, toca em feridas e questões ainda pertinentes aos estudos dos mídias.

30.

Comunicação eclesial católica: o clamor de Waldemar Kunsch¹

Roberto Joaquim de Oliveira²

UMESP - Universidade Metodista de São Paulo

KUNSCH, Waldemar Luiz. **O Verbo se faz Palavra** - caminhos da comunicação eclesial católica. São Paulo: Paulinas, 2001. 316p.

Revista Realidade, março de 1971

“- O bispo de São Paulo diz o que pensa”

“Entrevista quente - o arcebispo de São Paulo enfrenta 40 assuntos”

-
1. Texto apresentado no Ciclo de Conferências – 50 anos de Ciências da Comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo. 27 de setembro de 2013 – módulo Inovadores – sob Coordenação de Cicilia M. Krohling Peruzzo – Auditório Paulo Emílio – ECA-USP – Butantã – São Paulo.
 2. Jornalista, mestre e doutor formado pela Universidade Metodista de São Paulo. Sua formação acadêmica gerou a dissertação “Igreja Católica e Comunicação Popular: um relato de caso na Zona Leste da cidade de São Paulo” (mestrado – 1995); e a tese “Comunicação e cidadania às margens do São Francisco: os correspondentes populares de Juazeiro da Bahia” (doutorado – 2008).

- “Este homem diz coisas assim
- Nada me impede de rezar por Che Guevara e Marighela.
 - Sou corintiano. Este ano seremos campeões.
 - Minha receita para amaciar cachimbo.
 - A míni-saia já caiu.
 - Brasil, ame-o ou deixe-o? Não. Eu tenho fórmula melhor.
 - Gustavo Corção já foi útil.
 - Sem justiça social não haverá paz no mundo,
 - Este salário mínimo é um pecado.
 - Sou a favor da educação sexual nas escolas.
 - Sou contra a pena de morte.

[...]

P - O senhor disse, em oração na catedral no dia da investidura, que a Igreja não tem ideologia. O senhor acha ideologia coisa ruim? Pessoalmente, o senhor não tem nenhuma? Afinal, ideologia não é o mesmo que ideal?

R - A Igreja não tem uma ideologia, e sim mensagem salvífica, que procura penetrar, como fermento, em todas as ideologias. Se, no entanto, por ideologia você entender uma resposta para a problemática social, política e econômica hodierna, a Igreja apresenta princípios baseados no Evangelho e nas condições do mundo de hoje. Não é, porém, o essencial. Interessada em humanizar, o importante, para a Igreja, é evangelizar.

Revista Realidade, março de 1971, publicação da Editora Abril.

Segurando o Cajado...

A Igreja Católica Apostólica Romana teve papel importante no processo de democratização da política nacional nos últimos 50 anos. O texto escolhido como epígrafe destaca, em meio à ditadura militar, sob o governo mais duro do regime ditatorial, o de Garrastazu Médici, uma entrevista de Dom Paulo Evaristo Arns falando sobre temas fundamentais para a sociedade brasileira. É difícil, mesmo para os que não são católicos, negar a importância da “opção preferencial pelos pobres”, Comunidades Eclesiais de Base - CEBs, Campanha da Fraternidade, Conselho Indigenista Missionário - CIMI; ou não reconhecer o

trabalho de Dom Hélder Câmara, Dom Pedro Casaldáliga, Dom Luciano Mendes de Almeida, Dom Paulo Evaristo Arns, Dom Angélico Sândalo Bernardino e tantos outros. A Igreja Católica não se escondeu durante os momentos mais difíceis da história brasileira do último meio século.

Se de um lado, a práxis dos representantes católicos marcou a vida dos brasileiros, de outro, a mudança na forma como os representantes da Igreja dialogaram com a sociedade vem sendo espaço de pesquisa e debate já há alguns anos. O livro **”O Verbo se faz palavra - caminhos da comunicação eclesial católica”**, de Waldemar Luiz Kunsch, é um exemplo disso. O livro é uma versão reformulada da dissertação de mestrado defendida na Universidade Metodista de São Paulo, em fevereiro de 2001, sob orientação do professor José Marques de Melo. Entre as motivações para a realização deste estudo, estão um passado como seminarista da Congregação do Verbo Divino, uma prática focada nos ensinamentos do Concílio Vaticano II, idealizado pelo papa João XXIII, e uma vida dedicada à comunicação.

A proposta do trabalho é inventariar a produção acadêmica (dissertações e teses) sobre comunicação eclesial católica brasileira nos catorze programas de pós-graduação em Comunicação Social, reconhecidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, de 1974 a 2000. Da primeira dissertação sobre Igreja Católica e comunicação, que, para Kunsch, é “O canto e a música litúrgica”, de Danilo Vieiro, defendida na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA-USP, em 1974, até a última do período analisado, de César Augusto A. dos Santos, “Padre Landell de Moura, pioneiro da radiodifusão”, defendida na Universidade Metodista de São Paulo, em 2000, 26 anos de produção acadêmica sobre a comunicação eclesial é devidamente identificada pelo autor.

Note-se, desde logo, que se tratava de abordar tão somente a produção acadêmica dos programas brasileiros de pós-graduação em Comunicação Social. O campo de pesquisa se restringia, assim, a dissertações e teses, excluindo-se artigos publicados em revistas científicas ou outros suportes desses centros de pós-graduação. Além disso, a análise de conteúdo se limitaria, basicamente, às seis teses de doutorado e livre-docência. Não se considerariam, também, trabalhos realizados em outras áreas de conhecimento, como, por exemplo, as de Teologia, Ciências da Religião e Educação (KUNSCH, p.50).

É importante notar que, frente ao grande número de dissertações e teses, o trabalho foi dividido em duas partes. Uma enfoca a pesquisa brasileira da comunicação eclesial católica, mais especificamente, uma investigação descritivo-administrativa das dissertações e teses geradas pelos programas brasileiros de pós-graduação. Nela, o autor promove uma análise documental da amostra. E uma segunda parte aborda a comunicação social eclesial católica nessa mesma produção, mas limitando a amostra às seis teses. Ou seja, promove-se uma análise de conteúdo de um recorte específico dessa amostra (KUNSCH, p.27).

... no caminho da Palavra ...

O ponto de partida da pesquisa é “nos parece limitada, além de ocasional, a produção de trabalhos científicos sobre a comunicação eclesial católica nos programas brasileiros de pós-graduação em Comunicação Social” (KUNSCH, 2001, p. 44). Sobre a limitada produção acadêmica referente à comunicação eclesial (mestrado e doutorado), o autor, amparado em vasta documentação, problematiza a realidade em que a Igreja Católica está envolvida. As obras de referência para esse empreendimento são: “Do Santo Ofício à libertação: o discurso e a prática do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre a Comunicação Social”, de Ismar de Oliveira Soares (1986); “Para uma história da UCBC: memória de uma instituição cristã dedicada à comunicação dialógica e comprometida com a resistência ao autoritarismo brasileiro (1978-1983)”, de Pedro Gilberto Gomes (1991); “Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil”, de Nivaldo Pessinatti (1997).

Para entender o debate que toma volume no livro, é necessário compreender as hipóteses apresentadas e aferidas como uma resposta à limitada produção acadêmica sobre a comunicação eclesial. Como que buscando pontas em um novelo, Kunsch puxa o seu primeiro fio: essa limitação existe porque é visível a opção da Igreja pela “formação pastoral e técnica dos ministros da Palavra, sejam eles bispos, sacerdotes ou leigos” (KUNSCH, p.291), mesmo em um universo amplo de ações que devem também estar voltadas para as pesquisas sobre os meios de comunicação de massa. Infelizmente, estas iniciativas não estão ligadas à produção de pesquisa nas universidades. Fica claro para o autor, que a Igreja, de forma consciente, reconhece a importância da comunicação nas estruturas (sociais, econômicas, culturais, políticas, religiosas), da qual ela também é parte

importante, mas o incentivo à produção científica sobre a comunicação eclesial ainda é bastante tímido.

Em uma segunda ponta, na qual são retomadas as contribuições da União Cristã Brasileira de Comunicação Social, a UCBC, o autor conta que sete anos depois do decreto Inter Mirifica (1963), a entidade chamava a atenção da Igreja para as universidades católicas, que possuíam cursos de comunicação. Segundo este documento, as universidades deveriam se preocupar mais com a atualização e a eficiência no campo das comunicações. A observação da UCBC era endereçada às universidades que tinham cursos de jornalismo instituídos, mas Kunsch amplia o teor da sugestão, desta forma:

Essa sugestão, aliás, ao acentuar o jornalismo, levantava outra questão: a Igreja Católica não estaria ainda se preocupando muito pouco com outras áreas da Comunicação, como a comunicação institucional, a propaganda, o marketing? [...] E mesmo com relação ao rádio, que já utiliza há mais tempo, será que ela está conseguindo explorar toda a sua potencialidade a serviço da comunicação-evangelização? (KUNSCH, 2001, p. 46).

No mesmo caminho, ainda com o novelo nas mãos, Kunsch recorre a José Milton Santos, quando este diz que as universidades católicas, e os seus cursos de comunicação, “estavam deixando de ser fontes de cultura, e por isso, caindo em desprestígio progressivo” (KUNSCH, 2001, p.47). Para Santos, em documento apresentado no I Seminário Latino-Americano de Escolas Católicas de Comunicação, em Lima, em 1970, os cursos de comunicação não apresentavam diferenciais em relação aos das outras instituições de ensino (KUNSCH, 2001, p.47). No epílogo, o autor confirma a veracidade, ainda hoje, dos apontamentos de José Milton Santos.

O autor aproxima o seu olhar da Igreja Católica, e desafia mais uma linha de raciocínio: a “comunicação eclesial, no Brasil, não estaria muito restrita aos membros do clero e das congregações e ordens religiosas?” (KUNSCH, 2001, p. 48). Para ele, depois do Concílio Vaticano II, parece que a preocupação com cursos de pós-graduação em comunicação para a formação dos padres, que tradicionalmente se graduam em Filosofia e Teologia, cresceu, mas ainda não atinge os níveis desejados, principalmente se levado em consideração que muitos leigos, ex-sacerdotes, ex-religiosos e ex-seminaristas também buscam a Igreja como objeto de pesquisa (KUNSCH, 2001, p.49). Segundo o pesquisador,

[...] mesmo no seio das congregações religiosas, não estaria o resultado abaixo do desejável, em nosso país, para comunidades que se veem ligadas de muitas formas à palavra divina e humana pelos programas de pregação, catequese, evangelização e comunicação firmados em suas constituições e em seus estatutos? (KUNSCH, 2001, p. 49).

Kunsch mostra, no final do livro, que a Equipe de reflexão da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) elaborou, em 1997, o documento “Igreja e comunicação rumo ao novo milênio”, insistindo que a Igreja deve dedicar-se

[...] à comunicação institucional, com vistas a construir de si um conceito e uma identidade perante os diferentes públicos e a sociedade em geral, num trabalho coordenado pela área de Relações Públicas, intimamente aliada ao Jornalismo, à Publicidade, à Editoração, ao Marketing e a outros setores comunicacionais (KUNSCH, 2001, p.293).

O que mostra o autor é que, no texto da CNBB, há um reconhecimento sobre a importância do marketing nas organizações, mas destacando normas e procedimentos do marketing cultural e/ou social. Isso significa dizer, que a CNBB não vê com bons olhos o emprego de técnicas de venda e promoção para a exploração mercadológica dos símbolos e valores da Igreja (KUNSCH, 2001, p.294).

... Organizando o inventário ...

Em nove tabelas, o autor resume os principais temas levantados entre as dissertações e teses estudadas. Na tabela 1, “Programas brasileiros de pós-graduação em comunicação social”, são indicados os programas que farão parte do estudo; na tabela 2, “Dissertações e teses defendidas nos programas brasileiros de pós-graduação em comunicação social”, são apresentados os trabalhos, origem e orientador do trabalho; na tabela 3, “Produção científica por nível acadêmico das pesquisas”, são mensurados, ano a ano, os trabalhos; na tabela 4, “Dissertações por instituição”, são relacionados os trabalhos e as instituições de ensino; na tabela 5, “Teses por instituição”, a USP aparece com destaque nesse tipo de produção científica; na tabela 6, “Total de produtos por instituição”, a Metodista lidera a

produção científica com 17 trabalhos; na tabela 7, “Dissertações e teses produzidas por estado”, destacam-se as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília; na tabela 8, “Produção por conteúdo temático”, o destaque vai para os temas estudados; na tabela 9, “Temas abordados por número de produtos”, levanta-se a relação entre os trabalhos e os suportes midiáticos (rádio, televisão e outros).

A seguir, vale fazer um breve resumo dos principais assuntos tratados nas tabelas:

a) Sobre os programas de pós-graduação em comunicação, Kunsch destaca que os cursos mais antigos são o da Universidade de São Paulo e o da Universidade Federal do Rio de Janeiro, ambos de 1972. Os doutorados só foram criados nos anos 80. O da USP é de 1980 e o da UFRJ, de 1983. No período analisado, dos 36 títulos encontrados, dez viraram livros, 13 dissertações ou teses foram orientadas pelo professor José Marques de Melo e mais da metade dos trabalhos foi produzida nos anos 90. O programa de pós-graduação da Universidade Metodista foi responsável por 17 trabalhos (47,23%) e o da Universidade de São Paulo, 14 (38,87%). Uma constatação interessante para a pesquisa, é que o Programa de Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, reconhecido em 1978, nesse mesmo período, não produziu nenhum trabalho sobre comunicação eclesial.

b) Sobre os temas que mais foram citados nos trabalhos, Kunsch destaca: Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), Campanha da Fraternidade, comunicação popular, discurso eclesial e mediação sociocultural. Os veículos rádio, televisão e revista foram objeto em 23 trabalhos, ou 63,88%.

c) As seis teses que foram analisadas no livro são³:

1. Do Santo Ofício à libertação: o discurso (e a prática) do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre a Comunicação Social – Ismar de Oliveira Soares – 1986;

2. Para uma história da UCBC: memória de uma instituição cristã dedicada à comunicação dialógica e comprometida com a resistência ao autoritarismo brasileiro (1978-1983) – Pedro Gilberto Gomes – 1991;

3. Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil – Nivaldo Pessinatti – 1997.

4. Religiosidade e Mídia eletrônica: a mediação sócio-cultural-religiosa e a produção de sentido na recepção de TV – Attilio I. Hartmann – 2000;

3. É importante registrar que a tese “A Igreja e a democratização da comunicação”, de Joana Puntel, foi defendida no Canadá, por isso ela não aparece no livro de Waldemar Luiz Kunsch.

5. Os meios de comunicação de massa: um desafio para a Igreja (“O São Paulo” – 1979 – 1985) – Anamaria Fadul – 1986.

6. Igreja e pequeno produtor rural: a comunicação participativa no Cepas/Serta – Maria Salett Tauk Santos – 1994.

Vale observar que as obras apontadas aqui ajudam a explicar um cenário em que a Igreja Católica é sujeito histórico no processo de construção de uma comunicação eclesial diversificada e rica em bons e maus exemplos.

... justificando ...

Na página 282, o autor faz uma declaração que, para o leitor, pode gerar dúvidas. Kunsch diz que as teses de Ismar Soares de Oliveira, Pedro Gilberto Gomes e Anamaria Fadul deixaram o seu trabalho “bastante carregado de ideologia” (KUNSCH, 2001, p. 282). Ele explica que não poderia ser de outra forma, uma vez que estes trabalhos estão vinculados a “análise de uma época”, “na busca de novas sínteses”, “estava mais acesso o embate dialético entre romanização e abertura da Igreja católica” e “num contexto, continental e brasileiro de dominação–dependência, opressão–libertação, manipulação–participação etc. (KUNSCH, 2001, p. 282)”.

É possível ligar essa justificativa ao parágrafo anterior, em que o autor está tratando dos conceitos de *dissertatio* e *thesis*, e reforçando que o mestrado deve apresentar as características de uma exposição e não de uma argumentação. Entretanto, é difícil não encontrar a presença do Vaticano II, e dos diversos documentos eclesiais católicos originados durante o concílio, que não queiram recolocar a Igreja Católica em novos rumos. Uma delas é a “opção preferencial pelos pobres”. Pode haver algo mais simbólico do que essa opção para recolocar a Igreja nos caminhos de Jesus? O sinal é mesmo dialético. No movimento entre romanização e abertura, deve brotar uma síntese preciosa, histórica e que motive os católicos a continuarem sua busca por dias melhores. A dúvida é a seguinte, só os três autores contribuíram para fermentar o discurso ideológico no trabalho? Acho que não.

É interessante observar como a obra de Attilio Hartmann toma corpo no trabalho de Kunsch e vai parar, significativamente, no epílogo. O trecho citado da obra de Hartmann é uma reflexão baseada nos ensinamentos de um dos maiores especialistas em Igreja Católica: João Batista Libânio, que escreveu “A

volta à grande disciplina: reflexão teológico-pastoral sobre a atual conjuntura da Igreja” às vésperas do embate Ratzinger/Boff. No trecho, Libânio vai dividir, didaticamente, a posição assumida pela Igreja em quatro movimentos: igreja instituição, igreja carismática, igreja palavra e igreja da prática libertadora. No parágrafo que fecha a discussão sobre o texto de Hartman, Kunsch diz:

Attilio conclui com a opinião de Libânio: os dois primeiros cenários parecem ser os que, no momento, têm maior probabilidade de viabilização, embora julgue os dois últimos mais afinados com a proposta evangélica (apud HARTMAN, p.110). Para nós, de qualquer forma, só estes se encaixam efetivamente na linha de reflexão dominante, nos estudos latino-americanos de comunicação eclesial, analisadas pelos autores das teses. (KUNSCH, 2001, p. 289).

As questões ideológicas fazem parte do debate, é necessário, como fez o autor, avisar de tempos em tempos que os caminhos que serão seguidos podem guardar surpresas, mas há uma diversidade grande de concepções de igreja na cabeça das pessoas, e por extensão, diversas linhas ideológicas também. E por aí vai.

... um clamor... e ... o caminho permanece aberto

Em dois pontos do livro, o autor apresenta um texto diferente dos outros.
Aqui

Este trabalho não pode, por tudo isso, constituir-se tão somente em instrumento de realização intelectual do autor, mas deve, acima de tudo, ser útil a outros. Cabe ao leitor ponderar se ele estará contribuindo efetivamente para o enriquecimento do público visado, e paralelamente, para um avanço da área da comunicação eclesial católica. Quanto a esses aspectos, a obra busca atender, direta ou indiretamente, a uma série de recomendações emanadas de entidades ou instituições como a UCBC - União Cristã Brasileira de Comunicação Social e a CNBB (KUNSCH, 2001, p. 42).

E neste aqui também

Repisemos mais uma vez esta insistente afirmação: trata-se de subsidiar, respaldar e incentivar, dentro da Igreja, projetos de pesquisa científica sobre a comunicação eclesial católica. Se o presente trabalho tiver o condão de, pelo menos, contribuir para que mais pessoas se vejam despertadas para essa necessidade, o autor se sentirá plenamente compensado (KUNSCH, 2001, p. 297).

Estes dois parágrafos são diferentes dos outros que estão no livro. Eles parecem um clamor. Feito em voz baixa, quase em tom de oração. O autor parece dizer “escute as minhas preces”. Estes parágrafos não são incomuns, eles estão presentes em todos os trinta e seis trabalhos estudados neste livro. De verdade, os pesquisadores, mestres e doutores esperam que os seus estudos repercutam de alguma forma nos corredores universais da Igreja (instituição e povo de Deus) para que a comunicação eclesial católica no espírito dos 50 anos do decreto *Inter Mirifica* (1963) e do *aggiornamento*. Significa dizer que a Igreja “não devia conformar-se em tornar-se um objeto de museu. Não devia ser uma relíquia da Idade Média ou de qualquer outra época passada, mas, antes, uma parte vital do mundo moderno por sua aposta no futuro de Deus”, como explica Avery Dulles, citado pela Irmã Joana Puntel, no seu “Igreja e democratização da Comunicação”.

Vale ressaltar a importância simbólica do último intertítulo do livro, “o caminho permanece aberto”. Neste espírito, Waldemar Luiz Kunsch parece continuar com o seu cajado, alforje e sandálias a percorrer os caminhos da construção da comunicação eclesial católica na esperança de um mundo melhor. Vai com Deus, meu irmão.

Referências

KUNSCH, Waldemar Luiz. **O Verbo se faz Palavra** - caminhos da comunicação eclesial católica. São Paulo: Paulinas, 2001. 316p.

PUNTEL, Joana T. **A Igreja e a democratização da comunicação**. Trad. Floriano Tescarolo. São Paulo: Paulinas, 1994. 322p.

PARTE IV

Ideias Renovadoras



31.

Existe mulher de verdade na imprensa feminina brasileira?

Gisely Valentim Vaz Coelho Hime¹

FMU - Faculdades Metropolitanas Unidas / UniFIAMFAAM (SP)

BUITONI, Dulcília Helena Shroeder. **Mulher de papel**: a Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira. Summus: São Paulo, 2009.

