

PUC
CAMPINAS
PONTIFÍCA UNIVERSIDADE CATÓLICA

Comunicando

25

CENTRO DA LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
CLC

COMUNICARTE

Revista semestral do Centro de Linguagem e Comunicação da
Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Integrante da Rede Ibero-Americana de Comunicação e Cultura
ANO XX - número 25 - 2002

DIRETOR - FUNDADOR: Mário de Lucca Erbolato (1982-1990)

DIRETOR: Celso Luiz Falaschi- MTb 14.975

EDITORA: Cleonice Furtado de Mendonça van Raij

CONSELHO EDITORIAL: Alberto Dines (Labjor-Unicamp), Amarildo B. Carnicel, Ângela Maria Cangiani Furlani (Instituto Agrônomico de Campinas), Cleuza G. Gimenes Cesca, Fláilda Brito G. Siqueira, João Batista de Almeida Jr., José Benedito Pinho (Universidade Federal de Viçosa), Marcel José Cheida, Maria Ângela Marques Ambrizi Bissoli, Maria José da Costa Oliveira, Maria Silvia Barros Held, Maria Inês Ghilardi Lucena, Nair Leme Fobé, Paulo Rogério Tarsitano (Universidade Metodista de São Paulo) e Paulo de Tarso Cheida Sans.

SECRETARIA: Acadêmico Eduardo Ruiz Vella

Projeto Gráfico: Amarildo B. Carnicel

Capa: Agência Experimental de Publicidade e Propaganda

COMUNICARTE é uma publicação do Centro de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), voltada para a divulgação de assuntos relacionados às ciências da Comunicação, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Turismo e Artes.

COMUNICARTE aceita artigos não só de professores e alunos do Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas, mas também de outras instituições de ensino nas áreas de Artes, Comunicações e Turismo, não se responsabilizando pelos conceitos emitidos pelos seus autores. **Todos os artigos recebidos para publicação são submetidos ao Conselho Editorial, que pode sugerir ao autor alterações em seus textos ou ainda recusá-los por não se adequarem às normas da revista. **Os textos que não seguirem as diretrizes da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) não serão aceitos para publicação. **Somente serão apreciadas pelo Conselho Editorial aquelas colaborações que tenham o mínimo de quatro e o máximo de doze laudas digitadas em corpo 12 espaço 1,5, com um máximo de 70 toques por linha, enviadas em papel e disquete, digitadas em WORD 6.0 ou 7.0. ** COMUNICARTE inclui artigos, resumos de dissertações e teses, comunicação de pesquisas, resenhas de livros e quaisquer matérias julgadas oportunas desde que inéditas. Ilustrações poderão ser fornecidas pelos autores. Matérias publicadas não serão remuneradas. Originais publicados não serão devolvidos aos autores. É permitida a transcrição de artigos de autoria de professores do Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas, desde que citada a fonte. ** COMUNICARTE é enviada gratuitamente às escolas de Artes, Comunicações e Turismo, às entidades das respectivas áreas e também a professores e pesquisadores, mediante solicitação por escrito.

ISSN 0102-0242

COMUNICARTE

R. COMUNICARTE

CAMPINAS

v. 19

nº 25

p.1-253

2002

**Comunicarte, v.1, n.1, 1982- Campinas: Pontifícia
Universidade Católica (PUC-Campinas)
Centro de Linguagem e Comunicação
Faculdades de Artes, Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas e Turismo**

22 cm

Semestral

ISSN 0102-0242

1 - Comunicação - Periódicos. 2 - Artes - Periódicos. 3- Turismo
- Periódicos. I. PUC- Campinas.



CDD 001.51

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
(Sociedade Campineira de Educação e Instrução)**

Grão-Chanceler: Dom Gilberto Pereira Lopes

Reitor: Prof. Pe. José Benedito de Almeida David

Vice-Reitor: Prof. Pe. Wilson Denadai

Pró-Reitor de Graduação: Prof. Jamil Cury Sawaya

Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação: Profa. Dra. Vera Sílvia Marão Beraquet

Pró-Reitora de Extensão e Assuntos Comunitários: Profa. Dra. Carmem Cecília de Campos Lavras

Pró-Reitor de Administração: Prof. Antonio Sergio Cella

CENTRO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO

Diretora: Profa. Laura Umbelina Santi

Diretora Adjunta: Profa. Dra. Ana Helena C. Belline

Faculdade de Artes: Profa. Dra. Roberta Pucetti P. Bueno

Faculdade de Jornalismo: Profa. Cecília Helena Toledo Vieira

Faculdade de Publicidade: Prof. Márcio Antônio Bráz Roque

Faculdade de Relações Públicas: Profa. Maria Rosana Ferrari Nassar

Faculdade de Turismo: Profa. Cecília Helena M. A. Piovesan



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
CENTRO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO**