Foi uma grande alegria receber o convite para participar destas conferências que marcam os 50 anos de pesquisa em comunicação em São Paulo. A alegria do convite foi, contudo, ainda maior pela obra que me foi confiada: *Mulher*

1. Coordenadora e Professora da Área de Comunicação Social do Centro de Pesquisa e Pós-Graduação da FMU (SP); Professora dos Cursos de Graduação em Comunicação Social do UniFIAMFAAM (SP). Mestre e Doutora em Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), instituição onde também se bacharelou em Jornalismo. Editora da Revista Inovcom – Intercom. Sócia da Intercom. Tem vários artigos e capítulos de livros publicados. Atua nas seguintes linhas de pesquisa: História da Comunicação, Teoria do Jornalismo, Gêneros Jornalísticos. Atua na área de Comunicação Organizacional, elaborando materiais comunicacionais em Português e Francês. Tradutora Português-Francês e Francês-Português. e-mail: giselyhime@uol.com.br.

de Papel: a Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira (São Paulo: Summus, 2009), da profa. Dulcília Helena Schroeder Buitoni. Além de ter tido a honra de ser sua aluna na graduação e no doutorado, na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, em 2010, a convite das professoras Mônica Martinez e Rosemary Bars Mendez, participei da obra *Mestres da Comunicação* (São Paulo: Phorte Editora, 2010), justamente a perfilando. Gostaria, pois, de iniciar com uma breve apresentação desta importante pesquisadora e docente do cenário paulista.

Dulcília Buitoni possui graduação em Jornalismo e em Direito, ambas pela Universidade de São Paulo e concluídas em 1970. Na mesma instituição, realizou mestrado e doutorado em Letras, concentrando-se em Teoria Literária e Literatura Comparada, o primeiro concluído em 1977 e o segundo em 1980, sob a orientação do prof. João Alexandre Barbosa. Ambas as pesquisas concentraram-se no universo da imprensa feminina, interesse despertado pelo trabalho cotidiano nas revistas femininas da Editora Abril, a partir de 1970. Tornou-se professora do Departamento de Jornalismo da ECA-USP em 1972, integrando o curso de pós-graduação em Ciências da Comunicação a partir de 1981, tendo orientado algumas dezenas de mestrados e doutorados. Desde 1985, é membro do Núcleo de Estudos da Mulher e Relações Sociais de Gênero (NEMGE), da USP. É a única professora de Comunicação a trabalhar com as questões de Gênero interunidades.

Apesar de ainda hoje ser lembrada como referência nas pesquisas sobre Comunicação e Relações de Gênero, desde meados dos anos 1980, sua linha prioritária remete a Jornalismo e Linguagem ou Ciências da Linguagem e Mídia. Pela atuação no mercado editorial, Dulcília Buitoni sempre valorizou o projeto gráfico em relação ao editorial, não o considerando secundário. Daí nasceu o interesse pelos estudos sobre a imagem jornalística e, posteriormente, sobre as visualidades midiáticas: realidade e apresentação. Tal interesse já começa a se manifestar em sua pesquisa de Livre Docência, apresentada em 1986, com o título *Texto-documentário: espaço e sentidos*, consolidando-se, porém, nos diversos projetos que irá abraçar à medida que a carreira acadêmica conquista mais espaço em sua vida.

Em 1991, tornou-se professora titular de Jornalismo da ECA-USP, onde integrou também como pesquisadora o Núcleo de Estudos de Jornalismo e Linguagem. Foi ainda professora visitante na Facultad de Ciencias de la Comunicación da Universidad Autónoma de Barcelona, Espanha, em 1993 e 2000. Atualmente é professora permanente do Programa de Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade da Faculdade Cásper Líbero, onde coor-

dena o Grupo de Pesquisa - Comunicação e Cultura Visual. Foi coordenadora do GP Fotografia da Intercom de 2009 a 2012 – instituição da qual participa desde a fundação em 1977; e editora da revista acadêmica *Líbero*, do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, de 2009 a 2012. Além de *Mulher de Papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*, é autora de *Imprensa Feminina* (São Paulo: Ática, 1986), *Quintal Mágico: Educação Arte na Pré-Escola* (editada em São Paulo, pela Brasiliense, em 1988, já reeditada) e *Fotografia e Jornalismo a Informação pela Imagem* (São Paulo: Saraiva, 2011). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração. Seus temas preferenciais são: narrativa jornalística e relações texto-imagem no jornalismo impresso, jornalismo audiovisual, jornalismo digital; imagem jornalística, fotografia, documentário, cultura visual, jornalismo de revista, jornalismo cultural, jornalismo e relações sociais de gênero, jornalismo e discurso pedagógico.

Mas, vamos à Obra!

É preciso grande coragem intelectual para buscar a representação da mulher na imprensa feminina, ressalta Ecléa Bosi, que prefacia a obra, tendo participado da banca examinadora do doutorado, de cuja pesquisa ela resulta. Tese defendida em 1980, obra publicada pela Loyola em 1981 e reeditada pela Summus, em 2009. Na versão em livro, a pesquisa teve reestruturada sua introdução, evidenciando os pressupostos teóricos de forma menos hermética e identificando os objetivos norteadores.

Na reedição, a obra ganhou nota de abertura da autora, não somente situando a proposta da transformação da tese em livro, mas contextualizando a segunda edição, que buscou completar a linha do tempo, contemplando a imprensa feminina brasileira, desde sua origem, nos anos 1820 até a atualidade – no lançamento, até os anos 1970 e, na reedição, até o século XXI. Se a primeira edição tem implícita a pergunta “quem são as mulheres representadas pela imprensa feminina em sua trajetória brasileira?”, na segunda edição, Buitoni busca saber: “houve grandes transformações na representação da imagem de mulher? Como a mídia impressa vem mostrando a adolescente, a adulta e a mulher madura? Quais modelos são mais frequentes? (2009: 12)”.

Considerando o longo período estudado, para constituir a amostragem, a pesquisadora optou por selecionar dois ou três anos de cada década, utilizando

dois ou três textos para análise por década, no século XIX, e dez textos por década, no século XX, tendo “condição feminina” como palavra-chave na seleção. Apesar do longo período de tempo que separa as duas edições, para completar a linha do tempo, Buitoni optou por manter os mesmos princípios de constituição de amostragem, de forma a manter a unidade do trabalho. A partir deste corpus, propôs-se a traçar as características principais da imprensa feminina em cada período, concentrando-se na identificação e estudo das principais representações da mulher, constituintes de uma mitologia.

Na Introdução, Dulcília Buitoni apresenta seu objeto de estudo e seus objetivos, evidenciando a dimensão cultural da análise: “se essa especificação de veículo de comunicação dirigido antes de tudo à mulher desenvolveu-se em tantos países, não existe só o interesse da indústria cultural. A relação entre a imprensa feminina e a mulher implica questões mais abrangentes, como o papel social da mulher ou sua participação política. E aí entre a ideologia (BUITONI, 2009: 21)”.

Deparamo-nos aqui com o primeiro dos pilares teóricos que norteiam o estudo: de Eliseo Verón vêm os princípios para a análise da ideologia na imprensa. Como ressalta este autor, “[...] a presença do ideológico no discurso não consiste em propriedades imanentes aos textos e sim em um sistema de relações entre o texto e sua produção, circulação e consumo. [...] O texto é, precisamente, o lugar onde tal sistema se constitui enquanto produção discursiva da significação (VÉRON *apud* BUITONI, 2009: 23)”.

Já de Roland Barthes virão os princípios para a análise da mitologia. Fundamental para a compreensão da proposta da pesquisa é refletir sobre a utilização da mulher como um mito na imprensa feminina. Ressalta a autora: “A imprensa feminina é duplamente mítica. Primeiro, porque apresenta diversos conteúdos, senão todos, de forma mítica. Segundo, porque o conteúdo que a identifica mais de perto com seu público – isto é, a representação subjacente do feminino – aparece sempre como mito (BUITONI, 2009: 26)”. Nessa perspectiva, o estudo dos temas atribuídos como definidores do interesse feminino – a saber, moda, culinária, beleza, decoração, crianças e, a partir da década de 1960, sexo –, bem como o tratamento dado a eles, é fundamental para desvendar o processo de mitificação da mulher, processo que seria marcadamente ideológico. Da mesma forma, a contextualização histórica de cada período estudado torna-se fundamental.

No primeiro capítulo – *Origens da Representação – Século XIX* –, Buitoni localiza o nascimento da Imprensa Feminina, na Europa do século XVII, e sua consolidação nos séculos XVIII e XIX, como produto da evolução do

capitalismo, que levou à ampliação dos papéis femininos. Trata-se de uma imprensa de caráter secundário, cuja função principal é entreter, marcada por um utilitarismo prático ou didático. *Lady's Mercury*, de 1693, na Grã-Bretanha, teria sido o primeiro periódico feminino, sucedido por *Courrier de la nouveauté, feuille hebdomadaire à l'usage de dames*, em 1758, na França, e outros mais no restante da Europa. Nos Estados Unidos, *American Magazine*, em 1828, seria o pioneiro. Mas, no Brasil, desde 1827, circulava *O Espelho Diamantino*. Traça um breve panorama da imprensa feminina brasileira, identificando incongruências como, por exemplo, em relação aos registros referentes ao *Jornal das Senhoras*, lançado em 1852, primeiro a contar com mulheres na redação. Segundo Gondin da Fonseca seria redigido por Cândida do Carmo Souza Menezes, enquanto Werneck Sodré o atribui a Violante Ataliba Ximenes de Bivar e Velasco.

Aliás, apesar das importantes e fundamentais contribuições destes e de outros historiadores da imprensa brasileira para a contextualização dos periódicos, introduz-se aqui o terceiro pilar teórico da pesquisa: Evelyne Sullerot, cujo *La Presse Féminine* é considerado, ainda hoje, o estudo de maior extensão realizado sobre o tema. Estamos diante de um trabalho primoroso sobre a Imprensa Feminina Europeia, sobretudo a Francesa. Quando e como surgiu, os principais veículos ao longo de sua trajetória, as características gráficas e editoriais, as alterações a que foi se submetendo no decorrer do caminho, para quem e por quem foi escrita nos diferentes períodos, a todas essas questões buscou responder Sullerot. A referência é fundamental posto que a produção brasileira inspirou-se na francesa por boa parte de sua trajetória e muito do observado pela autora, referente aos séculos passados ainda está presente nos dias de hoje. Senão vejamos o que Sullerot ressalta em citação de Buitoni: “A história desta imprensa é apaixonante porque nela vemos a história dos costumes: não a pequena história feita por anedotas sobre os grandes deste mundo, mas um reflexo significativo da vida cotidiana, da economia doméstica, das relações sociais, das mentalidades, das morais e dos esnobismos apaixonados, no seu monótono frenesi de novidade (SULLEROT *apud* BUITONI, 2009, 29)”. Ao que Buitoni sublinha: “A imprensa feminina corre atrás do novo! (2009, 29)”. Não é fato? Tal discussão tem importância capital na obra e será retomada na conclusão.

O capítulo segue com a proposição de classificação dos periódicos do século XIX em dois grupos: os tradicionais, que enaltecem as virtudes domésticas, ditas como tipicamente femininas, e os progressistas, que defendem os direitos da mulher com ênfase na educação. Serve-se para tanto de uma seleção de textos ilustrativos.

Passamos, então, ao segundo capítulo, dedicado às formas de representação da mulher no século XX, subdividido em dez subcapítulos, cada qual dedicado a uma década, a partir dos anos 1900. A estrutura é similar em cada um deles. Primeiro, desenvolve-se a contextualização do período, considerando breve situação político-econômica do País, características da imprensa em geral e características específicas da imprensa feminina, identificando os principais veículos. Em seguida, passa-se à análise do texto escolhido como representativo do período. Em geral, temos um único texto, sempre apresentado em facsímile. Apenas quando existem características conflitantes – como no caso da análise dos anos 1970 –, a autora seleciona mais de uma amostra, necessárias à representação dos diferentes grupos.

Os títulos de cada subcapítulo remetem ao mito associado ao período: *Mulher Oásis* caracteriza a mulher da *Belle Époque*; *Mãe Sofredora* remete às perdas e dificuldades da Primeira Grande Guerra, nos anos 1910; *Sacerdotisa da Beleza* considera a exaltação da beleza nos anos 1920; *Iracema de Lábios Grossos* reflete sobre os conflitos e preconceitos por que passa a mulher em transformação nos anos 1930; *Mulher Celulose* remete à influência hollywoodiana nos anos 1940; *Garota Moderna* analisa os impactos na industrialização da imprensa feminina; *Dona de Casa Insatisfeita* remete às transformações sociais e à sociedade de consumo dos anos 1960; *Liberada e Marginal* revela a oposição que marca a produção jornalística nos anos 1970; *Gatinha e a Beleza Fundamental* retrata os conflitos da mulher entre o mercado de trabalho, o posicionamento político e as imposições estéticas, nos anos 1980; *Segura e Sexy* conclui o século XX na concretização da sociedade de consumo.

Na conclusão, Dulcília Buitoni recupera os traços marcantes da trajetória da Imprensa Feminina, ressaltando sempre a perspectiva evolutiva *De Vós a Você*. Destacamos alguns aspectos, entre os muitos considerados, que julgamos fundamentais para enfatizarmos a importância desta obra nos estudos da Imprensa Feminina Brasileira:

1. O tratamento empregado nos textos: já na origem, observa-se o uso da função conativa. Trata-se de uma conversa entre amigas, que, no princípio, tratavam-se por Vós, evoluíram para o Tu e chegaram ao Você, seguindo as normas de etiqueta e os costumes sociais de cada período. O tratamento enfatiza orientações de comportamento e torna superficiais reflexões sobre os valores sociais. Como ressalta Buitoni, “o tom amistoso escamoteia a contestação e até a simples dúvida (2009, 191)!”. Fundamentando-se

nas reflexões de Jakobson, a autora ressalta como o uso da função conativa é o que torna tão envolvente o texto dirigido à mulher;

2. Deparamo-nos assim com a ênfase no consumo: o tom amistoso impulsiona, muitas vezes, ao consumismo, principalmente, a partir dos anos 1940, a era do consumismo. Com raras exceções – como, por exemplo, os periódicos sindicais ou operários dos anos 1970 –, as publicações são verdadeiros catálogos de compras, num estreito diálogo entre o anúncio publicitário e os textos jornalísticos, um remetendo ao outro;
3. Nessa perspectiva, é retomado o conceito de Novo/Novidade associado à imprensa feminina e já enunciado na introdução. Com raras exceções, não se trata de adotar novos papéis pela reflexão crítica do que representam, mas sim de consumir novas posturas, anulando o crescimento pessoal. Buitoni ressalta:

Não é o novo revolucionário, crítico, conscientizador. Não é a busca da modernidade que instaura novas formas de apresentação da realidade. É o novo pelo novo, por fora, de superfície. É o novo que se originou talvez da moda, sistema que exige mudanças a cada estação. Se a imprensa feminina nasceu veículo de difusão de moda, dificilmente se afastaria desse novo, razão de ser de seu assunto principal. E o novo acabou contaminando qualquer conteúdo que fosse incluído em páginas dedicadas à mulher (2009, 195);

4. Sendo assim, divertimento e distração são as principais funções observadas na trajetória das publicações femininas, que assumem uma função psicoterápica, de aspecto integrativo, cujo objetivo é diminuir a tensão da mulher moderna – concebendo o conceito de modernidade como contemporâneo. Uma modernidade que, segundo a autora, dialoga constantemente com estereótipos. Sendo assim, em
 - 1900 – a mulher é o oásis no deserto (e várias comparações semelhantes);
 - 1910 – a mulher é a mãe que sofreu na guerra;
 - 1920 – a nova mulher é a sacerdotisa da beleza;
 - 1940 – a mulher é um dos tipos personificados por artistas de cinema;
 - 1950 – a mulher é esperta o bastante para não ofuscar ou cansar o namorado;
 - 1960 – a mulher é a dona de casa que começa a descobrir sua insatisfação;

- 1970 – a mulher é a garota livre que passa um dia de chuva com o amado;
- 1980 – a mulher é a adolescente que escreve sobre o seu dia a dia – a mulher tem de seguir modelos de beleza;
- 1990 – a menina tem de se proteger na transa – a mulher sexy sabe sugerir o uso de camisinha (2009, 200–201).

Como bem reflete Ecléa Bosi, Dulcília Buitoni: “como perita em análise literária, sabe muito bem que a chave do texto não se deve buscar apenas nos conteúdos, mas no ponto de vista que os organiza. Sondar qual é a perspectiva que rege os textos escritos para leitoras é, na verdade, ir à cata das ideologias latentes e, no caso, detectar qual a verdadeira percepção que têm da mulher os meios de comunicação escrita de massa (BUITONI, 2009, 18)”.

Por tudo isso, *Mulher de Papel* é ainda, sem dúvida, fundamental para os estudos da Imprensa Feminina Brasileira. Permitam-me atestá-lo por experiência pessoal. Quando, no início dos anos 2000, dediquei-me à pesquisa de doutoramento sobre a *Página Feminina*, pioneira seção feminina em grande jornal no Brasil, ao levantar a bibliografia sobre o tema, deparei-me com duas grandes obras de referência: *Mulher de Papel: a Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira* e *Imprensa Feminina*, ambas de autoria de Dulcília Buitoni, únicas no gênero, conseqüentemente, sendo de leitura obrigatória para quem se arrisca nesse campo. Aliás, todas as publicações brasileiras que consultei sobre o tema remetem às pesquisas de Buitoni, que, sem dúvida, acabaram por se constituir em marco nos estudos do jornalismo feminino no País.

Referências

BUITONI, Dulcília Helena Shroeder. **Mulher de Papel: a Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira**. Summus: São Paulo, 2009.

MARTINEZ, Monica & MENDEZ, Rosemary Bars. **Mestres da Comunicação**. Phorte Editora: São Paulo, 2010.

32.

O som ao redor ou tradição e modernidade, ou ainda, racionalidade e improvisação – O papel da censura na produção cultural brasileira

Maria Cristina Castilho Costa¹

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

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

Para atualizarmos o livro de Renato Ortiz, *A Moderna Tradição Brasileira*, livro publicado pela Editora Brasiliense, em 1988, em sua primeira edição, vamos recorrer a um filme recente, de grande sucesso de crítica no Brasil e no exterior.

-
1. Livre-Docente em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo. Atualmente é Professora Associada 3 da Universidade de São Paulo, Presidente da Comissão de Pesquisa da ECA/USP e Coordenadora do Curso de Especialização Lato Sensu Educomunicação: comunicação, mídias e educação e do Curso de Aperfeiçoamento por EaD – Censura e Liberdade de Expressão em Debate, organizado com o Centro de Investigação Mídia e Jornalismo (Lisboa, PT), do qual é membro e pesquisadora.

Ganhador de dezenas de prêmios, alcançou níveis estrondosos de público se considerarmos que se trata de filme nacional e de baixo custo. Refiro-me a *O som ao redor*, primeiro longa de Kleber Mendonça Filho, lançado comercialmente em 2013, considerado um dos dez melhores filmes de 2012 pelos críticos do New York Times. O filme retrata o cotidiano de uma rua de classe média do Recife, com seus condomínios residenciais, observado e alterado por uma milícia informal que presta serviços de segurança ao quarteirão. O filme percorre diferentes personagens, moradores dessa quadra – uma variedade de tipos, cada um deles com sua história, seus interesses e problemas emocionais, familiares ou prosaicos, ligados ao dia-a-dia. A câmera passa por eles, mistura fatos com alucinações, impressões com análises da sociedade brasileira, mostrando basicamente que, por trás das modernidades, das vistosas construções de edifícios contemporâneos, da tecnologia que adentra famílias e residências, resiste um Brasil arcaico – o Brasil dos velhos coronéis, do patriarcado, do latifúndio, das desigualdades sociais, da escravidão, da semiescravidão, da hegemonia branca e burguesa, das gerações que se sucedem repetindo estereótipos, das brigas *intra* e *inter* familiares, do coronelismo, do apadrinhamento, da falta de ordem e lei. E é justamente o conflito entre essas duas instâncias da sociedade e da vida nacional – a modernidade e a tradição – que vai movimentando a história e revelando o medo disseminado entre os personagens moradores dos nada seguros condomínios residenciais. Cenas insólitas, relações intranquilas, disfarces, ameaças, falta de perspectivas levam os moradores dessa *cidade qualquer do país* a um beco sem saída, um ajuste de contas entre passado, presente e ausência de futuro.

Esse retrato do país é o tema da primeira parte do livro *A Moderna Tradição Brasileira*, em que Renato Ortiz procura mostrar que em diferentes autores – Florestan Fernandes, Antonio Candido, Gilberto Freyre, Roberto Schwarz, Fernando Henrique Cardoso, entre outros, as análises procuram dar conta dessa realidade brasileira que qualificaram de subdesenvolvimento, defasagem, atraso, tradicionalismo, colonialismo, dependência, imperialismo, ou ainda, persistência, localismo, regionalismo, provincianismo, ou seja, a dificuldade do país desfazer-se de uma estrutura agrária colonial e entrar em sintonia com o capitalismo industrial global. Importante lembrar, entre todos os autores citados que, Octavio Ianni foi aquele que mais influência teve sobre o pensamento e a pesquisa de Renato Ortiz. Companheiro de grandes debates, de muitos livros e inúmeras palestras, Ianni perpassa as páginas do livro.