Rodovia D. Pedro I, km 136 - Parque das Universidades - CEP 13086-900

Caixa Postal 317 - CEP 13012-970

Tel.: (0XX19) 3756-7164/ 3756-7176/ Fax: 3756-7191

Campinas - SP- Brasil

ÍNDICE

Alfredo Luiz Paes de OLIVEIRA SUPPIA Esper Machine: a metalinguagem em Blade Runner, de Ridley Scott	11
Antonio Teixeira de BARROS Ecologia e poderes: o discurso ecológico da imprensa brasileira à luz do pensamento de Michel Foucault e Pierre Bourdieu	25
Bruno FUSER O boletim da Pastoral na “zona” de Campinas	41
Cláudia Regina LAHNI Outras possibilidades para o rádio	55
Cleonice Furtado de Mendonça VAN RAIJ Das antigas artes: a arte de consolar	67
Dulce Maria Pompêo de CAMARGO Conhecimento escolar: identidade, sociedade e interdiscursividade	79
Edvaldo Pereira LIMA Histórias de vida em Jornalismo Literário Avançado	93
Fernando MATTOS Mídia, poder econômico e globalização	109
Francisco Rolfsen BELDA A informação científica no noticiário: um estudo dos mecanismos de reformulação lingüística no discurso jornalístico de divulgação	121
Graça CALDAS Leitura crítica da mídia: educação para a cidadania	133
Heron VARGAS Música pop, espetáculo e mito: questões de tempo e espaço	145
João André Brito GARBOGGINI A presença humana em “O gabinete do Dr. Caligari” e “Nosferatu”	157

Luiz Roberto BENEDETTI	
Vertigem do vazio	167
Márcia Eliane ROSA	
Lina Bo e Pietro Bardi: o “popular” na história do Masp	177
Marcia Reami PECHULA	
Os signos mítico-sagrados na divulgação científica dos meios de comunicação de massa	189
Márcio Antônio Brás ROQUE	
Um novo olhar sobre a pesquisa institucional	205
Marcos RIZOLLI	
Pintura e entorno: experiências	217
Maria Inês GHILARDI-LUCENA	
De Aquarela até a Cara do Brasil: um discurso polifônico	223
Nair Leme FOBÉ	
Teatro: espaço privilegiado para a expressão de emoções	235
Vera Regina Toledo CAMARGO	
Jogos Olímpicos e os meios comunicacionais: identidades culturais, tecnológicas e científicas	243
Resenha	251
Homenagem a Mário Erbolato	253

20 ANOS DE MUITO DEBATE

O primeiro número de *Comunicarte* circulou no final de 1982. Para mim, que acabara de me graduar em Jornalismo pela PUC-Campinas, foi uma grata surpresa receber, em minha casa, e autografado pela Profa. Regina Márcia Moura Tavares, diretora do então Instituto de Artes e Comunicações, um exemplar daquela edição. Vinte anos se passaram e *Comunicarte* transpôs os muros da universidade para se tornar uma das mais importantes revistas acadêmicas do país. O que não aconteceu por acaso, mas como fruto do trabalho de professores e pesquisadores abnegados que têm dedicado parte de seu tempo à recepção, revisão e edição de artigos, ensaios, resumos de teses e dissertações e resenhas de livros produzidos não só por professores e alunos da PUC-Campinas, como também de outras universidades brasileiras e do exterior.

Comemorar estes 20 anos é também recordar, numa justa homenagem, de todos aqueles que participaram dessa honrosa, mas árdua tarefa: a produção e divulgação do conhecimento científico em áreas nas quais se reconhece muito mais arte do que ciência: Comunicação, Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas, Turismo e a própria área de Artes. O grupo fundador, animado pela disposição e sensibilidade de Regina Márcia Moura Tavares, tinha a decisiva colaboração do Prof. Mário Erbolato, primeiro editor da publicação, falecido em 1992; era integrado, ainda, por jovens professores que, anos mais tarde, se transformariam em alguns dos principais pesquisadores brasileiros nessas áreas, como Zelinda Fávero Gervásio e Tarcísio Moura (PUC-Campinas), José Benedito de Pinho (Universidade Federal de Viçosa) e Bernardo Caro (Unicamp). Além deles, tinha a experiência de Francisco de Assis Fernandes, João Ribeiro Júnior, Wladimir Fera e Laura Della Mônica, aposentados. A esse grupo somaram-se outros dedicados pesquisadores, cujos nomes estão na contra-capa das 25 edições de *Comunicarte* produzidas nestes 20 anos de circulação. Tomamos a liberdade de não relacionar seus nomes, mas serão sempre lembrados em toda e qualquer homenagem que se possa prestar a esses pioneiros.

E como pesquisa científica não se faz só de passado, mas com os olhos e as ações direcionadas para o futuro, o lançamento desta edição comemorativa é propício, também, para anunciar que *Comunicarte* vai ganhar, em 2003, a sua versão online, já em fase de produção. A primeira edição eletrônica da revista vai incluir o índice remissivo das publicações, organizado por autores e área de conhecimento, complementados pelos resumos, abstracts e palavras-chave de cada um dos artigos e ensaios divulgados.

Do passado para o futuro e do futuro para o presente. Esta edição especial de *Comunicarte* traz 20 artigos e ensaios especialmente selecionados para comemoração de data tão especial: artes consolatórias, comunicação e educação, cinema, esportes, história do rádio, jornalismo e cidadania, jornalismo e literatura, mídia e globalização, mídia e espetacularização, música, pesquisa institucional, pintura, popularização do Masp, semiótica e teatro do absurdo.

E para finalizar esta apresentação, desejando-lhe boa leitura, nada melhor do que resgatar as palavras do Prof. Heitor Regina, reitor da PUC-Campinas em 1982, ano de lançamento desta revista: “*Comunicarte* passa a circular regularmente, defendendo o direito de divulgação de idéias sem manipulação ou pressões. Suas páginas darão, estou certo, contribuições notáveis às Artes, ao Jornalismo, ao Turismo, às Relações Públicas e à Publicidade e Propaganda, destacando sempre a realidade, a justiça e o interesse comum”.

E não é o que tem acontecido nestes anos todos? É por esses mesmos ideais que continuaremos lutando pelos próximos anos!

Celso Falaschi

NA ESTEIRA DOS SONHOS

Regina Márcia Moura TAVARES*

Eram os anos oitenta! Ressoavam no interior da Universidade os sons da abertura política e nós, profissionais da educação, preparados em universidades de escol antes da ditadura militar, cheios de energia, sonhos e esperança, nos mobilizávamos no sentido de promover modificações na estrutura e organização universitárias, a fim de torná-las mais adequadas à produção do conhecimento que respondesse às necessidades do meio circundante.

Convictos estávamos de que à Universidade compete sempre a vanguarda, a liderança nos momentos de mudança e, movidos por essa crença, havíamos enfrentado nos últimos anos delação, repressão e demissões.

Agora, porém, tínhamos o respaldo do discurso progressista de uma Igreja Católica latino-americana para a continuação do trabalho exaustivo de repensar o projeto pedagógico da instituição; aquele que queríamos que levasse nossa Universidade a participar, efetivamente, da transformação social necessária ao país e ao nosso sofrido continente.

Entre um modelo novo de Organização Departamental e um Vestibular mais reflexivo, transitamos pela instalação da Carreira Docente, pelo estímulo à Pesquisa, e instalamos, definitivamente, no meio acadêmico um projeto de Ação Cultural com vista à expansão dos repertórios de alunos e professores, de modo a lhes permitir melhorar suas “performances” e os integrar, cada vez mais, num contexto regional e nacional totalmente novo.

E foi nesse exato momento, que criamos a Revista *Comunicarte* no então Instituto de Artes e Comunicações – IAC. Sentíamos que mais de 100 professores e 1700 alunos precisavam de um veículo de comunicação que difundisse suas

(*) A antropóloga Regina Márcia Moura Tavares foi diretora do Instituto de Artes e Comunicações da PUC-Campinas de 1991 a 1993.

idéias, suas reflexões, suas certezas e incertezas, pois nesse exercício dialético se fermentaria o conhecimento.

Professores competentes e dedicados, entre eles o saudoso jornalista Mário de Lucca Erbolato, aceitaram o desafio da publicação do periódico lançando-se tanto à tarefa da produção de textos quanto ao trabalho de editoração. Saiu, finalmente, o primeiro número em 1982, com o apoio de uma Reitoria que pretendeu marcar seu tempo pela inovação.

Passaram-se 20 anos! A realidade mudou, a Universidade é outra, alguns de nossos ex-alunos são hoje professores e *Comunicarte* continua sendo o elo entre nós. Consolidou-se como veículo de comunicação na área pela qual optou, granjeando respeito no Brasil e no exterior pela qualidade de produção.

Não se alterou, contudo, minha convicção de que as sociedades que pretendem trilhar caminhos democráticos necessitam de Universidades capazes de conhecer profundamente o contexto sócio-econômico-cultural no qual estão inseridas, e, a partir dessa constatação, empenharam-se na produção de um acervo de conhecimentos e na difusão dos mesmos intra e extra-muros, por meio de ações que extrapolem os currículos, de modo a promoverem uma expansão dos limites de percepção dos membros da coletividade a respeito de si mesmos e do seu entorno, fazendo surgir, dessa forma, o verdadeiro cidadão.

Há que se continuar sonhando e lutando por utopias! Ao longo da existência, o que nos dá orgulho e significação é reconhecer- nos partícipes da construção de um patrimônio de lutas e conquistas.