Os autores indicados dedicaram-se a estudar a forma como, no Pós 2a Guerra, o Brasil desenvolveu indústria e urbanização, a partir de um padrão que

misturava resquícios de séculos de colonialismo europeu – latifúndio, escravidão, economia agroexportadora, monarquia – com uma economia de mercado internacionalizada. As décadas de 1940 e 1950 foram de conflito entre essas duas tendências – a persistência de anacronismos fortemente sustentados por uma estrutura social arcaica e a tentativa de ostentar modernidades. Esse conflito resultou em uma vida econômica e política claudicante entre racionalidade e improvisação – iniciativas de curto prazo, adaptações, precariedade, que períodos de ditadura populista procuravam modificar através de uma infraestrutura centralizada e de alcance nacional.

Na produção material, assim como na cultural e simbólica, o que predomina, segundo Ortiz, nos documentos, nos relatos e testemunhos é: o “acaso” – Marcia Real conta que no centro de São Paulo, certo dia, encontrou Bibi Ferreira e perguntou o que fazer para ser artista. Bibi respondeu: *olha, eu tenho uma atriz que vai sair, se você quiser fazer um teste, podemos ir ao teatro agora*. Há relatos também de excessiva mobilidade de profissionais em diferentes funções: artistas passavam do teatro à publicidade, das agências ao rádio e deste à televisão. Isso aconteceu com Walter Clark e Janete Claire que foi locutora, rádio-atriz, adaptadora e escritora de radionovelas e telenovelas. Havia acúmulo de funções – segundo Dionísio de Azevedo, um diretor de teatro era responsável também pelo cenário e pelo figurino, além da direção de atores. Vocações eram ajustadas às necessidades das empresas. Moisés Weltman, assim como Hebe Camargo, afirmou que a televisão brasileira nasceu sob o signo da improvisação.

Mas, apesar dessas dificuldades – industrialização incipiente, poucos recursos, tecnologia adaptada, poucos profissionais especializados e competição com uma indústria estrangeira de alta eficiência e tecnologia desenvolvida, a comunicação e a nascente indústria cultural, nas décadas de 1930 e 1940, assume importante papel – elaborar e implantar uma cultura nacional capaz de vencer os regionalismos, os localismos, os preconceitos étnicos e sociais. Mas esse alvo só seria atingido nas décadas de 1960 e 1970 quando a indústria cultural finalmente se firma através da televisão, da publicidade, do desenvolvimento do mercado externo e da racionalidade imposta pela ditadura militar e sua doutrina desenvolvimentista e de segurança nacional.

Nesse conflito, o uso da comunicação e a necessidade de manipulação do público tornam a censura um ponto estratégico na política cultural do país. Era preciso fiscalizar, mas permitir que intelectuais e artistas envolvessem as plateias num sentimento comum de pertencimento. As grandes empresas da comunicação – e Ortiz cita a Rede Globo, a Editora Abril e até a Folha de São Paulo

– aliam-se ao Estado para controlar a dissidência, a revolta, o conflito, os focos revolucionários, o pensamento crítico, em nome da racionalidade industrial e da salvaguarda do capitalismo e da economia de mercado. Isso explica como Plínio Marcos, Gianfrancesco Guarnieri, Dias Gomes, Geoge Walter Durst, entre outros, são vencidos pela precariedade da produção cultural não industrial, socialmente envolvida e politicamente engajada e acabam empregados pelas grandes emissoras e editoras para produzir obras de forte apelo comercial e submetidas aos rigores da censura. Os anos de chumbo são anos de forte censura com a qual a indústria cultural se sujeita a essa peneira que tenta separar o joio do trigo, submetendo e silenciando o pensamento revolucionário, numa versão tupiniquim do que é chamado de *Guerra Fria Cultural*, pela jornalista e historiadora inglesa Frances Stonor Saunders. Essa autora resgata, através de farta documentação, a forma como a agência norte-americana de inteligência, a CIA, combate a propaganda ideológica socialista promovida pela *intelligentzia* de esquerda, nos Estados Unidos, Europa e América Latina.

Somente quando as prisões, os exílios, as proibições começam a ameaçar os grandes empreendimentos e a margem de lucro das empresas, é que a chamada indústria cultural se levanta e começa a lutar por menor controle, ou seja, por liberdade de expressão. Esse é o período retratado por Ricardo Cravo Alvim em *Driblando a Censura*, livro em que estuda os processos para liberação de filmes, músicas e programas de televisão de vetos censórios, apresentados ao Conselho Nacional de Censura, formado em 1978. A grande maioria desses processos de iniciativa da grande indústria televisiva, fonográfica e editorial.

Importantíssima essa análise de Ortiz sobre a censura – ela explica porque a censura tantas vezes é vista como “burra”, incompetente, ignorante. Explica porque as análises raramente ultrapassam os fatos, as anedotas, a superficialidade, os *causos*. Porque não adentram as contradições estruturais das quais a produção simbólica emerge e as quais apresenta e expõe. A censura representa o calcanhar de Aquiles dessa associação entre poder político e econômico, entre controlar e lucrar, entre manipular e entreter. A figura meio hilária, meio cômica do censor esconde essa contradição evidente entre a superficialidade, o adorno e as estruturas mais profundas da sociedade.

E aí voltamos ao filme *O som ao redor*. Nós que temos estudado a censura há já 13 anos, desde que nos tornamos responsáveis pelo Arquivo Miroel Silveira – composto por mais de seis mil processos de censura prévia ao teatro em São Paulo, sob guarda da Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da USP, sabemos que a censura não é burra e que, como aponta Renato Ortiz, ela ajudou

a homogeneizar a cultura e a coloca-la na chamada Modernidade – a produção simbólica voltada ao mercado, ao entretenimento, à massificação, aos grandes lucros industriais, enquanto mantém o pensamento crítico no âmbito da precariedade, das iniciativas individuais e de um público restrito e economicamente privilegiado. Em consequência, criando entre intelectuais e artistas um exército de reserva sempre recrutável pela grande empresa.

O ato da censura não se limita ao exame prévio da obra, ao corte de frases obscenas e de cenas consideradas escandalosas, a censura implica num processo complexo de submissão da produção artística e das comunicações ao Estado, do qual o primeiro sintoma é a autocensura. Certos assuntos eram proibidos. *Sabíamos que aborto, por exemplo, não passava*, contou-nos Gianfrancesco Guarnieri. *Para haver cena de aborto, a grávida tinha que escorregar de uma escada*. Além da autocensura havia expedientes como os cacos e as improvisações. Dercy Gonçalves disse: *nunca tive problema com a censura. Eles nunca sabiam o que eu ia dizer*. Algumas vezes, punha-se mais palavões do que o desejado – *colocávamos vários “merdas”, para poder cortar alguns e satisfazer o censor*, contou Guarnieri. Havia também a possibilidade de pedir apoio de amigos influentes: diante dos vetos, políticos que mantinham contato com autores e diretores eram acionados para interceder pela liberação. Jogo de influência, distrair o censor no ensaio geral de uma peça, cenas de sedução, como nos conta Ruth Escobar em sua biografia, eram outras estratégias para a relação dos artistas com o Estado. Uma promiscuidade que por si só revela esse Brasil arcaico, colonialista, clientelista a que se refere Renato Ortiz e a que remetem os outros autores mencionados.

Ortiz termina seu livro com uma *Inconclusão* na qual mostra que a indústria cultural, ao final e a termo teve o poder de misturar cultura erudita e cultura popular, de aproximar classes e estamentos, de promover uma produção simbólica que se pode considerar moderna, de amplitude nacional, capaz de competir com as metrópoles e as matrizes europeias.

E agora, por que o filme? Porque também nele, Kleber Mendonça Filho propõe que não se deve menosprezar nenhum sistema de vigilância – o filme mostra que um grupo informal, precário, aparentemente descomprometido e externo ao mundo que vigia pode esconder planos muito mais perigosos, danosos e mortais. O Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da USP tem por objetivo surpreender esses sistemas de vigilância aparentemente informais, falsamente descomprometidos e intencionalmente estereotipados que substituem os aparatos arcaicos do passado, agora travestidos em Modernidade.

Para exemplificarmos nossa análise, vamos relatar o que aconteceu com a peça *O rei da vela*, de autoria de Oswald de Andrade. Escrita em 1933, a obra só foi publicada em 1937 e, embora liberada pela censura, não foi levada ao palco, tendo sido sua encenação considerada inviável. Trata-se de uma sátira, provavelmente inspirada pelas agruras financeiras da época, que expõe a decadência da elite econômica brasileira, na figura de Alberto I, personagem tacanha e autoritária. Considerada o primeiro texto dramático modernista brasileiro, a peça só foi encenada trinta anos depois, com direção de José Celso Martinez Correa, no Teatro Oficina, em 1967. Em julho de 1968, depois do AI-5, quando a censura é federalizada, a peça é proibida quando se apresentava no Rio de Janeiro por *incitamento contra o regime vigente e o poder estabelecido*. O presente exemplo se transforma assim em meta-análise – mostra como a censura retarda a discussão de temas que fujam do mero entretenimento e da massificação cultural, justamente um texto que, como *O som ao redor*, aborda e critica nossa constante, insuperável e insidiosa tradição que parece resistir às mais contundentes tentativas de modernização.

Referências

ALBIN, Ricardo Cravo. **Driblando a censura**: de como o cutelo vil incidiu na censura. Rio de Janeiro: Gryphus, 2002.

ANDRADE, Oswald – Rio de Janeiro: Globo, 2012.

CANDIDO, Antonio. **Os parceiros do Rio Bonito**. São Paulo: Duas Cidades, 1971.

CARDOSO, Fernando Henrique. **Mudanças sociais na América Latina**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1969.

COSTA, Cristina. **A Censura em Cena**. São Paulo EDUSP/FAPESP/Imprensa Oficial, 2006.

COUTINHO, Lis de Freitas. **O rei da vela e o Oficina**. Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicações e Artes – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2011.

IANNI, Octavio. **Estado e Planejamento Econômico no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1971.

IANNI, Octavio. **O labirinto Latino-americano**. Rio de Janeiro: Vozes, 1993.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de Guarda**: jornalistas e censores do AI-5 à constituição de 1988. Tese de doutorado. Dpto de História. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UNICAMP, 2001.

LOPES, Rubens Brandão Lopes. **Desenvolvimento e mudança social**. São Paulo: Editora nacional, 1970.

MICELI, Sérgio. **História das Ciências Sociais no Brasil**. São Paulo: Sumaré, 2001.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira & Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2012

PINTO, Costa. **Sociologia e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

RIBEIRO, Darcy. **Teoria do Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

RIBEIRO, Darcy. **O processo civilizatório**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975

SAUNDERS, Frances Stonor. **Quem pagou a conta?** A CIA na guerra fria da cultura. Rio de Janeiro: Record, 2008.

33.

Rock, nos passos da moda¹

Rosalba Facchinetti²

CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock, nos passos da moda**. Campinas: Papyrus, 1989.

Falar de *Rock, nos passos da moda: mídia, consumo x mercado cultural* – publicado pela editora Papyrus, de Campinas, em 1989 – é hoje uma tarefa muito difícil. Primeiro, porque o próprio autor parece não gostar mais do livro. E parece não gostar, como parece não gostar de nenhuma outra coisa que tenha

-
1. Trabalho apresentado ao ciclo *50 anos de ciências da comunicação no Brasil: a contribuição de São Paulo*, seção *Baluartes das Ciências da Comunicação*, em 30 de agosto de 2013. Tema: Renovadores das Ciências da Comunicação.
 2. Jornalista, pedagoga, editora. Mestre pela UMESP e Doutora pela ECA/USP em comunicação social. Especialista em Filosofia e História da Educação em Didática do Ensino Superior. Diretora da Angellara Editora.

escrito que não seja ficção. Segundo, porque o livro esgotou e nunca ganhou uma segunda edição. Terceiro, porque embora seja ainda obra lembrada e citada em teses, dissertações e outros trabalhos acadêmicos que abordam gêneros de música popular, mercado fonográfico, audiências musicais e movimentos sociais da juventude, tem sido muito difícil associar o livro ao autor que conhecemos hoje. Quarto, porque ao mudar de nome no início dos anos 2000, o autor começou a revelar um gosto por outro gênero de literatura. Nos últimos dez anos dedicou-se quase integralmente aos contos e ao romance, desprendendo-se de quase tudo que escreveu e publicou ao longo da vida acadêmica.

Nesse sentido, recomendo muita paciência aos pesquisadores que eventualmente se prepararem para procurar referências, ou citações em sites de busca, para *Rock, nos passos da moda*, de Tupã Gomes Corrêa.

De algum modo, essa obra culmina com uma década de atividade do autor como docente do curso de editoração, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Como também se confunde um pouco com um trabalho coletivo, no conjunto dos demais docentes do departamento em que trabalhava, para dotar o curso daquela habilitação de conteúdos que abrangessem todo espectro da produção editorial. Um espectro de atividades, estudos e pesquisas que, pelo menos até aquela época, configurava os campos de estudo e trabalho correspondentes.

Até mesmo uma pesquisa rápida pelo prontuário do autor na Universidade de São Paulo, tentando recompor seu ingresso como docente no curso de editoração, leva ao descobrimento de um dado muito curioso. Ele foi designado em Diário Oficial como “docente voluntário”, figura estatutária posteriormente extinta. Essa condição, que previa oficialmente a existência de um professor para qualquer disciplina na universidade, serviu, durante muitos anos, para completar quadros docentes sem a respectiva dotação orçamentária. Ou seja, o autor também foi um professor que trabalhou graciosamente na universidade.

Sua designação como “docente voluntário”, constante de ato do reitor da universidade, era publicada no Diário Oficial para garantir, na saída de uma antiga professora do curso, que os alunos do curso de editoração não ficassem sem aula na disciplina *Produção de Discos*. Isto acontecia nos idos tempos de 1977. A professora Jacqueline Morin, que ministrava aquela disciplina desde o início do curso, no fim do ano anterior tinha se afastado para ocupar cargo executivo em outra cidade. Um dos nomes indicados para substituí-la foi o de Tupã Gomes Corrêa que, à época, entre outros afazeres também se ocupava de um trabalho de distribuição e comercialização de discos em uma gravadora.

Como ele próprio afirma, “eram tempos difíceis para o disco, para os artistas, para a música popular e, conseqüentemente, para a expressão artística”. Foi nesse contexto que o autor iniciou suas atividades no curso de editoração, como professor de *Produção de Discos*. Da época de seu ingresso aos quatro anos que se seguiram, o Departamento de Jornalismo e Editoração passaria por mudanças administrativas, cujo alcance compreendeu também a reorganização das disciplinas na habilitação de produção editorial. Reorganização que era parte da política de oferta de curso que, certamente, definiu-se com o retorno ao cargo do antigo chefe de departamento, o Prof. Dr. José Marques de Melo.

Após o retorno do professor Marques, quando o departamento iniciava as discussões sobre as estruturas curriculares dos cursos de jornalismo e de editoração, a primeira grande mudança ocorrida nos conteúdos das disciplinas de editoração foi, provavelmente, a busca de um sentido cultural para as atividades editoriais. Pois, como se percebe pelas estruturas curriculares da época, havia um foco mais concentrado em atividades técnicas do fazer editorial propriamente dito.

Foi quando ocorreram essas alterações, ensejando a substituição da disciplina de *Produção de Discos* por *Meios de Editoração Eletrônica*, que Tupã Gomes Corrêa deu início à pesquisa sobre as audiências de música popular. Uma pesquisa que começaria apontando para um sistema de veiculação da produção fonográfica, que aparecia sempre indissociavelmente relacionado ao controle total do mercado, então exercido pelas poucas e grandes gravadoras.

Estou discorrendo sobre esses fatos porque eles são de fundamental importância para se compreender o momento em que Tupã Gomes Corrêa realiza a pesquisa que dá origem ao livro *Rock, nos passos da moda*.

Contudo, antes de considerar amplamente a obra em discussão, deve-se conhecer um pouco a natureza da pesquisa que antecede essa publicação. Pesquisa que, praticamente, levou o autor a dedicar-se durante quase uma década aos estudos sobre disco, música popular, gêneros musicais da juventude, audiências, gosto musical e mercado fonográfico. Estudos que levaram à realização de uma primeira pesquisa, também transformada em livro, *Mercado da Música: Disco e Alienação*, publicado dois anos antes. Para se conhecer profundamente uma obra, deve-se conhecer também a outra. Ou melhor, antes de *Rock*, deve-se conhecer *Mercado da Música*.

Esta última decorreu de pesquisa realizada no conjunto de atividades que constaram de um relatório sobre o exercício de trabalho no Regime de Turno Completo. Consistiu em examinar, durante 11 meses, mês a mês, em dias

alternados da semana, as vendas de discos em lojas de diferentes bairros e no centro de São Paulo. A pesquisa nos pontos de venda era realizada por oito alunos que se dispuseram a participar da pesquisa. Simultaneamente, outros quatro alunos ouviam, entre as segundas e sextas-feiras, em diferentes horários, os principais programas das chamadas “*paradas de sucesso*”. Ao término do tempo em que se realizou a coleta desses dados, dispondo de tabelas, tanto sobre vendas de discos, como das audiências musicais que aconteciam simultaneamente nas principais emissoras e programas de rádio da cidade, o autor pode demonstrar, cientificamente, uma coisa que já se intuía, mas sobre a qual nenhum outro autor até então tinha escrito: *a constatação de que a programação musical da parada de sucesso sobre os “discos mais vendidos” antecedia as vendas desses discos, e não o contrário.*

Vale entretanto lembrar que antes de *Mercado da música: disco e alienação* (São Paulo, Expert, 1987), já circulara outra obra abordando em parte a mesma questão. Era o livro *Canção de massa: as condições da produção*, de Othon Jambeiro, que se publicou pela editora Pioneira, em 1975. Na verdade, essa obra também é muito importante. Ela foi realizada a partir de uma pesquisa de mestrado no antigo programa de pós-graduação em sociologia na USP, sob orientação do Prof. Dr. Gabriel Cohn. Mas, a meu ver, compreende outro gênero de abordagem. Enquanto a obra de Tupã Gomes Corrêa está focada nas de paradas sucesso e nas vendas de balcão efetivamente realizadas, comparando umas com as outras, aquela de Othon Jambeiro discutia questões sobre políticas culturais, a função da música popular e tudo o mais que cercava o gosto por determinado tipo de música.

A partir da constatação que praticamente validava o que ocorria em uma realidade conhecida intuitivamente, mas sobre a qual nunca se escrevera a respeito, pode então o autor abordar outras questões. Principalmente, questões como legislações equivocadas, que determinavam a obrigatoriedade de percentuais para execução de música brasileira nas emissoras. Essa questão, aliás, pode ser entendida como motivo pelo qual se criou em um país então acostumado a ouvir, quase que exclusivamente, música importada, o aberrante surgimento de artistas de aparência estrangeira, que só cantavam e gravavam em inglês. Caso, por exemplo, de brasileiros que se apresentavam como Dave McClean, Paul Bryan, Tony Stevens, Michael Sullivan, Mark Davis, Edward Cliff, Christian & Ralph, Don Elliot, Morris Albert e tantos outros. Sem esquecer que o último citado é autor, entre outros sucessos, de *Feelings*. Música por sinal gravada por diversos outros artistas, dentro e fora do Brasil, incluindo entre eles o próprio Frank Sinatra.

Terá sido, pois, na esteira e na continuidade dessa primeira obra, que Tupã Gomes Corrêa começou a refletir sobre a formação do gosto musical. Gosto

este que, em última instância, até aquele momento da história era a “mola propulsora do negócio do disco no país”. Mas um gosto musical de duvidosa consistência, já que era literalmente orientado por “*paradas de sucesso*” que antecediam aquilo que “*devia ser comprado*”. Era um cenário de falsidades, no qual não mais apenas os programas de rádio, mas também os de televisão dissimulavam aquilo que o mercado imaginava transformar em ganho fácil para quem detinha direitos autorais e controlava o negócio do disco.

Pela leitura de *Rock, nos passos da moda*, percebe-se que somente as consequências, que já se insinuavam sobre esse negócio em meados dos anos de 1980, seriam capazes de modificar, não apenas o negócio da música popular, mas a própria formação do gosto pelas audiências correspondentes. Mas, afinal, que é gosto musical para o autor? Certamente que era o gosto musical que, pelo menos até aquele momento, orientava a aquisição do disco. Entretanto, como esse novo livro de Tupã Gomes Corrêa assinalava, outras variáveis também influenciavam essa aquisição. Eventos como a própria disposição das capas de disco nas lojas, a repetição das músicas executadas em programas de rádio e de televisão, os espetáculos com os artistas, entre outros, também eram fatores que contribuíam para a formação do gosto musical, ou da preferência por determinado gênero de música ou artista.

Quando, portanto, o autor começou a verificar que a tecnologia, principalmente esta, acabaria por retirar das gravadoras o controle total que exerciam sobre o negócio do disco, também concluiu que a formação do gosto das audiências também começaria a escapar desse controle. As gravadoras de então, quase todas elas ligadas ou controladas por empresas multinacionais, em reduzido número, praticavam um mesmo modelo de oferta, garantindo, pelo sistema de distribuição do disco, também um controle sobre os pontos de venda.

Ao que se percebe, o estudo de todas essas condições levou Tupã Gomes Corrêa a buscar a explicação necessária em eventos que tiveram início em outras épocas, bem longe do Brasil, embora também o alcançando. Foi rever, nos movimentos Híppie e Punk, o processo de criação e geração de estilos de música popular que, intermitentemente rompendo com estilos anteriores, pareciam confrontar um “*gosto estabelecido*” explorado como negócio pelas gravadoras, por um “*gosto não controlado*” surgido da rebeldia, como forma de reação ao que era imposto pelo mercado. Ao que ele próprio, no transcurso do livro, vai se referir como “o artifício de geração de uma moda, surgida em reação a um padrão dominante previamente estabelecido e que, imediatamente expropriado pelo mercado, é transformado em moda outra vez”.

Talvez por essa razão ele discuta se rock é, de fato, gênero musical ou mercadoria. Oferecendo sete motivos para a prevalência do gênero que, em determinada época, também é mercadoria e carro-chefe de grandes gravadoras. Aborda ainda os discursos político e comercial do rock, como sua função enquanto agente do consumo. Trata questões como a performance dos artistas, a partir do que se vestem, de como se comportam e do que dizem, formulando uma ideia de quanto isto pode ter sido importante, em determinada época, para o surgimento daquilo a que se pode denominar de moda.

Ao abordar, enfim, a questão da moda propriamente dita, Tupã Gomes Corrêa afirma que, “evidentemente, a moda não é uma decorrência exclusiva do rock, mas terá sido esse gênero musical que serviu de veículo para, a partir de grandes eventos, como Woodstock, por exemplo, disseminar a ideia de rompimento com padrões preestabelecidos, recriando um novo modo de ser, uma nova moda de aparecer”. Claro, o autor não está se referindo ao que, posteriormente, se convencionou como moda, que hoje se expressa quase exclusivamente a partir do que se veste. Muito pelo contrário. Ele remete ao fato de que essa rebeldia, confrontando o mundo bem-comportado, bem-vestido, bem-arrumado da época de um festival como os de Woodstock, Monterrey e outros. O primeiro, realizado entre 15 e 18 de agosto de 1969, na fazenda do senhor Max Yasgur, em Bethel, no Estado de Nova Iorque, romperia para sempre com os padrões daquilo que o autor chama de “mundo arrumadinho”. E o mundo nunca mais seria o mesmo a partir dali.

Nos anos 2000, Tupã Gomes Corrêa obtém decisão judicial para alteração do registro civil. Passa a se chamar Victor Aquino. O mesmo nome com o qual assina importantes obras como *Significados da paisagem* (2012), obra de 530 páginas publicada pelo INMOD, de São Paulo, dedicada à celebração do centenário de nascimento de seu pai, o fotógrafo gaúcho Francisco de Sales Marques Corrêa. Nome com o qual também publicou pela mesma editora *Os três “Hermanos”*, *O tabelião, 1 hora e 59 contos-minuto*, *Cordel do CRP*, além de *Clémentine*, novela publicada pela editora France Chrétienne, em 2008.

Afinal, Tupã ou Victor Aquino, na produção acadêmica ou literária, encontramos sempre um espírito renovador.

34.

Os “fazeres intencionados” no jornalismo

Marli dos Santos¹

UMESP - Universidade Metodista de São Paulo

CHAPARRO, M.C. **Pragmática do Jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística [1994]. São Paulo: Summus, 2007, 162p.

CHAPARRO, M.C. **Pragmática do Jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994, 132p.

Nos últimos 50 anos, algumas teorias foram desenvolvidas para explicar os complexos fenômenos do jornalismo. À luz de várias correntes teóricas, como a funcionalista, a estruturalista, a marxista, os estudos abrangeram desde a produção, passando pela linguagem, até os efeitos das mensagens jornalísticas e as mediações dos receptores ativos em uma determinada cultura e momento histórico-social.

1. Professora da Universidade Metodista de São Paulo e coordenadora do PPGCOM da mesma instituição. Email: marli.santos@metodista.br

As pesquisas em jornalismo se desenvolveram ao longo dessas cinco décadas na área das ciências sociais aplicadas, especialmente no campo da comunicação. Grande parte dos estudos faz parte do esforço intelectual e científico de diversos pesquisadores de nossas universidades.

Manuel Carlos Chaparro é um desses intelectuais que renovaram o pensamento comunicacional brasileiro. Suas contribuições abarcam propostas teóricas para pensar uma teoria do jornalismo, para analisar o papel das fontes organizadas e seu impacto na produção jornalística e também novas propostas para uma classificação dos gêneros jornalísticos, que confronta modelos teóricos hegemônicos no Brasil. São perspectivas renovadoras discutidas em muitas salas de aula espalhadas pelo país e fora dele, por meio de livros e periódicos, bem como no blog “O xis da questão”, que tem em média 300 acessos diários (Informação verbal)².

Chaparro escolheu ser jornalista em 1957, quando ainda era um jovem militante operário, ligado a JOC – Juventude Operária Católica, em Portugal. Ele mesmo revela, em documentário autobiográfico apresentado durante a sessão em sua homenagem no Congresso da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, em setembro de 2013 –, que na militância descobriu “que no jornalismo se escreve para que também os outros, todos os outros, possam dizer e saber, lutar e agir, perguntar, responder, concordar, divergir, viver e transformar” (CHAPARRO; SANTORO, 2013).

Sua vocação para o texto e para o jornalismo teve momentos marcantes quando ainda era menino, na segunda série do curso primário (atual segundo ano do ensino fundamental), e se tornou um escriba da sua turma, a escrever “bilhetinhos de iniciação amorosa”, como ele mesmo revela no referido documentário. Quando adolescente foi internado no Sanatório de Outão, perto da cidade de Setúbal em Portugal, devido à enfermidade que lhe acometera, e criou, junto a outros dois colegas do lugar, um jornal semanal, “O Escarumba”, de oito páginas, escrito à mão, e que circulou no hospital durante um ano. Desde aquele momento, Chaparro demonstrara um repertório rico, em processo de consolidação. Leu centenas de livros durante o período em que esteve internado no hospital, de diversos autores importantes da cultura humanística mundial.

2. Na sessão em homenagem à Chaparro ocorrida no Congresso Intercom 2013, em Manaus, a pesquisadora Nélia Del Bianco apresentou os dados sobre o blog “O xis da questão”, mencionando 300 acessos diários.

Mas foi a experiência na JOC que exerceu a função de repórter e editor do “Juventude Operária”. Obteve o registro de jornalista profissional em 1958, aos 24 anos, atuando no “Diário Ilustrado”, jornal vespertino de Lisboa. Porém, a ditadura salazarista o fez mudar o rumo de sua vida. A convite de Dom Eugênio Salles, então bispo da Arquidiocese de Natal, decidiu vir para o Brasil, assumir o cargo de editor do jornal “A Ordem”. Promoveu diversas mudanças na publicação, que o levaram a receber quatro Prêmios Esso, a mais alta premiação em jornalismo no Brasil.

Depois disso, foi assessor de imprensa na Sudene – Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste, passou pelas redações do “Diário de Pernambuco” e “Jornal do Commercio”, em Recife. Foi repórter da sucursal da “Folha de S.Paulo” no nordeste. E mudou-se para São Paulo, em 1968, para liderar o projeto Suplementos Especiais, da “Folha”, porém, a passagem foi curta. Uma crise no jornal o fez tomar decisão ética, para não prejudicar os colegas de redação, e isso o levou à demissão pelo jornal, segundo relata no documentário autobiográfico (SANTORO; CHAPARRO, 2013). Do desemprego e da criatividade de Chaparro, surgiu a pioneira Proal – Programação e Assessoria Editorial, referência prática e teórica³ na área de jornalismo empresarial, e na qual atuou com o parceiro Gaudêncio Torquato.

A experiência e o contexto do jornalismo no Brasil o levaram à universidade e à pesquisa. Chegara o momento de refletir sobre a prática. Aos 45 anos Chaparro ingressou no departamento de jornalismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como graduando. Iniciou aí sua carreira acadêmica que o levou a professor da própria escola na qual conquistou seu diploma de jornalista.

Mestrado, doutorado, pós-doutoramento e livre-docência, o ensino e a pesquisa em jornalismo resultaram em cinco importantes publicações. Em ordem cronológica: *Pragmática do Jornalismo – buscas práticas para uma teoria da ação jornalística* (1994); *Sotaques d'aquém e d'além mar – Percursos e gêneros do jornalismo português* (1998 – edição portuguesa), e na edição brasileira, *Sotaques d'aquém e*

3. A Proal (1969-1978) atendeu cerca de 30 clientes, muitos eram empresas multinacionais, como a Rhodia. Das inovações praticadas à época e da parceria com Gaudêncio Torquato surgiram os “Cadernos Proal”, que refletiam teoricamente sobre as práticas em jornalismo empresarial realizadas na empresa.

d'além mar – Travessias para uma nova teoria dos gêneros jornalísticos (2008); *Linguagem dos Conflitos* (2001, publicado em Portugal); *Imprensa na Berlinda* (2004), em coautoria com Wilson Martins e Norma Alcântara; e o livro-reportagem *Padre Romano – Profeta da Libertação Operária* (2006).

Mas sua contribuição prática e teórica vai além. Está presente nos inúmeros artigos científicos, nas colunas, crônicas e artigos escritos para jornais brasileiros e portugueses, nas entrevistas que concede à grande imprensa e à imprensa especializada, nos cursos e palestras que ministra dentro e fora do Brasil em organizações públicas, privadas e nas universidades. Em especial, o blog “O xis da Questão” transformou-se em sala de aula virtual, espaço de discussões, em que generosamente Chaparro nos enriquece com suas críticas sobre a realidade cotidiana e suas reflexões teóricas. Lições de jornalismo.

Pragmática

A breve apresentação da trajetória de Chaparro, como militante, profissional e intelectual da comunicação e do jornalismo, não revela a riqueza de sua produção intelectual, por isso, neste texto, destacamos uma de suas principais obras, “Pragmática do Jornalismo”, resultado de sua tese de doutoramento. A obra traz como elemento essencial a “intenção” no universo dos fazeres jornalísticos.

O livro foi editado pela Summus, em São Paulo, e está em sua quarta edição. Está dividido em quatro partes, além da introdução, a começar pela “Pragmática viva”. Sendo coerente com a sua trajetória e suas convicções, Chaparro apresenta logo de início a pesquisa de campo que fez para o doutorado. Explica o uso da técnica de “rastreamento”⁴ por dissecação/reconstituição das etapas produtivas da reportagem e rastreamento por observação direta, quando o pesquisador acompanha a realização da reportagem. Ao todo foram nove reportagens rastreadas, sendo quatro de “O Estado de S.Paulo” e cinco da “Folha de S.Paulo”, revelando distorções no processo de produção, algumas que já acontecem na

4. Diz o autor que o rastreamento foi realizado por dissecação/reconstituição, ou seja, “por meio da obtenção e comparação de depoimentos dos principais intervenientes” (1994, p. 14) na produção da reportagem, desde a pauta à redação final.

pauta, outras na apuração e na edição do texto. Traçando um paralelo com a teoria do *newsmaking* (WOLF, 1999), que discute as rotinas produtivas e destaca que as distorções podem ser involuntárias, a pragmática viva de Chaparro mostra o contrário, ou seja, os fazeres jornalísticos são conscientes e controláveis.

A Parte II, “O poder de (des)informar”, aborda as relações entre fontes e repórteres, ressaltando as falhas na produção jornalística e as interferências das fontes no processo produtivo. A falta de apuração adequada leva o leitor à “informação deformada e incompleta”; o uso do boato ou rumor como informação sem a devida prudência do jornalista pode gerar informações contraditórias do mesmo fato, especialmente na cobertura política, onde as fontes exercem todo o seu poder para seduzir repórteres com informações às vezes verdadeiras, outras falsa; por fim, a “arbitragem nas redações”, que aponta as decisões editoriais permeadas de intenções em desacordo com os princípios éticos do jornalismo. A respeito disso, Chaparro ressalva:

Sempre que um editor ou um repórter – por incompetência, arrogância, interesse pessoal, ambição de poder, irresponsabilidade profissional, subalternidade a quem o controla ou qualquer outro motivo – priva o leitor da notícia correta e plena, trai o principal e mais belos dos compromissos que tem com a construção e o aperfeiçoamento de uma sociedade livre: assegurar a “todo indivíduo” o direito de ser informado. Com o relato veraz. (CHAPARRO, 1994, P. 82)

Ainda na Parte II, Chaparro aborda o poder das fontes organizadas, que cada vez mais, por meio das assessorias de imprensa, se profissionalizam, gerando pautas e conteúdos que ocupam generosos espaços nas publicações jornalísticas. As assessorias podem ser vistas, segundo Chaparro, como “extensões das redações”, uma vez que a presença de profissionais de jornalismo na fonte tende a aprimorar a qualidade do processo de produção dos conteúdos jornalísticos.

Na Parte III, “O poder da norma”, o autor discute o papel das organizações, que estabelecem normas para orientar comportamentos e ações dos que nela atuam, como os manuais de redação. Estas publicações abrangem desde princípios editoriais às normas técnicas de produção, mas, na visão do autor, não contribuem para aprofundar questões importantes na cultura jornalística, são apenas normativos. Chaparro cita especialmente a “Folha de S. Paulo” que, a despeito da trajetória engajada na redemocratização do país, formalizou em 1984, com

o Projeto Folha, a “lei do mais forte”, ao criar o “Manual Geral de Redação”, produzido por Octavio Frias Filho, Boris Casoy e Caio Tulio Costa. O Manual tinha como objetivo “disciplinar ou expulsar da redação todas as resistências ao projeto” (CHAPARRO, 1994, p.93). Logo depois, conta o autor, vieram mais duas edições, mais amenas, porém ainda com “caráter organizador da prática e do poder de informar e influenciar a opinião pública, estabelecendo como mecanismo regulador, um sistema particular de produção” (1994, p. 94).

Já o “Manual de Redação e Estilo” d’*O Estado de S. Paulo* teve como foco o estilo do escrever bem, característica do jornal e que Chaparro avalia: “não deixa de ser uma proposta apreciável”. Ainda na parte III, faz uma análise das “trapalhadas jornalísticas” nos dois jornais, alegando que as práticas diárias nas redações muitas vezes não refletem as normas dos manuais de redação. Para tanto, retoma alguns exemplos da pesquisa de campo, como a falta de precisão nas informações. Finalizando esta parte do livro, Chaparro ressalta no tópico “Patologia complexa”, que a “pobreza ética” na cultura jornalística leva a vários “sintomas”, como informações mal apuradas, coberturas superficiais, tendenciosas e negligentes.

Na última parte da obra, após argumentações teóricas e análises da prática jornalística, especialmente nos jornais “O Estado de S. Paulo” e “Folha de S. Paulo”, Chaparro vai ligar os pontos entre a pragmática, a ação jornalística e a ética, ressaltando a intenção como elemento essencial dos fazeres jornalísticos, porque são conscientes e controláveis, e como um “atributo de equilíbrio e de unidade do bom texto jornalístico” (1994, p. 13).

Jornalismo e pragmática: conexões

As conexões teóricas propostas no livro são complexas. Primeiramente, o autor defende que a cultura jornalística, às vezes restrita às orientações de ordem prática presentes nos manuais de redação, ainda não produziu conhecimento suficiente para explicar o jornalismo. De acordo com Chaparro, é no campo das ciências da linguagem, especificamente no da Pragmática, um dos ramos da Semiologia, ao lado da sintática e da semântica, que se pode encontrar nexos para uma teoria da ação jornalística.

As duas vertentes da pragmática, citadas pelo autor, são complementares: a Pragmática lógica (relações entre signos e usuários) e a Pragmática de

abordagem filosófica (estudos dos atos da linguagem). Com esta perspectiva teórica Chaparro também alicerça a sua proposta de gêneros jornalísticos, presente no livro “Sotaques d’aquém e d’além mar: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos”.

O uso da Pragmática, segundo o pesquisador, ocorre na Análise do discurso, considerando que nesse campo de estudos o discurso se difere da língua, porém se realiza nela. A definição de Pragmática que Chaparro utiliza para sustentar a sua argumentação teórica é a de Lamiquiz (1985, apud CHAPARRO, 1994, p. 17):

[Pragmática] é o fenômeno das relações dos elementos discursivos com os usuários, falante produtor e ouvinte interpretador do enunciado, e com as condições ambientais em que se produz a intercomunicação. A pragmática é, pois, independente do funcionamento linguístico, mas participa eficientemente no resultado comunicativo desse funcionamento.

Sendo assim, a proposta teórica do autor é deslocar o jornalismo para o campo da Pragmática, pois ela abarca as complexidades do processo social e cultural inerentes aos fazeres jornalísticos. No seu papel de intermediação, o jornalismo é permeado por acordos e conflitos nas diversas etapas produtivas. Desse processo resulta o discurso jornalístico. Mais do que isso, a conexão teórica entre jornalismo e pragmática, trazendo os estudos de Teun Van Dijk, em “La notícia como discurso”, está na concepção de que a língua é um enunciado que executa uma ação social, ou seja, o discurso implica em um agir social.

Esse agir no jornalismo pode obter êxitos e fracassos, assim como qualquer ato de fala, dependendo das condições em que essas ações são desenvolvidas. No caso do jornalismo, elas estão dentro e fora das redações. Dessa forma, a pragmática implica no conceito de ação e de como alcançar o sucesso dessa ação.

O sucesso de uma ação se refere à mudança de um estado inicial para um estado final, que ocorre em várias fases sucessivas. Assim, o relato jornalístico se torna parte do próprio acontecimento, na medida em que a construção da notícia significa um processo, que culmina com o discurso jornalístico, em seus diversos gêneros e espécies. “Esse é o universo do fazer”, diz o autor.

O fazer jornalístico também está no âmbito do cognitivo, ou seja, são ações dirigidas por intenções conscientes. Não há como agir sem intenção. Chaparro exemplifica que o simples ato de “guinar os olhos para alguém” constitui-se em um fazer consciente e controlado. A intenção é então “o elemento da

consciência” que dirige uma ação (um fazer) a qual tem um propósito, ou uma finalidade. Assim, a intenção está na dimensão do fazer e o propósito na dos resultados.

Com isso o autor afirma que todos os fazeres jornalísticos são “conscientes e controláveis”, porque não há como agir sem ter intenções e propósitos. O propósito pode determinar uma intenção, mas a intenção não determina um propósito, diz o autor. Assim, o jornalismo é repleto de intenções, com o propósito de informar. Como Chaparro mostra em seu rastreamento, às vezes intenções repletas de más intenções.

A ética como orientação das ações

Os fazeres jornalísticos, por serem controláveis e conscientes, e por estarem na “esfera da informação de interesse público”, devem ser conduzidos por princípios éticos, sem os quais, argumenta o autor, o jornalismo, como discurso asseverativo, perde a sua eficácia, não alcança o sucesso como fala social e não cumpre a sua função.

O caráter asseverativo do jornalismo é o que lhe dá credibilidade, tornando-se um discurso eficaz. Jornalismo sem credibilidade, sem ética, não é jornalismo. Diz Chaparro “a ação jornalística se esgota no seu ato de asseverar”. A partir daí, os processos que ele desencadeia estão no universo do leitor. Estes processos, por sua vez, servirão de matéria prima para novas matérias jornalísticas.

Assim, a ética deve ser o vetor das ações jornalísticas. Sem esse vetor como referência, certamente os problemas detectados na produção das reportagens pesquisadas e apresentadas em “Pragmática do Jornalismo” acabam se repetindo nas redações. E mais, esse desvio afasta o jornalismo de seu real propósito, perdendo a sua eficácia.

Há uma tríade nos processos comunicacionais a qual Chaparro se refere para tratar do fazer no jornalismo. Trata-se da ética, a técnica e a estética. Se não há ética, tanto o método jornalístico fica comprometido quanto a sua estética, que é a da veracidade. A intenção é o elemento essencial, já que se não for regida pela ética, desmonta a tríade comunicacional no jornalismo.

Por fim, Chaparro propõe um modelo de interação para a ação jornalística, com três polos: o primeiro ligado à sociedade, responsável pelos princípios éticos e razões morais, os quais devem orientar as intenções; de outro, a atualidade,

com acontecimentos e demandas que pautam os fazeres jornalísticos, os quais se concretizam pelas técnicas da apuração e do texto e a estética da veracidade – disso resulta o “relato veraz”. E o último polo é o da “recepção ativa”, cujas ações não cabem à “esfera do jornalismo”. Como diz o autor no último parágrafo do livro: “denunciar à sociedade o comportamento corrupto e imoral de um presidente da República é dever do jornalismo e do jornalista; derrubá-lo é prerrogativa do povo organizado” (1994, p. 121).