CRUZANDO FRONTEIRAS E ROMPENDO LAÇOS ENDÓGENOS

José Marques de MELO*

O Brasil vivencia, neste liminar do século XXI, um período de explosão das revistas comunicacionais. O vertiginoso crescimento das unidades de ensino e pesquisa nesta nova área do conhecimento tem impulsionado suas lideranças a lançar publicações destinadas a veicular os estudos e reflexões produzidos por suas equipes. Muitas entidades agem por motivação burocrática, visando melhorar seu desempenho imediato nas avaliações realizadas pelas agências educacionais do governo federal.

Há 20 vinte anos, o panorama era distinto. Lançar uma revista acadêmica constituía uma aventura, a que se lançavam apenas as universidades que possuíam estratégias acadêmicas de longo prazo. Por isso mesmo, algumas delas estavam fadadas à morte precoce, porque seus idealizadores não se muniam de condições capazes de lhes dar sustentação permanente.

Ao criar *Comunicarte*, em 1982, a PUC de Campinas engendrou duas estratégias que foram responsáveis, a meu ver, pela sua sobrevivência no tempo.

A primeira foi a natureza interdisciplinar, estimulando o cruzamento de fronteiras entre Artes e Comunicação, o que garantiu frutífero diálogo entre acadêmicos situados em universos contíguos. Sendo veículo de uma comunidade que reúne produtores de Arte e profissionais da Comunicação, a revista certamente contribuiu para cimentar as relações entre dois grupos que operam símbolos, embora adotando posturas nem sempre convergentes.

* Professor Emérito da Universidade de São Paulo – USP e Presidente de Honra da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM.

A segunda foi a opção não endógena. Geralmente as publicações universitárias se transformam em correias de transmissão dos guetos intelectuais a que estão vinculadas. Por isso mesmo, assumem perfil paroquial, não logrando repercussão externa.

Esta revista manteve sempre uma postura de acolhimento a colaborações externas. Já em seu primeiro número, destaca-se um artigo escrito por Luiz Beltrão, sinalizando à comunidade nacional sobre a receptividade às colaborações não domésticas. Nas edições seguintes, verifica-se como essa estratégia deu resultados, motivando a participação de jovens ou renomados pesquisadores, de todas as regiões do território brasileiro.

Para tanto, foi decisiva a liderança exercida pelo seu primeiro editor, Mário Erbolato, figura dotada de enorme vocação para o diálogo, além de possuir grande credibilidade intelectual. Ele desenvolveu esforço tenaz para atrair originais, de dentro e de fora da instituição, mantendo também uma política aguerrida de circulação externa. A presença da revista nas bibliotecas de todo o país e nas coleções particulares das personalidades paradigmáticas das artes e das ciências da comunicação ajudou a potencializar o seu impacto difusionista.

Ao preservar a linha de ação esboçada pelo fundador, selecionando boas colaborações externas, que funcionam com parâmetros para a seletividade dos artigos domésticos, e distribuindo nacionalmente as edições lançadas, intensificando o trânsito das idéias que veicula, os novos editores de *Comunicarte* garantem a continuidade, o prestígio e o êxito desta revista plural.

ESPER MACHINE: A METALINGUAGEM EM BLADE RUNNER, DE RIDLEY SCOTT

Alfredo Luiz Paes de Oliveira SUPPIA
Mestrando em Multimeios - Instituto de
Artes da Unicamp

RESUMO

O cinema tem se mostrado terreno fértil para a metalinguagem desde seus primórdios. Isso talvez se dê, num primeiro momento, pelo próprio fato de o cinema ser uma manifestação híbrida de arte e técnica, de fotografia e movimento, de escrita e imagem. O diálogo entre a fotografia e o cinema já foi e continua sendo muito explorado, uma vez que a primeira se encontra no cerne do próprio dispositivo cinematográfico. Uma das mais famosas seqüências que abordam essa questão ocorreu no filme Blade Runner (1982), de Ridley Scott. Nesta, que ficou conhecida como a seqüência do "Esper Machine", fotografia e cinema se contaminam e se invadem mutuamente, não só numa curiosa digressão sobre a natureza das imagens, mas também num prenúncio das novas tecnologias do virtual.

Palavras-chave: Cinema. Fotografia. Metalinguagem. Comunicação. Pós-modernidade.

ABSTRACT

Since its the beginnings, the cinema has been fertile ground for metalanguage. This is probably there to the fact that the cinema is a hybrid manifestation of art and technique, photography and movement, writing and image. The dialogue

Alfredo Luiz Paes de Oliveira SUPPIA

*between photography and the cinema has been and is in the heart of the very cinematographic device. One of most famous sequences that focus this issue is in **Blade Runner** (1982), of Ridley Scott. In the sequence, which is know as "Esper Machine", photography and cinema overlap, not only in a curious digression about the nature of image but also as a prediction of virtual new technologies.*

Key-words: Cinema. Photography. Metalanguage. Communication. Post-Modernity.

Muito já se discutiu acerca do parentesco do cinema com a fotografia, haja vista o suporte do dispositivo cinematográfico tradicional, não-digital. Obviamente, o cinema está intimamente ligado à fotografia, desde as primeiras experiências de Jules-Marey e Muybridge. Diversos autores detêm-se sobre a relação entre as mídias fotográfica e cinematográfica, as quais partilham o mesmo suporte. Um dos textos mais famosos a respeito do assunto é "Ontologia da Imagem Fotográfica", no livro *O Que é o Cinema?*, de André Bazin. Nesse ensaio, o teórico francês vale-se da reafirmação do parentesco cinema-fotografia para reforçar sua tese de realismo cinematográfico. Mas a discussão sobre esse aspecto vai além dos teóricos e pode ser constatada numa infinidade de filmes, seja por meio da simples citação, da metalinguagem ou mesmo de experiências mais radicais e criativas, das quais um bom exemplo seria o *La Jetée*, de Chris Marker. Dentre os inúmeros filmes não tão radicais em termos estéticos, mas que também abordam, pelo menos ao nível do enredo, o tema da fotografia, estão *Blow-up*, de Michelangelo Antonioni, *Cortina de Fumaça*, de Wayne Wang, e o recente *Amnésia*, de Cristhopher Nolan, para citarmos apenas três exemplos. Em resumo, a fotografia não só como suporte do dispositivo cinematográfico, mas inserida "corporalmente" na narrativa, ou ao menos discutida em nível do enredo, é algo a que estamos razoavelmente habituados. Discutiremos nestas linhas apenas um caso bastante específico de citação metalingüística, ilustrado por uma seqüência das mais comentadas no âmbito da cinematografia de ficção científica: a investigação de uma foto em *Blade Runner – O Caçador de Andróides*, de Ridley Scott.

Nessa seqüência (que remete claramente ao *Blow-up*, de Antonioni), observamos uma curiosa "brincadeira" do cinema com a fotografia, a qual levanta questões interessantes no que se refere à reflexão em multimeios. Mas antes de a comentarmos, devemos esclarecer alguns aspectos do filme de Scott. Na Los Angeles, de 2019, uma divisão especial de policiais, denominados *blade runners*,

Esper Machine: a metalinguagem em Blade Runner, de Ridley Scott

tem como função executar replicantes, andróides virtualmente idênticos aos seres humanos, então considerados ilegais na Terra. A trama inicia-se com o assassinato do *blade runner* Holden, praticado pelo replicante Leon na sede da *Tyrell Corporation* (empresa responsável pela produção dos andróides), e a partir daí entrará em cena o personagem do *ex-blade runner* Deckard, re-convocado pela polícia para levar a cabo o extermínio de 4 replicantes rebelados, modelos Nexus-6, de última geração. Ao dar início a suas investigações, Deckard revistá o apartamento vazio de Leon e, vasculhando uma gaveta, encontra algumas fotografias que serão coletadas como provas para um exame posterior. Dentre as referidas fotografias está uma que chamará a atenção do investigador, a qual retrata um interior (provavelmente do próprio apartamento em revista), no qual se percebe um homem com o braço direito fletido sobre uma mesa, à esquerda da imagem, alguma mobília e objetos domésticos espalhados pelo espaço e, mais ao centro-direita, um espelho redondo fixo a uma parede.

É pertinente lembrar que a atmosfera da fotografia (sua iluminação, disposição dos objetos, o foco e o espelho retratado) evoca a pintura de Vermeer ou ainda de van Eyck, segundo autores que analisaram a imagem em questão¹. A esta altura, cabe um parêntese para lembrar que a fotografia encontrada no apartamento de Leon representa um fragmento de memória do replicante, e quem tiver visto o filme de Scott irá observar a especial atenção que o diretor dispensa à questão da memória visual. Replicantes não têm passado; “nascem prontos”, para durar apenas quatro anos, são emocionalmente inexperientes e produzem incansavelmente um acervo de memórias visuais, as quais colecionam como um bem precioso, algo que os humaniza, afinal, que suporte mais adequado à coleção de lembranças fragmentárias que não a fotografia? Replicantes adoram suas preciosas fotos, e a memória visual lhes será algo recorrente em diversos momentos. “Eu vi coisas que vocês humanos não acreditariam”, exclama o replicante Roy Batty à determinada altura do filme. Conforme observa Elissa Marder, “Como memórias proféticas, fotografias transformam a realidade do tempo e existência em objetos tangíveis. Em *Blade Runner*, esses objetos planos tornam-se a prova cabal de que seu portador vive”² paradoxalmente, mas em consonância com a ambigüidade que permeia toda a sua estrutura.