Na sala de aula, a “Pragmática Viva” foi exercício quando a autora desta resenha ministrava aulas de Teoria do Jornalismo. Naquele momento a obra de Chaparro tornou-se essencial para o início da formação daqueles estudantes de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. O desafio era acompanhar um repórter na produção de reportagem e observar o fazer desse profissional. Em outras oportunidades, os alunos rastream por dissecação, tal qual o mestre Chaparro ensina em seu livro. A prática não pode ser dissociada no ensino da teoria, até porque uma não acontece sem a outra. Por isso, para entender as conexões teóricas propostas em “Pragmática do Jornalismo” uma boa lição é observar, prestar atenção no fazer. Depois, pensar sobre o que se viu e questionar. Uma lição que nunca se esquece.

Referências

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5ª. Ed. Lisboa: Presença, 1999.

CHAPARRO, M.C. **Pragmática do Jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994, 132p.

SANTORO, L.F; CHAPARRO, MC. **Manuel Carlos Chaparro**: 70 anos de estrada no texto [Documentário-vídeo]. Produção e direção de Luiz Fernando Santoro; roteiro de Manuel Carlos Chaparro. São Paulo, 2013. 1 DVD-Player, 30 min. color. son.

35.

Mídia e Região na Era Digital: diversidade & convergência midiática

Marcelo Briseno Marques de Melo¹
UMESP - Universidade Metodista de São Paulo

FADUL, Anamaria e GOBBI, Maria Cristina (orgs). **Mídia e região na era digital**: diversidade cultural, convergência midiática. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

O livro *Mídia e Região na Era Digital: Diversidade & Convergência Midiática* é fruto do XI Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional realizado entre os dias 09 e 11 de outubro de 2006 na Universidade Metodista de São Paulo. O evento foi patrocinado pela Cátedra UNESCO/METODISTA e a curadoria acadêmica foi realizada pela professora Anamaria Fadul. Este encontro cujo tema central dá título para a publicação teve como subtemas: Diversidade Regional na Agenda Midiática Brasileira, Desafios

1. Professor da Universidade Metodista de São Paulo e coordenador do curso de Rádio e TV da mesma instituição.

da Mídia Regional na Era Digital e Portais Regionais: Serviço ou Negócio. As pesquisas e reflexões apresentadas preenchem um espaço de referência para aqueles que direcionam seus estudos para a mídia regional cuja compreensão é necessária para uma visão aprofundada da mídia brasileira. Pois mesmo com os problemas no crescimento da economia brasileira e os reflexos no desenvolvimento midiático a importância da produção realizada fora do eixo Rio-São Paulo é cada vez mais relevante. A publicação está dividida em quatro partes e a primeira tem como tema “Global, Nacional e Regional”, apresentando uma visão geral sobre os fluxos de mídia no Brasil e Espanha e contextualizando as diversas relações entre o global, regional e local. A segunda parte, “Diversidade Regional”, aborda as diferenças midiáticas e culturais do Brasil e a maneira como produtores de conteúdo e veículos lidam com esta questão. Na terceira parte, “Pluralidade Local”, acompanhamos uma série de reflexões sobre a produção local em rádio e televisão, com suas especificidades e transformações. Na parte final a professora Maria Cristina Gobbi, também organizadora da publicação, resgata as diversas temáticas tratadas nas onze edições dos Colóquios Internacionais de Comunicação para o Desenvolvimento Regional realizadas desde 1996.

Nesta exposição pretende-se apresentar um panorama das reflexões contidas no livro observando principalmente as reflexões sobre TV regional e as preocupações comuns aos pesquisadores do tema e também salientar que o aumento do processo de globalização com a utilização das novas tecnologias da comunicação e da informação se reflete num crescimento da comunicação regional, atenção para a inclusão social e conseqüentemente preocupação com as diversidades e singularidades que compõem este cenário globalizado.

Fadul (2006, p.23) destaca alguns fatores relacionados diretamente com as mudanças ocorridas na mídia regional brasileira entre 1986 e 2006: o processo de desconcentração industrial de São Paulo (que leva ao deslocamento da indústria automobilística para vários estados brasileiros) juntamente com o desenvolvimento agrícola das Regiões Centro-Oeste e Norte e o desenvolvimento do setor de serviços, principalmente o segmento voltado para o turismo. Estes fatores aliados despertaram o interesse de agências de publicidade, anunciantes e veículos de comunicação ansiosos por ampliar as possibilidades de negócios fora do eixo Rio-São Paulo. Porém, Fadul observa que o mesmo interesse não foi contemplado pelas pesquisas sobre a mídia regional, que ainda estariam privilegiando a mídia nas cidades de Rio de Janeiro e São Paulo onde se concentram as maiores emissoras de Rádio e TV, empresas de mídia e agências de publi-

cidade. Assim, as afirmações sobre a mídia brasileira geralmente acontecem a partir da perspectiva destas duas cidades “deixando de lado as grandes diferenças existentes na mídia regional, que incluem manifestações culturais específicas” (FADUL, 2006, p. 24).

Para exemplificar este quadro vale observar que a análise de audiência televisiva realizada pelo IBOPE naquele período incluía dentre os 26 estados da federação somente 9 capitais. Sendo estas aquelas que apresentam os melhores indicadores econômicos, educacionais e sociais: consequentemente as capitais das Regiões Sul e Sudeste. A audiência televisiva destas nove capitais sinaliza o que será exibido em todo país. Assim para a publicidade e anunciantes, o Brasil da mídia é menor do que aquele real.

Com o objetivo de introduzir elementos para o estudo da mídia regional, Fadul apresenta um panorama comparado das cinco macrorregiões brasileiras, levando em conta indicadores geográficos, demográficos, econômicos e educacionais. Neste panorama, as mídias analisadas são: o jornal, a revista, o rádio e a televisão. A internet não foi considerada para o estudo devido à falta de informações sobre sua penetração nas regiões brasileiras daquele período.

Nesta análise das mídias destacam-se alguns resultados surpreendentes que mostram a força das mídias regionais. A grande circulação de revistas regionais que chegam a ultrapassar aquelas de circulação nacional e que em alguns casos atingem a distribuição até em outros países, como no caso de publicações da editora Alto Astral. Outro resultado significativo está na análise das emissoras de rádio, onde observa-se que existem redes regionais de rádio com um número de afiliadas maior do que redes nacionais, caso da Gaúcha Sat, que conta com 127 afiliadas em 12 estados.

No caso da televisão, o fato mais característico observado é que as maiores e mais importantes redes regionais de TV tem a Globo como cabeça de rede nacional. Nos artigos do livro que abordam a TV regional as estações afiliadas da TV Globo destacam-se como objeto de estudo e seus representantes, quando entrevistados, apontam que não basta ter a cabeça de rede para garantir o sucesso de uma emissora regional. Estas podem ser altamente lucrativas quando sabem realizar bons programas e manter a credibilidade junto a sua comunidade.

Grande parte do faturamento das emissoras regionais é proveniente do setor do varejo, pequenos comerciantes, lojas, shoppings, etc. E representam um valor significativo no faturamento das emissoras nacionais. Para a Rede Globo, as emissoras afiliadas e filiadas correspondiam, no período analisado, cerca de 23% do faturamento. No caso do SBT, o mercado regional representava 29% do

faturamento e a TV Bandeirantes obtinha 15% do seu faturamento da cobertura de eventos regionais. Nas emissoras regionais o pequeno anunciante consegue, a custos mais acessíveis, inserir sua marca no mercado e os grandes anunciantes segmentam sua atuação na mídia de acordo com a região em que se encontram.

Notam-se preocupações comuns aos autores que compõem o livro e que abordam diferentes temas como: globalização, Mercosul, Rede Mato-grossense de Televisão, TV Alterosa, EPTV e TV Mirante dentre outras. Uma preocupação comum aos estudiosos e que aparecem em diversos artigos diz respeito ao conceito de TV regional, cuja definição não consta na legislação brasileira sobre radiodifusão. Dentre os diversos conceitos que aparecem nos artigos vale destacar a definição apresentada por Rogério Bazi em *Dilemas e Perspectivas da Televisão Regional*:

TV regional é a aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região, delimitada geograficamente, e que tenha sua programação voltada para esta mesma região, sem perder a contextualização do global. A televisão regional possibilita unir as pessoas desta área, diminuindo as distâncias e aproximando culturas. (2006, p. 80)

Este conceito já aponta para outro consenso presente nas reflexões dos autores, a necessidade de representar a população. Assim, devem-se desconsiderar para este conceito aquelas emissoras cuja programação é produzida a partir de grade nacional. Pois se perde a identificação da população em se ver representada na tela. Os autores concordam também que a presença do jornalismo local na programação seja uma maneira efetiva de garantir esta identificação e representação da comunidade na televisão.

Justamente por este consenso na questão da representação da população na programação regional, a maioria das análises de TVs regionais contidas nos artigos da publicação apontam que as emissoras observadas não se adequam ao conceito desejado de TV regional. Pois se limitariam apenas a retransmitir a programação da rede nacional ou mesmo reproduzir modelos, formatos e pautas desta programação. Porém, os autores centram suas análises na programação produzida pelas emissoras regionais e desconsideram para análise os filmes publicitários produzidos regionalmente, que integram os blocos comerciais e que, como foi visto, representam uma parcela significativa do faturamento das emissoras e conseqüentemente uma parcela grande de tempo na programação

diária. Na observação e análise do conteúdo dos filmes publicitários produzidos regionalmente pode se encontrar a representação da comunidade que não aparece numa programação que segue modelos nacionais. Esta representatividade no espaço publicitário, juntamente com a cobertura do jornalismo local, que também apresente pautas que representam sua população, pode se aproximar do conceito pretendido.

A preocupação com a qualidade do conteúdo apresentado na programação das emissoras regionais também é comum aos pesquisadores.

Com o desenvolvimento econômico dos mercados regionais e regionalização dos investimentos publicitários, a mídia regional está passando por um processo de grandes mudanças. Apesar desse fato, em muitos casos não se está assistindo a uma verdadeira melhoria na qualidade dos conteúdos veiculados nas mídias analisadas. Ao contrário, o que se observa, principalmente nos programas de rádio e televisão, é uma cópia do que há de pior na programação nacional. O investimento na qualidade não pode ser uma questão menor, quando se fala na ampliação do acesso à mídia. (FADUL, 2006, p. 40)

Esta observação da qualidade da programação regional é uma preocupação que deve permear os novos estudos que forem realizados sobre televisão regional a fim de estimular a melhoria da qualidade da programação e de representação da comunidade.

Referências

FADUL. Anamaria e GOBBI, Maria Cristina (orgs). **Mídia e região na era digital**: diversidade cultural, convergência midiática. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

36. Jornalistas e literários

Elizeu Corrêa Lira¹

VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Jornalistas Literários** – narrativas da vida real por novos autores brasileiros. São Paulo: Summus, 2007.

Introdução

O livro organizado por Sergio Vilas Boas (jornalista, escritor e professor do curso de pós-graduação em lato sensu Jornalismo Literário da Associação Brasileira de Jornalismo Literário - ABJL), *Jornalistas literários*, narra com profundidade 16 diferentes biografias de personagens que contribuem para lançar luzes sobre um tema: o Jornalismo Literário.

O relato é transcrito por alunos de Pós-Graduação em Jornalismo Literário da Instituição ABJL, que se formaram entre os anos de 2005 e 2007, vindos das

1. Mestrando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), bolsista CNPq.

idades de São Paulo, Campinas, Brasília e Porto Alegre. Os professores orientadores desses alunos foram Sergio Vilas Boas, Edvaldo Pereira Lima e Celso Falaschi.

Os autores recuperaram memórias perdidas de maneira encantadora e real por meio de reportagens com profundidade. Para concluir essas narrativas, buscaram métodos e técnicas literárias aprendidas no curso de especialização da ABJL.

Mobilizados pela alma, fé, força, lucidez, emoção e inteligência constroem essa coletânea de maneira prazerosa.

Marcos Faerman, um humanista radical

O primeiro capítulo é escrito por Isabel Vieira, que versa sobre a atuação profissional e vida do jornalista Marcos Faerman. Ele nasceu em Rio Pardo, interior do Rio Grande do Sul em 05 de abril de 1943. Os pais eram judeus e de origem russa.

Na infância gostava de ler gibis e revistas, ir ao cinema, ouvir rádio, torcer pelo Grêmio e tinha paixão pela biblioteca do pai e também por ouvir as histórias dele, junto ao irmão Mauro. Outras brincadeiras mais tradicionais eram jogar bola, caçar gafanhotos, ver filme de pirata, imitar Nelson Gonçalves e também cantar.

Na adolescência, a cidade de Rio Pardo ficou pequena para ele; então, resolveu mudar para Porto Alegre e começou a atuar na efervescência da política estudantil. Considerado como “agitador inflamado”, se jogava de corpo e alma em todas as lutas do seu tempo.

Aos 17 anos, escreveu uma carta de manifesto e levou ao jornal *Última Hora* e entregou ao chefe de reportagem, Flávio Tavares, e pediu para ser publicada. Tavares apreciou o texto, por sinal, bem escrito, e convidou o garoto para trabalhar na redação. Ele aceitou e iniciou-se no jornalismo.

Em 1964 é seduzido pelos ideais do Partido Comunista Brasileiro (PCB), onde viveu o sonho de revolucionário comunista. Nesse mesmo período ingressou na Faculdade de Direito (UFRGS), mas abandonou o curso antes de concluí-lo, tempo suficiente para ganhar fama de contestador.

Ativo participante das aulas de filosofia e história, enquanto os demais garotos da mesma idade sonhavam em fazer revolução com armas, ele usava a palavra. Também foi uma pedra no caminho dos professores burocratas.

O jornalismo para ele era o meio mais eficiente de subverter a ordem. Trabalhando em outro jornal, *Zero Hora*, produziu reportagens sensacionais, utilizando de esquemas gráficos, que deixavam os diagramadores, editores e até os donos do jornal pasmos.

Após o golpe de 64, militantes do PCB migraram para diferentes partidos de esquerda; logo, Marcão (como era chamado) e seus amigos, foram para o Partido Operário Comunista (orientação Leninista).

A mudança para São Paulo significou uma nova etapa na vida de Marcão, lá iniciou suas atividades no *Jornal da Tarde* e se casou, pela primeira vez, com Marilza Taffarel, que abandonou a faculdade de Medicina para acompanhá-lo em suas reuniões políticas (tiveram uma filha - Laura).

No jornal combinava técnicas literárias e de humanização de personagens. Trabalhou por 24 anos (1968 a 1992) em uma equipe jovem e talentosa, onde pôde escrever com razão e coração. Também vivenciou o *New Journalism* no Brasil, criado em 66 (mesmo ano da *Revista Realidade*).

No *JT* conquistou o Prêmio Unicef, com uma série sobre delinquência juvenil (1986) e dois prêmios Esso pelas reportagens “Nasceu o primeiro brasileiro pelo método Leboyer” (1974) e “Os habitantes da arquibancada” (1975).

Em São Paulo, também se aliou aos integrantes de *O Pasquim*. Em 1972 trabalhou na sucursal paulista do irreverente jornal carioca e na revista *Bondinho* (estilo viajante e tropicalista). Não era apenas um político ou simplesmente um jornalista que se identificava com sua máquina de escrever, livros e revistas amassados e sujos. Sempre sobreviveu de seus textos subversivos e ousados.

Em 1980 lança uma antologia das suas melhores reportagens, *Com as mãos sujas de sangue* (único livro), contendo 14 histórias, publicado pela editora Global. O livro, narra a história de um Brasil silencioso e silenciado. Nesse mesmo ano, se casa pela segunda vez, e desse relacionamento nasceram dois filhos: Júlio e Maria Inês.

Marcão era contra os jornais que impunham uma linha de pensamento, sempre gostou de trabalhar com o exercício da liberdade, se aventurar e saborear cada etapa. Suas críticas a textos alheios eram sempre construtivas. Homem generoso e espírito colaborativo. Em suas reportagens, tinha prazer em humanizar, investigar e documentar a realidade.

Em 1970, se envolve com drogas (álcool, maconha e cocaína) - assim como muitas das melhores cabeças o faziam naqueles anos da rebeldia da contracultura. Segundo o depoimento da ex-mulher, Marilza, ele não entrou nessa por ingenuidade, se arriscou, se autodestruiu. Eram tempos boêmios e de esbórnica.

Separa-se da segunda esposa em 1985. Do terceiro casamento, mais duas filhas: Lisa e Lívia. Marcão achava que tinha controle sobre tudo e não aceitava

tratamento para se libertar dos vícios. As drogas deixaram nele muitas sequelas, o que dificultava a leitura e a escrita. Em 1992 foi demitido do *JT*.

A quarta esposa, Nina, esteve com ele de 1993 a 1995. Ele já estava obeso, com artrose e cego de um olho. Seu sonho era ser reconhecido na academia e na vida profissional. Trazia consigo a ideia do que o Novo Jornalismo fosse uma extensão de um “produto literário”.

Em meados de 1996 foi professor na Cásper Líbero e já aparentava uma figura exótica. Cabelos brancos e encaracolados, a barba por fazer, óculos tortos; roupa desleixada, além de uma pilha de papéis na mão e uma bolsa encardida e pesada. Ensinar era algo que tanto sabia fazer. Nessa época, também editava o *Esquinas* (com Juliana Monachesi).

A causa da morte foi um ataque cardíaco fulminante, em 13 de fevereiro de 1999. Nina cuidou dele nos últimos dias, como um bebê. Nesse período moravam no bairro judeu do Bom Retiro, em São Paulo.

Foi velado na sede do Sindicato dos jornalistas, entre os presentes, a maioria eram seus alunos da Cásper Líbero. Discursos foram proferidos por Audálio Dantas e o poeta Claudio Muller. Sobre o caixão, uma camiseta do Grêmio.

O corpo foi cremado na Vila Alpina em São Paulo e as cinzas se dividiram entre os dois rios, Tietê (SP) e Guaíba (RS), como era seu desejo.

Pasta & Passione

Baseado em uma experiência inusitada e pessoal a autora Lorena Schuchmann escreve o segundo capítulo, associando as ações do Pastificio Italiano, restaurante e fábrica de massas, como um canal comunicativo que se importa com seu produto e seu cliente. Fica.

Certo dia, ao término de uma caminhada, a autora passa em frente ao restaurante, localizado no bairro Rio Branco, em Porto Alegre, e resolve comprar uma massa. Em casa, ao terminar a refeição e no momento em que ia jogar fora a embalagem, se depara com uma mensagem no verso, que para ela possuía significado literário. A frase remetia a ações colaborativas com a Natureza.

A declaração era do dono do estabelecimento e dizia que é possível produzir massas artesanais, alimentos sem aditivos químicos trabalhando diretamente com fornecedores ecológicos. Eram conceitos com significados verdadeiros, praticados na rotina de trabalho, que iam além de estratégias de marketing.

Impressionada, por nunca ter visto algo parecido em nenhuma outra embalagem, resolve investigar a questão. Sentia que existia algo especial, além do produto. Ao chegar ao local, ainda na calçada, notou que podia visualizar o detalhe e o cuidado com o preparo da massa artesanal.

As pessoas que passavam na rua aproveitavam para fotografar aquela cena. A porta de entrada era convidativa. Espaço pequeno e charmoso construído e decorado por Ivan Sanches Bornes e seu pai Vladimir, família de uruguaios que se instalaram em Porto Alegre, em 1979.

Ivan conta à autora que a abertura do Pastificio externalizara o lado profissional de algo que ele já fazia em casa, aprendido com as gerações anteriores. Lorena compreendeu que o trabalho é movido pela paixão, que resulta num relacionamento que promove o bem estar à saúde.

Como no jornalismo literário, a culinária ganhava novos contextos, significados e sentidos no mundo contemporâneo. Novos e antigos conhecimentos dos povos podem ser entendidos e celebrados, de maneira horizontal.

Nos trilhos do passado

Nos trilhos do passado são relatos e depoimentos captados por meio de entrevistas pelos escritores Márcio Seidenberg e Luciana Taddeo. Eles resgatam memórias e experiências reais de moradores da Vila de Paranapiacaba, Santo André, São Paulo, antes do seu abandono. São experiências reais de fatos passados, mas que trazem ao presente, uma viva lembrança.

Em 1860, os ingleses inauguraram a ferroviária que ligava o interior do Estado ao porto de Santos, com o objetivo de escoar a produção cafeeira por meio do engenhoso sistema funicular (carro de cabos que circula sobre trilho). Na época, a vila inglesa se multiplicava com a construção das casas e os funcionários se dedicavam ao trem. Atualmente moradores lamentam e dizem “quem viveu, viveu, quem não viveu, não vive mais”.

O autor, ao realizar essa reportagem *in loco* resgata histórias perdidas no tempo e consegue captar minuciosamente diversos detalhes que permitem ao leitor torná-las vivas no momento presente.

Cenários como o relógio arquitetônico criado pelos ingleses para se sentirem em casa, a passarela (que divide a cidade alta da baixa), as casas em estilo inglês, o trem, a fumaça, a chaminé, o apito, a cabine, a plataforma, a lenha, a

neblina, o clima úmido, a escuridão, os acidentes, as mortes, entre tantos outros, são peças que constroem a história de cada personagem, mesmo que atualmente só exista a ferrugem dos trens abandonados.