O filme também irá insistentemente pôr à prova a noção da fotografia como testemunha de um fato, verdade ou realidade. Num denso ensaio, Marder relaciona fotografia e cinema tendo como objeto de estudo o filme de Ridley Scott, notadamente prolífico em debates sobre multimeios. A autora sustenta que, em *Blade Runner*, fotografias são usadas como instrumento de análise da mídia filmica, por meio de um sistemático desmembramento de seus elementos constitutivos. Marder também remete ao pensamento barthesiano ao comentar que

Alfredo Luiz Paes de Oliveira SUPPIA

(...) Enquanto fotografias falam sempre no pretérito perfeito (elas atestam o que Barthes chama o "isto-foi" do referente), o filme destrói o cordão que une a fotografia ao referente (bem como ao passado) pela superposição de imagens umas às outras na construção de um presente ficcional (o "assim-sendo"). E essa disjunção temporal tem a ver exclusivamente com o movimento. (...) Porque o filme, em termos materiais, é uma coletânea de fotografias dispostas em seqüência. Quando elas são postas num projetor, essas imagens mortas parecem assumir vida – elas se movem e falam. (...) Entretanto, é a inexorável "realidade" que nós aceitamos dessa imagens mortas que nos permite investir na ficcionalidade do filme. Uma vez que essas imagens são dispostas no tempo nós tentamos constituir um "presente" através delas.³

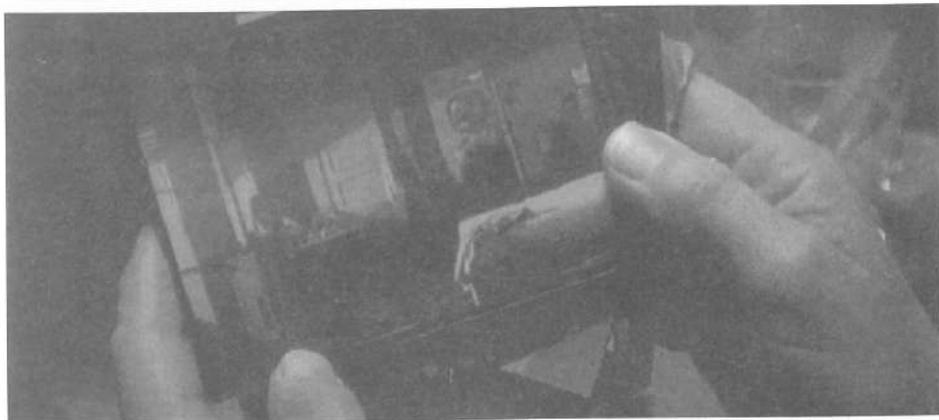


Foto encontrada no apartamento do replicante Leon: composição da imagem remete às pinturas dos holandeses van Eyck e Vermeer – este, suspeita-se hoje, pode ter utilizado os artifícios da câmara escura em sua arte. À esquerda, *The Marriage of Gian Arnolfini and Giovanna Cenami* (óleo sobre madeira,

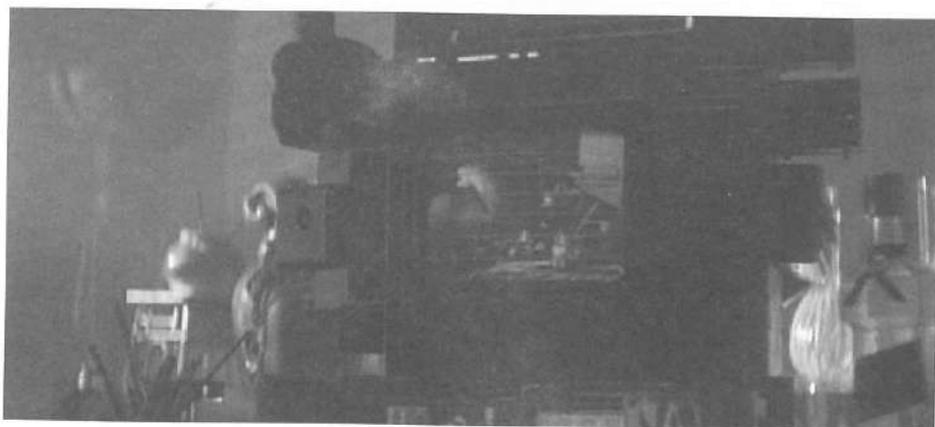


81.8 x 59.7 cm, National Gallery, London).

À direita, tela de Vermeer *A Girl Asleep* (87x76, 1657, New York, Metropolitan Museum).