Uma das personagens, Márcia de Jesus Correia, passou a morar na vila aos 14 anos, assim como o pai, o sogro e o irmão, que também ingressaram a vida pelos trilhos. Ela sente orgulho ao dizer que nasceu num vagão.

Outra moradora, uma das mais antigas de Paranapiacaba, D. Francisca, vê a Vila como uma poesia, “aqui a vila é mágica, a vila aparece e desaparece. Tem horas que você vê o morro. Tem dia que não vê nada...”. São histórias que jamais poderiam ser contadas, não fosse a preocupação com o jornalismo literário.

Ao longo desses anos, desde a década de 70, os trens se perderam, um a um. Em 1980, aconteceu um misterioso incêndio da antiga estação. O segundo funicular foi extinto e os ferroviários que operavam as máquinas na serra ficaram sem trabalho.

Os relatos são contados como um ato de indignação. Paranapiacaba sofreu as consequências do descaso público. Nessa narrativa sobre a “senhora inglesa” (o trem), ainda há uma sinfonia de apitos, uma saudação entre uma máquina e outra, frequentada atualmente pelos turistas, em direção ao museu. Um curto trajeto é refeito, após 100 anos de história.

Para o autor, a vila ainda respira, pulsa, apesar das dificuldades. Os sinais da decadência estão em todo lugar, nas casas e construções deterioradas. Voltar a funcionar é uma possibilidade remota.

Na segunda parte desse texto, a autora Luciana conta sobre a importância desse trabalho e sacrifício dos ferroviários. Os incidentes eram frequentes na manutenção dos trilhos e por causa da neblina não enxergavam o trem se aproximando, conseqüentemente perdiam a vida ou parte do corpo era amputado.

Após anos de dedicação, os funcionários foram demitidos e se afligiam porque tinham famílias para sustentar. As demissões preocupavam a todos, pois temiam que a linha deixasse de funcionar.

A história para os próprios personagens está enraizada e é fascinante, principalmente por aqueles que viveram o auge da ferrovia.

Para a autora, a história desses imigrantes não pode se perder no tempo. Por isso, a narrativa traz à lembrança tanto as pessoas que se entristeceram com o lugar e muitas outras que, ainda hoje, alimentam-se espiritualmente das recordações das experiências e do tempo ali vivido.

O pescador Marino Streck

O pescador Marino Streck é descrito no quarto capítulo do livro, pela escritora Manuela Colla, como uma pessoa simples e intrigante. Nascido em Jaraguá do Sul, no Vale do Itapocu (Norte de Santa Catarina), desde menino admirava e aprendeu a arte de pescar com o pai e o avô, embora eles fizessem o possível para dissuadi-lo.

Marino costumava ouvir as histórias do vô sobre o feito de ter viajado todo o oceano até chegar ao Brasil. Eram relatos sobre a grandiosidade do mar que o ancião conhecera para chegar da Alemanha ao Brasil, viagem que durou duas semanas. O avô dizia ao menino que o mar era fugaz e traiçoeiro, mas ao mesmo tempo encantador.

Em síntese, a autora narra a vida repleta de aventuras, desafios e perigos, de um pescador e sua rotina. Conta, também, como ele conheceu o grande amor da sua vida, a índia Itaguacira, e sua teia de relacionamentos com os companheiros de labuta: Roberto (chamado por ele de Tido), com quem lidava no mar por 18 anos, e o cachorro vira-lata Pingo.

O texto descreve as dificuldades e aprendizados de Marino em alto mar e também na terra. Ele sabe que não é capaz de controlar o tempo e precisa, portanto, ter paciência e respeito com a fúria da natureza.

Para Mariano, a experiência no mar é descobrir que ter menos é viver mais. O negócio da pesca é a sabedoria, a segurança maior está no mar e não no chão e ele busca um caminho entre a terra e o mar, acreditando na beleza e importância do que se faz.

Velha Nova Armênia

Julienne Gananian em seu texto *Velha nova Armênia*, relata a história de idosos de origem Armênia que moram num asilo, localizado no Imirim, bairro da Zona Norte de São Paulo. O bairro é composto por casas antigas e carentes de reforma, crianças na rua e pessoas sentadas nas calçadas, o que remete a uma cidade do interior. No bairro ainda há Armênios que resistiram ao tempo e falam a língua de seu país.

No asilo, os idosos são cuidados por Henrique, guardião da casa e outras duas moças (não Armênias). A maioria dos internos são mulheres e há apenas um homem, “que se esqueceu de envelhecer”, o senhor Rafael.

Julienne percorre a rotina e o ambiente em que eles vivem. Os idosos têm uma rotina normal, são medicados, se alimentam, assistem TV, ouvem música e

esperam esperançosos as visitas, que acontecem três vezes por semana. São tratados com carinho e paciência. A casa também é bem cuidada.

As vistas apagadas, o caminhar lento e solitário; a perda de memória, as marcas de sofrimento no rosto, tudo é facilmente visível. É como se deixassem o amanhã nas mãos dos mais próximos ou mesmo se entregando a Deus.

Na sala, a repórter se acomoda em uma das poltronas antigas. Primeiramente conversa com D. Marisa, a mais velha da casa, com 91 anos. Ela conta sua vinda da Armênia para o Brasil, aos oito anos e diz que os Armênios fugiram com suas famílias depois do massacre que exterminou mais de 1,5 milhão de armênios, em 1915.

Os idosos do asilo esperam muito do futuro e embora não tenham mais forças, têm a esperança de que os jovens construam e redescubram o seu mundo novo, enfrentando os desafios da vida.

As artérias do Agar

Produzido por Patrícia Baptista, o texto *As artérias do Agar* retrata a vida de crianças e adolescentes portadoras do HIV e soropositivos, que vivem no Sítio Agar, fundado pelo missionário holandês Antonius Van Noije (conhecido como frei Antonio), em 1993, na cidade de Cajamar, interior de São Paulo.

Ela menciona que, o homem na sua constante agitação do dia a dia se esquece que em suas veias e artérias bombeia sangue a todo instante, um sangue que é misturado por conquistas e angústias, como o de todas as pessoas que lutam por essa causa no Sítio Agar.

O Sítio possui três casas, duas pertencem à Casa de Agar, que acolhem portadores do vírus e a outra, a Casa de Ismael, recebe crianças e adolescentes que foram afastados judicialmente de seus familiares por conta de violência doméstica ou desestruturação familiar. A Casa de Agar é dividida por faixa etária, de zero a oito e de nove a 18 anos.

O abrigo é uma organização não governamental, que sobrevive de doações e o apoio da própria Holanda (embora esse patrocínio esteja chegando ao fim). No ano de 2007 havia 45 abrigados, somando as três casas. Ele foi construído em estilo europeu no alto de um morro, cercado pela Mata Atlântica.

Agnes, a funcionária mais antiga do Sítio conheceu o local por meio de uma palestra na igreja e sentiu-se tocada para ajudar. Para ela, a missão da casa é

conviver de forma feliz, sem preconceitos e permitir que as crianças com vírus “morram com dignidade”.

A cada morte é momento de reflexão, embora não estejam preparados para as perdas. Agnes ainda relata que as mortes foram amenizadas por meio do tratamento com o coquetel e acredita que a cura para a doença já exista.

As crianças, ao chegarem ao abrigo, trazem apenas os documentos e alguns pertences; vem de várias partes do país, muitas vezes encaminhadas por fóruns e hospitais. A guarda delas passa a ser do frei Antonio.

E assim, as veias dos funcionários e dos colaboradores se enroscam com as veias das crianças e do Sítio. Os cuidadores precisam ser extremamente profissionais, mas não se está livre dos sentimentos.

A repórter Patrícia Baptista observou de perto que o ambiente não é de crianças doentes e debilitadas, elas são felizes e convivem naturalmente com o vírus, para elas é uma vida extremamente normal.

Teatro de esperanças

O sétimo capítulo, escrito por Maria Pagenotto, é composto por diversos personagens que vivem na rua; cada uma possui uma história de vida marcante e sofrida no passado e no presente. O texto se inicia contando a história de seis pessoas que se juntam às outras todas as quintas-feiras.

O ponto de encontro é um antigo teatro, construído nos anos 1950. Elas se reúnem todas para fazer teatro, tomar um chá, fazer um lanche e ensaiar e trocar experiências da vida cotidiana. Nesse espaço, elas sabem que podem ser elas mesmas, sem cobranças e sem preconceitos.

Em sua maioria, trata-se de pessoas desempregadas que moram em diferentes pontos na rua. Algumas sonham em reconstruir a vida, a família e ter um lugar para morar; outras, identificam-se com a rua e “são felizes assim” mesmo. Uma das moradoras foi alcoólatra e sofreu abusos sexuais (inclusive do próprio pai). Teve cinco filhos, mas perdeu a guarda. Sonha em um dia tê-los de volta.

O teatro também possui uma parceria com o albergue Glicério, eles integram o Centro Franciscano de Reinserção Social, projetos do Serviço Franciscano de Solidariedade, que é acompanhado pela irmã Teresinha, da ordem Franciscana e por Ricardo, coordenador da organização.

A irmã tem como função ouvir, orientar, ensinar e dar afeto às pessoas, já Ricardo é considerado pelos usuários um verdadeiro acolhedor. Ele é contra o assistencialismo e acredita que é possível praticar a reinserção social. Para isso, é necessária a participação da sociedade.

Entre eles há muitos moradores com profissão, como é o caso do radialista Rogério, formado pela Unicamp, que usa sua voz na Rádio Franciscano, programa 100% alegria. Já recebeu propostas de trabalho, mas seu sonho é ajudar a companheira a conseguir a guarda dos filhos.

Esse espaço, tanto o teatro, como o albergue, ressaltam e valorizam as pessoas como elas são e também não discriminam quem bebe ou usa drogas, o que o diferencia das demais instituições, que trabalham apenas com o assistencialismo

O outono de Fernanda

O oitavo capítulo, escrito por Felipe Modenese, fala sobre a vida que deve ser vivida intensamente, sem medo, até a última gota. Narrando a história de Fernanda, uma jovem moça de 26 anos, que, de repente, passou a sentir fortíssimas dores de cabeça, mal estar, crise epilética e perda de consciência no ano de 2004.

Na ocasião, ela foi internada para realizar alguns exames; mas, com a notícia inesperada da gravidez, ficou eufórica e em estado de graça. Exames mais precisos do cérebro não foram feitos, talvez pela falta de convênio ou dificuldades, então, depois de inconclusivos laudos, optou pelo tratamento de epilepsia, mas os sintomas permaneceram durante a gravidez.

O filho Caíque nasceu saudável, em 03 de novembro de 2004. Durante o primeiro ano após o parto a jovem ficou entusiasmada e optou por cuidar da criança com todo esmero; no entanto, a dor forte na cabeça não cessava.

No início de 2006 conseguiu um convênio e conheceu o Dr. Helder, que pediu exames de tomografia e ressonância magnética. O diagnóstico foi um tumor cerebral, o que ocasionou na mente dela uma sentença de morte devastadora.

Segundo o médico, se as pessoas que a atenderam há dois anos estivessem preparadas poderiam ter diagnosticado a causa e saberiam que crises epiléticas são sintomas comuns de tumores cerebrais em estágio inicial.

Baseado nesse fato, o autor usa uma frase de Lao Tse no início do capítulo: “Por isso, o sábio trava conhecimento sem afirmações categóricas e lança seus

ensinamentos sem palavras”. Sem sombra de dúvidas, o conhecimento teria feito a diferença.

Fernanda era vaidosa, com 1,72, e 54 kg, “tinha um corpo de bailarina”, comenta a mãe orgulhosa, que sempre estava ao seu lado. No dia da cirurgia, Fernanda passeava tranquilamente por todas as alas da recepção, conversando e fazendo amizade com todos. Adorava falar e queria ser psicóloga depois que ficasse boa.

O médico poderia extrair o tumor ou parte dele, mas só saberia durante o procedimento cirúrgico. Fernanda confiava plenamente no médico, sorria e permanecia confiante. Após a cirurgia ela passou muito bem, relatou o médico.

Futebol que se joga na rua

Luciana Noronha narra a história de um heterogêneo grupo de jogadores de futebol formado por moradores de rua de diferentes idades e estaturas. Alguns deles vieram de outros Estados de São Paulo e, não tendo para onde ir, moram em albergues.

Fazem parte do time por meio da Organização Civil de Ação Social (Ocas), que também edita a revista *Ocas*, vendida pelos próprios moradores de rua; entre eles, alguns dos jogadores. Ivo, o goleiro do time, veio de Minas para São Paulo para tentar arrumar emprego e melhorar de vida, mas não veio nem o emprego e nem o dinheiro.

Sem moradia e sem opção morava em albergues, que para ele, “mas parecia uma prisão em regime semiaberto”. Contou que não gostava de albergue, assim como outros jogadores, pois a vida não é fácil, devido às regras excessivamente burocráticas.

Os treinos aconteciam aos sábados de manhã e a autora precisava entrevistar o técnico Flávio Rodrigues, conhecido como “Pupo”, que vinha de São Roque para São Paulo. Ele era a pessoa mais indicada para contar a história do time, pois os acompanhava desde o princípio.

Numa manhã de sábado, a repórter e os jogadores aguardam Pupo. Ele conta a ela que estão juntos desde o segundo campeonato mundial de rua - Homeless World Cup, organizado pelo INSP (Organização internacional dos jornais de rua).

O técnico disse que são projetos voltados para moradores de rua de todo o mundo, mas que enfrentava dificuldades para participar dos campeonatos. A

entrevista aconteceu na quadra, enquanto os jogadores treinavam e trens ensurdecidos transitavam ao lado, a cada dois ou três minutos.

A ideia é trabalhar com pessoas que queiram de fato sair das ruas e se inserir na sociedade novamente, uma vez que o esporte é um meio de inserção e de resgatar as pessoas da marginalidade. Os jogadores demonstram respeito ao técnico, inclusive há também uma mulher, única brasileira a embarcar para a África do Sul com o time, Pilar, amiga de Ivo.

O treino finalizou e ninguém sabia o placar, mas o importante era mesmo o treino. Nesse momento, todos os jogadores vão para o vestiário e depois voltam para suas sedes, é como se uma triste realidade de exclusão os atingisse. Durante os torneios são idolatrados; fora de campo, a vida é a mesma – de exclusão e abandono.

De árvores e pulmões

Karina Muller, a partir de uma experiência pessoal ao praticar o Ecoturismo, atividade que está no Brasil há 11 anos, se depara caminhando sob a copa das árvores por meio de escadas de cordas, tirolesa, pontes e rapéis. Ela pôde olhar as árvores como elas veem o mundo, de cima para baixo.

Percebeu a majestade das árvores com um olhar diferente, um contato direto com o mundo verde e quieto. Nessa travessia observava a Mata Atlântica nativa e as araucárias da Serra da Mantiqueira.

A escritora sentiu-se segura e dependente porque estava exercitando a humildade diante da natureza; de perto, compreendeu o mundo e o silencioso fascínio que elas simbolizam para a continuidade da história.

O texto também relata a importância das árvores e que elas se transformam em objeto de estudos, debates e campanhas. A árvore absorve o dióxido de carbono, um dos gases que degradam os recursos naturais do planeta.

Projetos como a *Iniciativa Verde* colaboram para que haja mais árvores, mas existe uma demanda de profissionais para dar continuidade, que é escassa. E ainda há no Brasil o problema do desmatamento, que virou uma indústria lucrativa.

Nem tudo está perdido! Há pessoas ainda que preservam o meio ambiente, como é o caso da jornalista Ruth Guimarães, que mora em um terreno de 3.600 metros quadrados na cidade de Cachoeira Paulista e os moradores de Bom Jesus do Bocaína, que zelam por quatro enormes sapucaias na praça

central do povoado. Estudiosos calculam que elas têm aproximadamente 350 anos.

Para encerrar o texto, ela conclui que as árvores estão presentes nos mitos da humanidade, na Bíblia (Antigo Testamento) e fazem parte das diferentes tradições dos povos.

Dinossauros imortais

O jornalista Zé Augusto de Aguiar em sua narrativa sobre o *rock and roll*, retrata essa música como *Dinossauros imortais*, porque ela continua viva e jamais será esquecida. Se alguém diz que ela morreu, é porque nunca a conheceu.

O rock, para ele, é visto como um companheiro das alegrias extremas e refúgio; o que o faz recordar o passado, sonhar e imaginar um futuro cheio de vida. Em sua opinião, é também um amigo que mobiliza as pessoas contra a alienação e a mediocridade.

Vive-se numa sociedade de consumo onde alguns músicos atuais são oportunistas e individualistas. Pregam a imbecilidade e são músicos descerebrados. Em síntese, para Zé Augusto, as músicas recentes não cantam nossos heróis, nossos valores e a ideia de um mundo de paz. Faltam energia e poesia nas canções atuais.

Ele compara as músicas que não possuem significado como uma espécie de “*fast food* auditiva”, tudo isso com o objetivo de alimentar as massas indisciplinadas e adormecê-las, sem sonhos e raciocínio, a ponto de ter o cérebro devorado. É uma juventude anestesiada.

Assim como ele, há outras pessoas apaixonadas pelo rock. Para Matias, estudante de engenharia, depois de ouvir uma canção ele fica mais forte e corajoso. O *rock and roll* é contra o descaso dos poderosos e alienados. O escritor espera que esse velho dinossauro prossiga alimentando a alma e a indignação da humanidade.

A clarividente Neiva

Isabel Fonseca, jornalista nascida em Brasília relata a experiência de vida da clarividente Neiva, que tem o poder de “prever o futuro”, e que vai descobrindo esse dom com o passar dos anos e dos novos conhecimentos religiosos.

Neiva nasceu no dia 30 de outubro de 1925, em Propriá, no norte de Sergipe. O pai era engenheiro agrônomo e a mãe, uma mulher caseira. Ainda na infância mudou com a família para Goiás, onde cresceu. De pele morena, possuía traços de uma cigana de origem espanhola.

Casou-se aos 17 anos, teve quatro filhos e ficou viúva aos 24 anos. O marido morreu de cirrose. Para sustentar os filhos trabalhou em várias áreas, mas se identificou com a profissão, era caminhoneira. Enquanto trabalhava, a afilhada Gertrudes ajudava a cuidar dos filhos e da casa.

Em 1951, já havia comprado dois caminhões. Em 1956, recebeu um convite do amigo Bernardo Sayão para ir com ele trabalhar na construção da nova capital do Brasil, aceitou o convite e se mudou com toda a família, inclusive com a afilhada, amiga fiel e companheira.

Ela dirigia para todos os lados levando materiais de construção e operários para a Esplanada dos Ministérios e para as quadras residenciais projetadas pelo urbanista Lúcio Costa. Entre um intervalo e outro, fumava um cigarro.

Nos últimos anos algumas experiências a incomodavam devido às visões que tinha, quando ainda morava em Goiás. Certo dia ela viu um casal no ponto de ônibus e sobre eles a imagem de que o próximo ônibus iria tombar, mas ela conseguiu impedir que aqueles jovens embarcassem. De fato, aconteceu o que havia previsto e os jovens agradeceram (quatro pessoas morreram).

Nesse dia ela percebeu que tinha uma responsabilidade a cumprir e deveria aprender a lidar com essa força para melhorar sua vida espiritual e ajudar as pessoas. Nessa época era católica fervorosa.

Anos depois, já morando em Brasília, saiu do trabalho e dirigia seu caminhão de volta para casa, quando de repente teve a sensação de que havia alguém sentado no banco do passageiro, mas desviou o olhar e preferiu não encarar. Era uma mulher com sorriso ansioso, mas acelerou o caminhão e, ao chegar em casa, foi correndo para o quarto como se nada tivesse acontecido.

Os dias se passaram e as alucinações aumentaram, então, ela resolveu procurar ajuda com amigos e um vigário. Ela achava que era excesso de trabalho, mas nem a igreja e nem a medicina puderam ajudá-la. Começou a ouvir vozes, “a luz brilhará de dentro pra fora, vá caminhando e distribua o bem que Deus te concedeu...”

Outro dia, a voz novamente. E ela perguntou: o que quer que eu faça? E a voz respondeu: “você veio para continuar a jornada de Amonrá, de Akhenaton do delta Nilo”. Neiva sofria com seus conflitos e chorava sem esperanças.

A notícia sobre seus poderes começou a se espalhar pela cidade e chegou aos ouvidos de Mãe Neném, uma senhora kardecista, que se tornou sua nova amiga e parceira de muitos anos. Aos poucos, Neiva se entregou ao mundo dos espíritos e tinha como mãe espiritual a Mãe Yara, entre outros guias.

Essa nova mãe espiritual tentava convencê-la da sua realidade como missionária de Pai Seta Branca, um espírito de Luz. Neiva procurou conhecer essa missão e descobriu que ele esteve na terra pela primeira vez há 32 mil anos atrás (liderando homens e mulheres).

Neiva teria a missão de dar continuidade a essa corrente de amor e que ele estaria em ação novamente, mas dessa vez, por meio dela. Um templo foi construído para atender as pessoas com problemas espirituais, emocionais e físicos, chamado Vale do Amanhecer, localizado no quilômetro dez da rodovia DF-15.

Uma construção de pedra e alvenaria com formato de elipse; e cerca de 2.400 metros. Aberto todos os dias, 24 horas. Por mês, cerca de setenta mil pessoas. Todos seguidores da Tia Neiva.

Ela, os quatro filhos, a afilhada e o novo marido, Mário Sassi, moravam na Casa Grande, localizado na praça central do Vale que ficava protegida por cerca de arame (após sua morte, essa casa virou museu).

Depois de muitos anos em seus rituais, Tia Neiva ainda se questionava para que ela havia sido escolhida. Ela nunca entendeu qual era sua missão. Sempre demorou muito para encontrar sua missão na religião, mas sempre se comprometeu com o povo e buscou ensinamentos, inclusive se formou.

Segundo as vozes que ela ouvia, a mãe Yara dizia que ela veio para auxiliar na preparação da fase de transição de um milênio que termina e outro que se inicia. Ela era contra os trabalhos de umbanda, que só serviam para escravizar o ser humano.

Exames detectaram o motivo das dores que sentia: miastemia grave. Trata-se de um distúrbio neuromuscular que deixa o doente com fadiga e exaustão do sistema muscular.

Em outubro de 1985, respirava por um tubo de oxigênio e seus pulmões enfraqueciam. Faleceu no dia 15 de novembro desse mesmo ano. Pessoas dos quatro cantos do Brasil vieram para o velório, que durou sete dias.

O povo nutria por ela respeito porque seu poder e clarividência eram únicos. Atualmente o Vale do Amanhecer é comandado pela família de Tia Neiva, os filhos e o marido.

Vidas em concreto

Narrado por Paloma Lopes, *Vidas em concreto* remete a um condomínio chamado Copan, localizado na Av. Ipiranga em São Paulo e habitado por moradores das mais diferentes classes sociais. São seis blocos e possuem apartamentos que variam entre minúsculo e grande. O CEP é exclusivo, designado pela prefeitura.

Oscar Niemeyer, o pop star da arquitetura é autor do projeto inicial, em 1952. Ele tinha como ideia levantar um centro turístico nos modelos de *Rock Feller Center* em Nova York, mas o arquiteto Carlos Lemos fazia constantes mudanças no projeto, então, Oscar resolveu abandonar o projeto.

O Edifício passou por várias dificuldades, inclusive, no final da década de 70 e 80 em que viver em São Paulo era para as pessoas sem classe. Nessa época o Copan se tornou um lar de prostitutas, traficantes e travestis e só na década de 90, com a chegada do síndico Affonso foi revitalizado o espaço e as coisas começaram a melhorar.

O Edifício usufrui de um espaço comercial no andar térreo do condomínio e ao lado de fora impera muitas lojas, salão de beleza, padaria, igreja, restaurante, além de um punhado de cachorros que ficam soltos pela rua. Sua fachada é sinuosa e considerada como a mais famosa do Brasil.

Simplesmente mulata

Simplesmente Mulata, é um texto escrito por Agnaldo José que narra a história de um verdadeiro amor entre Domingos, moço simples da roça, e a mulata Resplandina, abandonada pela mãe na infância e criada pela madrinha.

Domingos teve paralisia infantil aos dois anos e, por isso, tinha um de seus braços bambo e a mão virada pra trás. Na infância, via seus irmãos brincando e queria fazer a mesma coisa, mas não podia. Ao crescer, a vida lhe deu resistência e aprendeu a ser forte para enfrentar os problemas.

O pai de Domingos, Marcelino Coelho, filho de imigrantes portugueses era muito severo. Teve nove filhos e moravam no sítio, no interior de São Paulo, Santa Rosa de Viterbo.

Magro e de estatura baixa. Pulava às cinco da manhã todos os dias para ir ao pasto, com sua carroça e o burro no cabresto. Passava o dia no canavial, cortando

cana-de-açúcar e transportando-a para a cidade. Ele precisava trabalhar muito para dar conta do trabalho imposto pelo pai.

E assim, foi a vida de Domingos até os 21 anos. Certo final de tarde, ao levar a cana-de-açúcar para a cidade, passou próximo a uma escola e viu uma mulata na janela observando o movimento; os olhos pareciam jabuticabas, nesse momento ele sentiu um sentimento estranho.

O pai de Domingos não aceitava o namoro porque ela era negra, e por dois anos os dois apenas trocavam olhares. Marcelino conseguiu que a madrinha tirasse a mulata da escola e a levasse de volta para a pensão, mas isso não foi empecilho.

O padre sempre os observava e percebeu que eles se amavam de verdade e dizia que eles “pareciam dois querubins”. Certo dia, o padre falou para Domingos que queria conversar com o pai dele na casa paroquial. As pernas dele tremeram.

No domingo, o pai foi até a casa paroquial e o padre pediu para realizar o casamento. Depois de muita insistência, o pai concordou, mas impôs que ele continuasse morando e trabalhando para ele. Eles se casaram em 5 de fevereiro de 1937.

Domingos após o casamento queria um novo trabalho, mas o pai o deixou sem opção e ele foi trabalhar em um sítio vizinho, mas o pai viu o sofrimento do filho, arrependido passou por baixo da cerca e pediu para ele voltar.

Domingos com lágrimas nos olhos voltou e o pai deu a ele um pedaço de terra para plantar, colher, vender e criar a sua família, mas ao mesmo tempo, o pai pediu que ele continuasse ajudando a puxar a cana para o engenho.

Ele trabalhou muitos anos no sítio do pai, mesmo após o casamento, mas chegou um momento em que ele pensava em ir embora para a cidade. Lá permaneceu apenas cinco meses, pois não tinha fartura e a barriga roncava. Voltar não dava mais, o trabalho do sítio diminuiu, os pais estavam velhos e o engenho estava desativado.

Mudou-se com a família para um sítio em Casa Branca, plantou algodão, milho e feijão, mas a alegria durou pouco. Depois recebeu um convite do filho mais velho para morar no Paraná e lá plantou um cafezal, mas a geada destruiu tudo. Domingos desanimou, pegou um caminhão e voltou para o sítio em Casa Branca.

A esposa sempre o acompanhou em todas as decisões, mas já estava com a idade avançada. Certo dia ela desmaiou em seu quarto e foi levada ao hospital. Ficou doente por três anos e três meses, o diagnóstico foi Alzheimer.

Mulata aos poucos definhava, não reconhecia as pessoas e perdeu a fala. Domingos cuidou dela o tempo todo e ficava em volta da cama, sem desgrudar.

Antes da morte, ficou internada por quinze dias, o esposo ia vê-la todos os dias, beijava-a e chorava copiosamente.

Ela voltou para casa, mas não resistiu e faleceu no dia 14 de dezembro de 2006.

Foram 70 anos de convivência, lágrimas e sorrisos. Domingos ficou sozinho, em sua poltrona da cozinha, com os olhos úmidos e o chão, agora, não possuía o mesmo brilho do escovão da Mulata. Ele tem a certeza que ela está em algum lugar toda enfeitada, esperando por ele.

O medo em marcha a ré

Bruno Pessa, ao narrar o último capítulo do livro, relata a história de vários personagens que têm fobia em dirigir. Pessoas que veem o trânsito como uma arma mortal, um verdadeiro monstro, mas quando superado o trauma, revigora a autoestima.

O autor entrevista uma advogada, viúva e com dois filhos. Ela não era capaz de dirigir por medo, sentia-se inferior e impotente. Para completar, o esposo amedrontava-a com sua histeria e, também, sofreram um acidente a caminho de São Lourenço: o carro deu três voltas e caiu num barranco.

Com a morte do esposo viu-se obrigada a dirigir, e procurou ajuda em uma autoescola, com terapeuta e psicóloga. Seus dias voltaram a ser prazerosos, se redescobriu e até voltou a ser escritora.

O autor do texto *O medo em marcha a ré* entrevistou centros especializados que atendem pessoas com esse tipo de problema e, segundo eles, a maior dificuldade é a falta de segurança em si mesmo.

Apesar da dificuldade em enfrentar o medo, a discriminação e a exposição pública, a metodologia utilizada na clínica é importante porque procura trabalhar os traumas antigos e novos, de maneira humanizada, permitindo que a pessoa se sinta melhor e preparada para lidar com o fato.

37.

Imprensa, poder e política

Rosemary Bars Mendez¹

PUC-CAMPINAS - Pontifícia Universidade Católica de Campinas /
Unimep - Universidade Metodista de Piracicaba

PILAGALLO, Oscar. **História da Imprensa Paulista: jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma**, Editora Três Estrelas, São Paulo, 2012, 368 p.

O livro **História da Imprensa Paulista: jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma**, de Oscar Pilagallo, é um documento sobre os movimentos que marcaram o desenvolvimento da imprensa em São Paulo e sua forte ligação com os poderes constituídos ao longo da história. A obra passa a ser referência na literatura brasileira pela abordagem, ao comprovar as articulações existentes entre poder e imprensa, sem se esquecer de registrar iniciativas editoriais dos últimos cem anos.

1. Jornalista, doutora em Comunicação Social pela Umesp (Universidade Metodista de São Paulo), professora da PUC-Campinas e da Unimep

Marcado por uma narrativa histórica temporal, Pilagallo descreve de maneira clara a forma como os jornais de São Paulo se posicionaram em todos os momentos políticos nacionais, ajudaram os governos e se aproveitaram desses momentos para se fortalecerem como empresa de comunicação. Oscar Pilagallo, logo nas primeiras páginas de seu livro, define sua proposta: “Esta não é uma história do Brasil contada pela imprensa; trata-se, antes, de uma história do papel da imprensa nos rumos do país” (2012, p.11)

O autor fez uma intensa pesquisa de campo e pesquisa bibliográfica, com entrevistas e documentação sobre a imprensa paulista. Publicado por Três Estrelas, novo selo editorial do Grupo Folha, o título preenche lacunas deixadas pela *História da Imprensa no Brasil*, de Nelson Werneck Sodré, sobre o papel da imprensa paulista no cenário nacional.

É um trabalho que teve inspiração em publicações que mostram o desenvolvimento da imprensa no estado. O primeiro a se dedicar a este levantamento foi Afonso de Freitas, em 1914; seguido de Freitas Nobre, em 1950; depois Paulo Duarte, em 1972 e Sodré, em 1966 (primeira edição).

Mas quem é Oscar Pilagallo? Jornalista, ganhou o Prêmio Esso de Reportagem Especializada, junto com Xico Sá, pela matéria *Anatomia de uma licitação*, publicada na *Folha de S.Paulo* em 27 de abril de 1993, por revelar o cartel de empreiteiras existentes no Brasil ao ditar os preços e definir quem seriam as vencedoras das licitações de obras públicas. Pilagallo se formou jornalista em 1977, pela Fundação Alvares Penteado (FAAP/SP), mas começou a trilhar os caminhos do jornalismo em 1975, antes de concluir a faculdade. Passou pelas redações do *DCI* (Diário do Comércio e Indústria), da extinta revista *Bonas* (Londres/Inglaterra), do jornal *Gazeta Mercantil*, e *Folha de S.Paulo* e *Valor Econômico*, trabalhou na BBC de Londres, editou a revista *Entre Livros*.

O jornalista tem outros livros publicados, como *A Aventura do Dinheiro – uma crônica da história milenar da moeda* (Publifolha, 2000); *O Brasil em Sobressalto – 80 anos de história contados pela Folha* (Publifolha, 2002); *Direito e Economia* (Saraiva, 2008); *A história do Brasil no século XX*, dividido em cinco títulos, por décadas – de 1900 a 1920; de 1920 a 1940, 1940 a 1960, de 1960 a 1980 e de 1980 a 2000 (Publifolha); *Corrupção: Entrave ao Desenvolvimento do Brasil* (Editora Campus, 2013) e *História da Imprensa Paulista* (Três Estrelas, 2012). Traduziu para o português obras de Jonathan Franzen e Mikal Gilmore.

A *História da Imprensa Paulista: jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma* foi solicitada por Octavio Frias Filho, diretor da *Folha de S.Paulo*, ficou em segundo lugar no Prêmio Jabuti 2013, na categoria Comunicação. O trabalho permite

entender o poder exercido pela imprensa, cercada de interesses empresariais, envoltos em decisões econômicas e políticas do país. Para escrevê-la, Pilagallo se debruçou na leitura de 172 livros sobre imprensa, política e poder. De maneira abrangente conta os 190 anos da imprensa paulista em 367 páginas, dividido em sete capítulos:

- Pioneiros, panfletários e cabriões (1823 1889)
- A República empastelada (1889 a 1930)
- Resistência e cooptação de Vargas (1930 a 1945)
- Conspiração contra o 'perigo escarlate' (1945 a 1964)
- O jornalismo possível na ditadura (1964 a 1984)
- O protagonismo das redações (1984 a 1992)
- Entre a convergência e a polarização (1992 a 2010)

A contribuição desta obra para as futuras gerações de estudantes, jornalistas e pesquisadores está em esmiuçar pontos históricos importantes para se entender essa relação jornal e poder, homens da imprensa (leia-se donos de jornais) e interesses políticos e econômicos. Essa linha de pensamento garante integrar Oscar Pilagallo na lista de inovadores das Ciências da Comunicação, visto que os episódios centrais da história política nacional ganham nova luz com a análise que faz sobre o posicionamento político-editorial da imprensa paulista.

A produção envolve desde os primórdios da imprensa em São Paulo, com *O Paulista*, editado no dia 22 de setembro de 1823, escrito à mão, em folhas de papel almaço, com apenas oito exemplares, tendo à frente Mestrinho – Antonio Mariano de Azevedo Marques. Para circular, recebeu a autorização da Corte no Rio de Janeiro com o alerta para que ultrapassasse os limites, sob risco de ser fechado.

Seu nascimento aconteceu 15 anos após o *O Correio Braziliense* circular na então colônia, e marca a postura política a favor da monarquia constitucional, uma posição intermediária entre os dois extremos políticos da época: a monarquia absolutista e o federalismo republicano. O primeiro jornal impresso em São Paulo foi *O Farol Paulistano*, em 1829, o que marca definitivamente o atraso da imprensa paulista em relação ao que já acontecia no Brasil, com a circulação do *Correio Braziliense* e da *Gazeta do Rio de Janeiro*, ambos de 1808, entre outros títulos como o *Diário do Rio de Janeiro*. A *Aurora Pernambucana*, em Recife e o *Diário Constitucional*, em Salvador.

Pilagallo defende que a imprensa paulista representa um conjunto de forças políticas e procura assim fazer o alinhamento de poder que marcaram o

exercício do jornalismo em São Paulo, com mudanças editoriais nos diferentes regimes e governos. Esse apontamento está em cada capítulo, sempre registrando o posicionamento da imprensa de acordo com os ares políticos em vigor. O livro, marcado por uma narrativa cronológica, descreve de maneira clara a forma como os jornais se aproximavam dos governantes e se aproveitaram desses momentos para se fortalecerem como empresa de comunicação.

Durante o império, São Paulo teve cerca de 445 periódicos, muitos com pouco tempo de vida, com dificuldades técnicas e econômicas, mas a maioria com postura política diante das transformações do país. Nessa história, está atuação de jornalistas importantes, como Líbero Badaró que utilizou o jornal como instrumento de defesa de ideais e de luta política. Assassinado em 1830 tinha ideais liberais, escreveu para o *Farol Paulistano* e para o *Observador Constitucional*. (2012, p.13).

Ao reconstruir essa história, apresenta os jornais que existiram no século XIX e no século XX, e os papéis políticos que desenvolveram ao longo de suas trajetórias, as mudanças tecnológicas iniciadas no final do século XX com a internet e as transformações vivenciadas pelos grupos de mídia no início do século XXI.

Para cada década retratada, o autor destaca os eventos históricos que julga importantes e elenca os títulos mais importantes, como a fundação do jornal *A Província de São Paulo*, que alterou seu nome para *O Estado de S. Paulo* logo após o advento da República, um dos primeiros títulos a adotar a venda de edições avulsas na rua.

O autor avalia que a história deste jornal “se confunde com a dos últimos anos do Segundo Reinado, período marcado pela progressiva difusão das ideias republicanas, para qual o jornal deu decisiva contribuição” (2012, p. 38).

Com a República, os ares em São Paulo mudaram. A imprensa deixou de engatinhar para começar a traçar o caminho da imprensa industrial ao mesmo tempo em que fortaleceu suas relações com o poder central (2012, p. 46), com publicações mais duradouras e com atuação política mais contundente, embora ainda atrasada se comparada à imprensa carioca. O livro é uma verdadeira revisão histórica do século XX, passando pela ação política dos principais jornais paulistas em eventos históricos, como a Revolução de 1930 e da Ditadura Militar.

Ao mesmo tempo comprova com suas pesquisas o fortalecimento e o crescimento em termos industriais e econômicos que a imprensa paulista teve durante os períodos de exceção, a partir do apoio político dado a estes governos. Como Assis Chateaubriand que apoiava Getúlio Vargas por ter conseguido ajuda financeira do governo em 1927, quando Chateaubriand era ministro da Fazenda, para lançar a revista *O Cruzeiro*. Ou mesmo Samuel Wainer que recebeu

ajuda financeira para o jornal *Última Hora*, que foi às bancas em março de 1952. “Os jornais noticiavam quase tudo, mas não para denunciar abusos ou excessos. É verdade que havia restrição à imprensa, porém naquele momento era supérflua: os jornais foram coniventes com a repressão por convicção anticomunista” (PILAGALLO, 2012, p. 111).

Pilagallo aponta que, durante o Estado Novo, as *Folha da Manhã* e a *Folha da Noite* não falavam de política; os Diários Associados foram cooptados pelo regime e poucos jornais foram oposição ao regime. “O fato é que os jornais cresceram durante o Estado Novo [...]. A circulação da *Folha da Manhã* subiu de 15 mil para 80 mil exemplares no período, e a *Folha da Noite*, embalada pelo noticiário quente da Segunda Guerra Mundial chegava a tirar oito edições diárias” (PILAGALLO, 2012, p. 113).

O *Estado de S. Paulo*, que se posicionava contrariamente ao governo de Getúlio Vargas e sofreu com a intervenção do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) foi, ao mesmo tempo, beneficiado em termos jornalísticos, em fase de prosperidade industrial. A postura política da imprensa contra o comunismo no Brasil rendeu bônus aos jornais paulistas: tinham visão favorável ao capital estrangeiro na economia nacional, posicionamento que perdura até os dias de hoje.

Muitos aturam para a consolidação do Golpe Militar de 1964, a exemplo do *Estadão* com a carta “Roteiro da Revolução”, escrita por Júlio de Mesquita Filho, para defender a intervenção militar na política brasileira, ao recomendar uma “limpeza radical nos quadros da Justiça”. Mesquita chegou a aprovar a tentativa de golpe contra Juscelino Kubtschek.

Mas também mostra como os jornais iniciaram um enfrentando ao governo ditatorial, postura até então adotada apenas por jornais alternativos. O *Estadão*, em edição de 10 de maio de 1973, anunciava a informação censurada com o anúncio da Rádio Eldorado, “Agora é Samba”. Um enfrentamento que causou problemas para o jornal, como diz Pilagallo (p. 182), mas lhe rendeu prestígio e reconhecimento público.

Nesse período aconteceu o fechamento da revista *Realidade*, marcou o início da circulação do periódico *O São Paulo* – que extrapolou a sua ação religiosa para o campo da política – o lançamento do jornal *Opinião*, entre outros títulos que nasceram para enfrentar a ditadura, além do nascimento do jornal *Notícias Populares*.

Enquanto isso, a *Folha de S. Paulo* demonstrava seu apoio ao governo militar nos editoriais de Otavio Frias. Nesse período, a Ação Libertadora Nacional acusava a *Folha* de fornecer os veículos para a repressão (2012, p.213). Essa aproximação com os militares garantiu que Frias fosse o primeiro a ser informado

pelo general Golbery de Couto e Silva sobre a intenção do governo em iniciar a abertura política, o que representou uma oportunidade empresarial para a *Folha de S. Paulo*. O jornal tinha se modernizado, estava numa situação financeira confortável e poderia tornar-se uma publicação influente ao defender nos editoriais a democratização. Nessa época, a opção foi pelo jornalismo engajado. Assim, passou a acompanhar todo o movimento político contra a Ditadura Militar e ganhou a adesão do público.

De acordo com o autor, foi em 16 de janeiro de 1974 que a *Folha de S. Paulo*, pela primeira vez, em editorial “referia-se ao Golpe Militar de 1964 de maneira neutra, como ‘movimento’, e não como ‘revolução’, cuja carga semântica é positiva. A *Folha* se afastava do governo à medida que a própria sociedade também o fazia” (PILAGALLO, 2012, p. 216).

As mudanças foram a oportunidade para que a *Folha* tornar-se um jornal de referência nacional contra a ditadura, tendo à frente Cláudio Abramo com a contratação de jornalistas e intelectuais contrários ao governo, o que rendeu ao jornal o conceito de pluralista. A posição editorial da *Folha* chamou a atenção do SNI (Serviço Nacional de Informação) que iniciou um processo de censura contra o jornal, resultando na saída de Abramo e com Boris Casoy na direção da redação, por fazer a mediação com o governo federal.