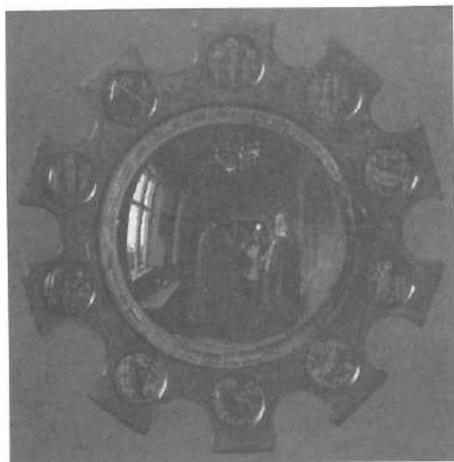
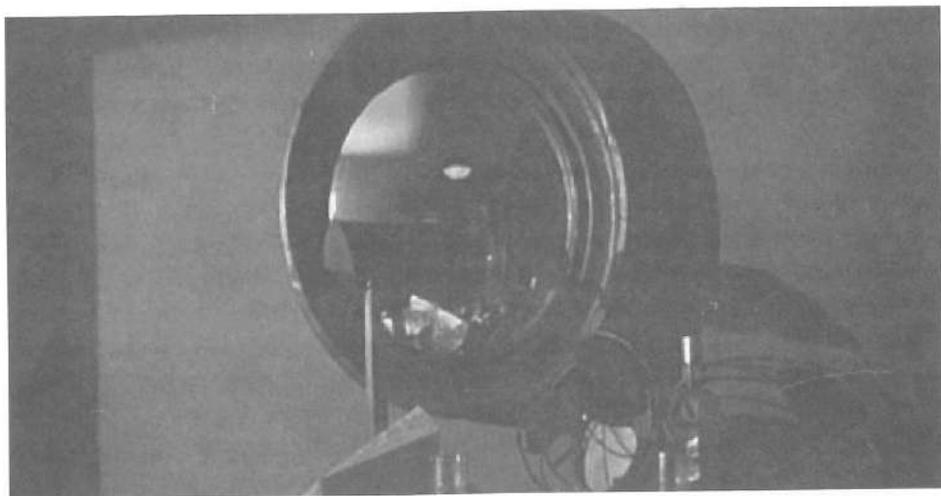
Esper Machine: a metalinguagem em *Blade Runner*, de Ridley Scott

Finalmente, algumas seqüências adiante no filme de Scott, chegamos ao objeto principal de nossa análise: a seqüência do *Esper Machine*⁴, como também ficou conhecida a passagem em questão. Deckard encontra-se agora sozinho em seu próprio apartamento, quando decide investigar a fotografia encontrada no esconderijo de Leon. Ele insere a foto num aparelho sobre uma TV, o *Esper Machine*, e automaticamente a imagem é reproduzida no vídeo. O *blade runner* inicia uma investigação minuciosa da fotografia, operando comandos vocais que obrigam o aparelho a ampliar determinadas regiões da imagem, rastrear outros espaços, mudar de ângulo, reduzir e reenquadrar repetidas vezes. Com esse artifício, Deckard literalmente disseca a fotografia, investigando cada região da imagem, cada vestígio suspeito, valendo-se até mesmo de uma segunda imagem presente na primeira: o reflexo no espelho circular. É nessa complexa investigação que o *blade runner* irá descobrir, após diversas ampliações, reenquadramentos e giros de ângulo, a imagem de um indivíduo até então ignorado na fotografia vista a olho nu: uma mulher com tatuagem no pescoço. Após centrar o foco sobre o rosto da mulher e ampliar consideravelmente a imagem, Deckard solicita uma cópia impressa em papel. Essa pista levará o *blade runner* a outro replicante e dará início efetivo à caçada nas ruas de Los Angeles. Sobre a seqüência do *Esper Machine*, Giuliana Bruno observa, oportunamente, que se trata do mesmo processo de investigação e detecção que vemos em *Blow Up* [filme de Antonioni]: a serialização da imagem estática, a fotografia, produz um novo significado, uma história, um texto filmico. A revelação do segredo é um efeito da seqüencialização, e conseqüente narrativização da imagem estática.⁵



A foto é inserida no *Esper Machine*, que reproduz a imagem esquadrihada no vídeo. Dispositivo é uma extensão tecnológica da visão humana, capaz de desbravar minúcias de um universo que flerta constantemente com o virtual. Conforme aponta Bukatman, a investigação criminalística ocorre *extra loco*, sendo a busca de pistas operada a partir de um terminal eletrônico. Além disso, o palco dessa mesma busca de pistas não deixa de ser um fragmento de memória externalizado: deparamo-nos com uma nova dimensão de relações entre o público e o privado, o real e o virtual

Alfredo Luiz Paes de Oliveira SUPPIA



O aparelho centra o foco e amplia a porção da fotografia referente ao espelho (*acima*). Imagem dentro da imagem endossa o caráter metalingüístico da seqüência e remete claramente à pintura de Jan van Eyck. À direita, detalhes do quadro *The Marriage of Giovanni Arnolfini and Giovanna Cenami* - imagem refletida no espelho revela a presença de mais dois indivíduos no espaço retratado pela pintura, sendo um deles o próprio van Eyck. "Jogo" de imagens ou "brincadeira" metalingüística, novos elementos são oferecidos ao espectador numa segunda imagem dentro da primeira, assim como na foto investigada em *Blade Runner*

Esper Machine: a metalinguagem em *Blade Runner*, de Ridley Scott



Ampliando ainda mais, o aparelho revela em detalhes a imagem refletida no espelho. A partir de então, tem início efetivo o processo de hiper-realização do dispositivo fotográfico, em que o próprio espectador do filme, pelo personagem Deckard, adentra o quadrilátero plano da fotografia. O espaço bidimensional ganha uma terceira dimensão, diluindo-se as fronteiras formais entre fotografia e cinema.