A principal contribuição de Pilagallo ao editar este livro está justamente em revelar os bastidores da imprensa e a relação com o governo nas últimas quatro décadas. Relata com detalhes o envolvimento da imprensa no movimento Diretas-Já, principalmente com o apoio da *Folha de S. Paulo*, o único a manchetar na edição de 26 de janeiro de 1984 o comício pelas Diretas-Já, ganhando o apoio popular por sua postura editorial. “Durante a campanha das Diretas-Já, o jornal tornou-se, entre os veículos de imprensa, o principal depositário dos anseios da sociedade civil. A população demonstrava querer virar a página da história da ditadura” (PILAGALLO, 2012, p.236).

O autor relata as eleições de Fernando Henrique Cardoso, Fernando Collor de Melo e o *Collorgate*, de Luiz Inácio Lula da Silva, a posição da imprensa na cobertura do mensalão e a campanha de Dilma Rousseff para a Presidência da República. “... a imprensa destacou mais a denúncia associada ao PT. Quando, mais tarde, soube-se que o dinheiro para a compra dos deputados passava por Marcos Valério, que também servia ao senador mineiro Eduardo Azeredo, do PSDB, a informação não foi tratada com a mesma indignação pela mídia” (PILAGALLO, 2012, p. 301).

Oscar Pilagallo aponta que a eleição e o processo de impeachment do presidente Collor foram o ponto principal da influência da imprensa no poder. A

imprensa apoiou a eleição de Collor contra Lula e, ao mesmo tempo, percebendo que não poderia mais sustentar esse apoio ao presidente pelas denúncias de corrupção iniciou uma campanha para sua destituição. A entrevista mais significativa foi a de Pedro Collor, na revista *Veja*, e a Isto É, com a entrevista do motorista Eriberto, denunciou o elo entre PC Farias e o presidente. Iniciava-se uma série de reportagens contra o Collor, além de estimular o movimento ‘cara pintada’ que levaram jovens nas ruas pedindo o *impeachment* presidencial. Hoje, reconhece, o poder de influência da imprensa na opinião pública é menor, tanto que os candidatos presidenciais mais criticados pelos proprietários de jornais e por jornalistas – Lula e Dilma – venceram as eleições. “As polêmicas que marcaram o período de redemocratização ocorreram paralelamente à contínua expansão das empresas jornalísticas [...] os grupos de mídia voltaram a fazer investimentos, em grande parte alavancados por empréstimos” (2012, p.311).

O foco de Pilagallo é principalmente o jornalismo impresso. Ressalta que a força da imprensa paulista está justamente no número de títulos em circulação. Para isso, avalia que o “peso da indústria jornalística de São Paulo é proporcional à importância do Estado para o país” (2012, p.314). Se, em 1823 a província de São Paulo tinha apenas um jornal, manuscrito, e estava isolada das decisões políticas, hoje sua importância é significativa. “Quase dois séculos mais tarde, o Estado de São Paulo contabiliza 1.126 jornais, dos quais 208 diários, o que representa cerca de um terço dos títulos publicados no Brasil. Não por acaso, é a mesma participação da produção paulista no PIB nacional” (2012, 315).

O autor, no último capítulo, faz ainda uma análise sobre a organização midiática paulista, grupos de mídia que se fortalecem economicamente e que enfrentam outra transformação, a digital, e concluiu que o futuro do jornalismo não depende da plataforma. “A internet ganha importância, mas nada indica que, no futuro previsível, ela substituirá o jornal, assim como a televisão não substituiu o rádio” (2012, 318).

Referências

AGUIAR, Josélia. *Imprensa, poder, leitores: uma conversa com Oscar Pilagallo*. Blog Livros Etc. *Folha de S.Paulo*, edição de 14 de outubro de 2013. Disponível <http://livrosetc.blogfolha.uol.com.br/2012/05/07/imprensa-poder-leitores-uma-conversa-com-oscar-pilagallo/>. Acessado em 15 de outubro de 2013.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**, *História da Imprensa Brasileira*, vol. I São Paulo: Ática, 1990, 4^a ed.445 p.

CASADEI, Eliza Bachega e VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. A história dos homens da imprensa e do poder em São Paulo. **Rumores** - Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias. Edição número 11, ano 6, | número 1 de janeiro-junho 2012, p. 331. Disponível <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/rumores/article>. acessada em 18.09.2013.

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

Programa

Século XX: Pragmatismo utópico

PARTE I – Ideias Precursoras

Raízes do Brasil: Sergio Buarque de Holanda (1936)
onde está a Comunicação?

Marialva Barbosa

Carlos Rizzini, um jornalista precursor

Antonio F. Costella

Área exótica do cosmo cultural:

Florestan Fernandes e o Folclore Paulista

Maria Cristina Gobbi

A Cultura e as Culturas no Brasil: O pensamento de Alfredo Bosi
Osvando J. de Morais

Antonio Candido e os estudos de comunicação
Carlos Eduardo Lins da Silva

A transição do Campesinato brasileiro da
sociedade tradicional para a moderna
Cristina Schmidt

Culturas móveis, sujeitos atemporais
Rodrigo Gabrioti

A propaganda antiga
Adolpho Queiroz

PARTE II – Ideias Pioneiras

Estudos Raciais no Rádio Paulistano:
raízes da Antropologia da Comunicação
Juliana Gobbi Betti

José Marques de Melo: o despertar de uma
mentalidade investigativa em comunicação
Waldemar Luiz Kunsch

Artemídia Devolvente: Capitão “Shazam!”, Cadê Você?
Pelópidas Cypriano PEL

Uma coletânea influente: Comunicação e Indústria Cultural, de Gabriel Cohn
Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Desbravando veredas: Samuel Pfromm Netto e a Comunicação de Massa
José Luís Bizelli

Uma releitura de “Cultura de massa e cultura popular” de Ecléa Bosi: caminho metodológico, bases conceituais e achados de estudo empírico
Cicilia M. Krohling Peruzzo

O Brasil cultiva a tradição do impasse?
Priscila Kalinke da Silva

Cândido Teobaldo de Souza Andrade: pioneiro das Relações Públicas no Brasil
Maria Aparecida Ferrari

O Declínio da Consciência de Classes
ante os Meios de Comunicação de Massa no Brasil
Ruy Sardinha Lopes

Mota revisa nossa ideologia, rigorosamente
Anita Simis

Vera Cruz: cinema brasileiro em transe no planalto abençoado
Antonio de Andrade

Gaudêncio Torquato
Jornalismo Empresarial: teoria e prática
Paulo Nassar

História e Comunicação: o mestre Virgílio Noya Pinto
Heloiza Helena Matos e Nobre

PARTE III – Ideias Inovadoras

A Noite da Madrinha, livro de Sérgio Miceli
Antonio Adami

Livro de Arruda inaugura a abordagem
científica da Publicidade
Roseméri Laurindo

Sociologia da comunicação:
A música sertaneja e a indústria cultural
Cristina Schmidt

Um diagnóstico preliminar da cultura do espetáculo
Mauro Souza Ventura

Joseph Luyten: um Inovador da Escola
Latino Americana de Comunicação
Maria Isabel Amphilo

O ensaísta e as imagens dos cineastas
Alfredo Dias D'Almeida

Jornal Nacional na perspectiva dos
trabalhadores: análise da audiência nos anos 80
Tyciane Cronemberger Viana Vaz

A cultura brasileira pela análise de
Nelson Werneck Sodré
Carla Reis Longhi

Comunicação eclesial católica: o clamor de Waldemar Kunsch
Roberto Joaquim de Oliveira

PARTE IV – Ideias Renovadoras

Existe mulher de verdade na imprensa
feminina brasileira?
Gisely Valentim Vaz Coelho Hime

O som ao redor ou tradição e modernidade, ou ainda, racionalidade e impro-
visação – O papel da censura na produção cultural brasileira
Maria Cristina Castilho Costa

Rock, nos passos da moda
Rosalba Facchinetti

Os “fazerres intencionados” no jornalismo
Marli dos Santos

Mídia e Região na Era Digital:
diversidade & convergência midiática
Marcelo Briseno Marques de Melo

Jornalistas e literários
Elizeu Corrêa Lira

Imprensa, poder e política
Rosemary Bars Mendez

Século XXI: Empirismo Crítico Transição Secular

PARTE I – Ideias revisoras

Um livro três-em-um
Monica Martinez

Vencemos a exclusão digital?
Francisco Machado Filho

Comunicação e planejamento nas teias da cultura: Reflexões sobre o livro
Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada
Luiz Alberto de Farias

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

Novos desafios para a literatura em Relações Públicas
Valéria de Siqueira Castro Lopes

O lugar próprio em questão
Rose Mara Vidal de Souza

As flores vencem o canhão
João Anzanello Carrascoza

Atualizações para o estudo da folkcomunicação
Iury Parente Aragão

Cinema Brasileiro – relações humanas e trabalho nos bastidores
da evolução tecnológica
Fábio Lacerda Soares Pietrarroia

Metáforas do discurso único, metonímias das culturas do trabalho
Roseli Figaro

Da Genética de um Texto – um palimpsesto genettiano
Paulo B. C. Schettino

Século XXI

PARTE II – Ideias instigadoras

Os pioneiros no estudo de quadrinhos no Brasil
Regina Giora

O Brasil antenado: a sociedade da novela
Maria Aparecida Baccega

Palavras, Meios de Comunicação e Educação
Ana Luisa Zaniboni Gomes

Censura em Cena – Cristina Costa
Barbara Heller

Um olhar sobre os novos olhares da Recepção midiática
e do espaço público
Clarissa Josgrilberg Pereira

A comunicação mediada pelo mundo do trabalho
Claudia Nociolini Rebechi

Do capital social ao capital comunicativo
Celso Figueiredo Neto

Censura a livros durante a ditadura
Flamarion Maués

PARTE III – Ideias inquietadoras

A compreensão da audiência da Rede Globo
Richard Romancini

A notícia como espetáculo ou o espetáculo da notícia
Maria Elisabete Antonioli

Olhares sobre a comunicação no limiar de um mundo global
Francisco Rolfsen Belda

O estudo das histórias em quadrinhos para além dos
condicionamentos da indústria cultural
Rozinaldo Antonio Miani

Comunicação publicitária em Propaganda e linguagem.
Trajetória, análise e evolução
Eneus Trindade

Sinais de uma outra TV
Eduardo Amaral Gurgel

Comunicação Popular Escrita: uma viagem
comunicacional das ruas ao livro
Eliane Penha Mergulhão Dias

As mídias na ficção
José Carlos Marques

Cultura das Bordas: comunicação e cultura em movimentos
Laan Mendes de Barros

A cultura gospel além das fronteiras do protestantismo
Paulo Ferreira

Examinando as entranhas da obra Autópsias do Horror
A personagem de terror no Brasil
Sônia Jaconi

A imagem muito além do cinema
Marcos Corrêa

Tratado de auditoria de imagem
Isildinha Martins

“O rosto e a máquina” como introdução à Nova Teoria da Comunicação, e ao
Metáporo como procedimento inovador de pesquisa
Ana Paula de Moraes Teixeira

PARTE IV – Ideias impulsionadoras

O reencantamento pela Comunicação
Renata Carvalho da Costa

Jornalismo sem fronteiras
Mariza Romero

A clareza do Barroco Boleiro
Matthew Shirts

Carpeaux: o jornalista como mediador cultural
José Eugenio de O. Menezes

Personagens e trajetórias que marcaram a história de São Paulo
Tyciane Cronemberger Viana Vaz

A Dinâmica das Tecnologias Digitais e seu Impacto na Produção,
Consumo e Difusão da Cultura Midiática
Nanci Maziero Trevisan

Ombudsman: pago para criticar
Ana Caroline Castro

A ALAIC na constituição da comunidade Latino-americana
de Ciências da Comunicação
Lana Cristina Nascimento Santos

Histórias, personagens e ideias: a trajetória da rádio
difusão da BBC no Brasil
Juliano Maurício de Carvalho

O papel da informação na economia capitalista
Pablo Ortellado

Estado e cinema no Brasil: educação, propaganda e diversão
João Elias Nery

A implantação da TV digital aberta no Brasil
Dirceu Lemos da Silva

Comunicação, ciência e convergência muito além dos tags
Daniel S. Galindo

Os Sons ao Redor
Marcelo Bulhões

Transgressão Sertaneja: obra que instiga à reflexão
Jane A. Marques

SUMÁRIOS

Volumes I, II e III

Sumário

Volume I

Prefácio

O desafio de comunicar	15
Celso Lafer	

Prólogo

As Ciências da Comunicação e sua pesquisa no Estado de São Paulo	19
Norval Baitello Junior	

Preâmbulo

Caminhos percorridos	25
Carlos Eduardo Lins da Silva	
Quem sabe, faz a hora	27
José Marques de Melo	
Vanguardismo Paulista	33
Osvando J. de Moraes	
Conquistas e carências	41
Maria Cristina Gobbi	

Prolegômenos

Avanços notáveis 49

Margarida M. K. Kunsch

Crítica e autocrítica 53

Antonio Hohlfeldt

Marcas da renovação..... 63

Marialva Barbosa

Cenários

Trajectoria conturbada: ECA-USP, Ano 50..... 77

Maria Cristina Castilho Costa

Lis de Freitas Coutinho

Pesquisa, Fapesp: Histórias para contar 87

Mariluce Moura

Personagens

Ismail Xavier:Visões em cena

O crítico e professor analisa o diálogo do cinema brasileiro com o teatro rodriguiano 97

Mariluce Moura

Neldson Marcolin

Thomaz Farkas: Otimista e delirante, mas nem tanto
Thomaz Farkas fala de sua rica vida como fotógrafo,
produtor de cinema, professor e empresário..... III

Mariluce Moura

Neldson Marcolin

Maria Immacolata Vassallo de Lopes: Telenovela,
a narrativa brasileira 127

Mariluce Moura

A prima pobre das ciências sociais
Entrevista de José Marques de Melo
a Mariluce Moura..... 143

Epílogo

Diversidade e riqueza..... 161
Margarida M. K. Kunsch

Permanente e itinerante 163
Fernando Ferreira de Almeida

Reconhecendo o saber produzido antes de nós..... 165
Marialva Barbosa

Complexo do colonizado..... 167
José Marques de Melo

Anexo

Ciclo de Conferências Fapesp/Intercom 2013:
Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos
A Contribuição de São Paulo..... 171

Sumários dos Volumes I, II e II.....181

Sumário

Volume II

Apresentação	17
José Marques de Melo	

Introdução

Ciências da Comunicação: Saga Brasileira (1963-2013).....	21
José Marques de Melo	

PARTE I – Ideias Precursoras

1. <i>Raízes do Brasil</i>: onde está a Comunicação?	33
Marialva Barbosa	
2. Carlos Rizzini, um jornalista precursor	41
Antonio F. Costella	
3. Área exótica do cosmo cultural: Florestan Fernandes e o Folclore Paulista	49
Maria Cristina Gobbi	
4. A Cultura e as Culturas no Brasil: O pensamento de Alfredo Bosi	67
Osvando J. de Moraes	

- 5.** Antonio Candido e os estudos de comunicação.....77
Carlos Eduardo Lins da Silva
- 6.** A transição do Campesinato brasileiro da sociedade tradicional para a moderna 85
Cristina Schmidt
- 7.** Culturas móveis, sujeitos atemporais 103
Rodrigo Gabrioti
- 8.** A propaganda antiga III
Adolpho Queiroz

PARTE II – Ideias Pioneiras

- 9.** Estudos Raciais no Rádio Paulistano: raízes da Antropologia da Comunicação 121
Juliana Gobbi Betti
- 10.** José Marques de Melo: o despertar de uma mentalidade investigativa em comunicação..... 135
Waldemar Luiz Kunsch
- 11.** Artemídia Devolvente: Capitão “Shazam!”, Cadê Você? 153
Pelópidas Cypriano PEL

- 12.** Uma coletânea influente: *Comunicação e Indústria Cultural*, de Gabriel Cohn 167
 Maria Immacolata Vassallo de Lopes
- 13.** Desbravando veredas:
 Samuel Pfromm Netto
 e a Comunicação de Massa 189
 José Luís Bizelli
- 14.** Uma releitura de “Cultura de massa e cultura popular” de Ecléa Bosi: caminho metodológico, bases conceituais e achados de estudo empírico 199
 Círcia M. Krohling Peruzzo
- 15.** O Brasil cultiva a tradição do impasse? 209
 Priscila Kalinke da Silva
- 16.** Cândido Teobaldo de Souza Andrade:
 pioneiro das Relações Públicas no Brasil 217
 Maria Aparecida Ferrari
- 17.** O Declínio da Consciência de Classes
 ante os Meios de Comunicação de Massa
 no Brasil 225
 Ruy Sardinha Lopes
- 18.** Mota revisa nossa ideologia,
 rigorosamente 233
 Anita Simis

19. Vera Cruz: cinema brasileiro em transe
no planalto abençoado243
Antonio de Andrade

20. Gaudêncio Torquato
Jornalismo Empresarial: teoria e prática 255
Paulo Nassar

21. História e Comunicação:
o mestre Virgílio Noya Pinto.....263
Heloiza Helena Matos e Nobre

PARTE III – Ideias Inovadoras

22. A Noite da Madrinha, livro de
Sérgio Miceli.....275
Antonio Adami

23. Livro de Arruda inaugura a abordagem
científica da Publicidade..... 285
Roseméri Laurindo

24. Sociologia da comunicação:
A música sertaneja e a indústria cultural293
Cristina Schmidt

25. Um diagnóstico preliminar da cultura
do espetáculo307
Mauro Souza Ventura

- 26.** Joseph Luyten: um Inovador da Escola Latino Americana de Comunicação..... 313
Maria Isabel Amphilo
- 27.** O ensaísta e as imagens dos cineastas323
Alfredo Dias D’Almeida
- 28.** Jornal Nacional na perspectiva dos trabalhadores: análise da audiência nos anos 80..... 335
Tyciane Cronemberger Viana Vaz
- 29.** A cultura brasileira pela análise de Nelson Werneck Sodré..... 345
Carla Reis Longhi
- 30.** Comunicação eclesial católica: o clamor de Waldemar Kunsch 357
Roberto Joaquim de Oliveira

PARTE IV – Ideias Renovadoras

- 31.** Existe mulher de verdade na imprensa feminina brasileira? 369
Gisely Valentim Vaz Coelho Hime
- 32.** O som ao redor ou tradição e modernidade, ou ainda, racionalidade e improvisação – O papel da censura na produção cultural brasileira 377
Maria Cristina Castilho Costa

33. Rock, nos passos da moda	385
Rosalba Facchinetti	
34. Os “fazeres intencionados” no jornalismo	391
Marli dos Santos	
35. Mídia e Região na Era Digital: diversidade & convergência midiática	401
Marcelo Briseno Marques de Melo	
36. Jornalistas e literários.....	407
Elizeu Corrêa Lira	
37. Imprensa, poder e política	425
Rosemary Bars Mendez	

Anexo

Ciclo de Conferências Fapesp/Intercom 2013: Ciências da Comunicação no Brasil: 50 anos A Contribuição de São Paulo.....	433
---	-----

Sumários dos Volumes I, II e II443

Sumário

Volume III

Prefácio

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

Introdução

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

Transição Secular

PARTE I – Ideias revisoras

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

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

Século XXI

PARTE II - Ideias instigadoras

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

PARTE III – Ideias inquietadoras

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

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

32. Tratado de auditoria de imagem..... 293
Isildinha Martins

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

PARTE IV – Ideias impulsionadoras

34. O reencantamento pela Comunicação..... 313
Renata Carvalho da Costa

35. Jornalismo sem fronteiras 323
Mariza Romero

36. A clareza do Barroco Boleiro 333
Matthew Shirts

37. Carpeaux: o jornalista como mediador cultural..... 339
José Eugenio de O. Menezes

38. Personagens e trajetórias que marcaram a história de São Paulo 347
Tyciane Cronemberger Viana Vaz

39. A Dinâmica das Tecnologias Digitais e seu Impacto na Produção, Consumo e Difusão da Cultura Midiática.... 355
Nanci Maziero Trevisan

40. Ombudsman: pago para criticar..... 365
Ana Caroline Castro

41. A ALAIC na constituição da comunidade Latino-americana de Ciências da Comunicação 373
Lana Cristina Nascimento Santos

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

Anexo

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

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

**Ciclo de Conferências
FAPESP / INTERCOM / UNESP / USP**

**50 anos das Ciências da Comunicação
no Brasil: a contribuição de São Paulo**
Agosto – Outubro
2013

Trata-se de fruto de intenso esforço editorial essa oportuna reunião, em três volumes, de textos apresentados ao longo dos três meses do evento que discutem os cinquenta anos das Ciências da Comunicação no Estado de São Paulo, quando trabalhos pioneiros e contemporâneos foram apresentados, debatidos e analisados por profissionais e pesquisadores da área, e agora se fazem presentes, neste momento especial do século XXI, recuperando autores, livros, temas, elementos, acontecimentos e ideias.

É inestimável o valor das contribuições e os sentidos e dimensões alcançados nesta edição agora disponibilizados para os pesquisadores da área e ainda às novas gerações em ação das Ciências da Comunicação no Brasil.

Paulo B. C. Schettino - UFRN