A movimentação da imagem levada a cabo pelo *Esper Machine* remete ainda mais ao aparato cinematográfico. A figura de uma mulher pode agora ser vista. Deparamo-nos com uma forma radicalizada de *blow-up* fotográfico: a imagem revela um dado novo, antes ignorado. Segundo Marder, a imagem da mulher tatuada constitui uma metáfora para o espectador; trataria-se, na realidade, de uma imagem projetada pelo próprio Deckard, uma reconstrução de sua própria memória: "Realmente, a fotografia duplicada é a resposta visual do filme às questões 'Como pode ela não saber o que ela é?' [pergunta que Deckard faz a Tyrell, sobre Rachel] e 'Como posso saber se eu sou o que eu sou?'. Quando Deckard 'reconstrói' e 'relembra' a face de Zhora a partir da fotografia de um quarto vazio, ele não pode mais distanciar-se da imagem que ele cria do replicante que é o referente ausente para a fotografia. A fotografia não é mais um receptáculo vazio de um evento passado que assegura a seu portador que ele ainda vive. Todas as marcas de diferenciação que delinearíamos uma clara divisão entre sujeito e 'coisa', humano e replicante, fotografia e filme, são apagadas. Convém ressaltar que as observações de Marder não só potencializam a reflexão em torno das principais questões propostas pelo filme – a questão da origem, da inteligência artificial, da consciência, da simulação e da realidade –, mas também corroboram a tese de que o personagem Deckard é, ele próprio, um replicante, algo que num primeiro momento parece uma trivialidade narrativa, mas que, num exame profundo, se revela fundamental para a compreensão do discurso de *Blade Runner*⁷



Deckard solicita uma cópia impressa da ampliação. De posse da nova pista, o *blade runner* irá à caça de um novo suspeito nas ruas de Los Angeles. Com base em uma investigação virtualizada, operada a partir de um terminal eletrônico e na qual um fragmento de memória é externalizado e dissecado, obtêm-se subsídios para um procedimento policial real. As esferas pública e privada sofrem um rearranjo, assim como as concepções de real e virtual, particular e coletivo. Elissa Murder observa que, seguindo o caminho inverso de *Blow-up*, em que a fotografia funciona como "memória" de um assassinato que realmente aconteceu, *Blade Runner* apresenta a fotografia em questão como memória de um crime ainda por acontecer⁸

Primeiramente, podemos observar na seqüência relatada a descrição que Ridley Scott faz de um mundo largamente baseado nas tecnologias da informação e nos dispositivos ampliadores do potencial dos sentidos. O *Esper Machine*, aparelho "dissecador" de imagens, nada mais é do que uma extensão tecnológica da visão humana, que amplia consideravelmente o poder do sentido em questão, transportando o homem a outro patamar de realidade, renderizado, virtual. A fotografia investigada por Deckard por meio de seu aparelho miraculoso extrapola seu caráter ordinário, de imagem estática e bidimensional. Ele penetra a imagem, que se torna agora dinâmica e tridimensional, graças ao rastreio operado pelo aparelho. Deparamo-nos com uma hiper-realização do dispositivo fotográfico; o olhar adentra o espaço e passeia por entre a imagem que, a partir de então, pode revelar segredos inusitados (*blow-up*). Em decorrência dessa hiper-realização, a fotografia ganha um curioso caráter cinemático, à medida em que o aparelho que esquadrinha a imagem vasculha todos os seus meandros, aproximando-se, afastando-se e experimentando novos enquadramentos. O *travelling* na superfície da imagem estática lhe confere esse caráter cinemático, não só enquanto fenômeno observado, mas enquanto *modus operandi*. À imagem congelada da fotografia é conferida uma temporalidade que a aproxima do cinema. Scott Bukatman comenta a passagem de maneira bastante esclarecedora:

Esper Machine: a metalinguagem em *Blade Runner*, de Ridley Scott

*Através da ampliação da foto em computador, a imagem é penetrada. Esse objeto inerte, um mero traço do passado, torna-se multidimensional e é repentinamente possuído pela presentificação do cinema. Deckard opera comandos como um diretor de cinema (enquadre à direita...afaste...aproxime...) e ao momento congelado da fotografia é conferida uma nova temporalidade. Uma grade de coordenadas é superposta à imagem, orientando os movimentos do detetive ao longo do terreno da memória externalizada. O clichê da busca por pistas num determinado cômodo ocorre agora a partir de um terminal. A tela, fronteira que separa as realidades eletrônica e física, torna-se permeável; o espaço por detrás dela, tangível. A referida seqüência antecipa as narrativas de *Tron* e *Neuromancer*, nas quais o homem está mais fisicamente inserido no ciberespaço. Também representa, com sua fantasia de controle da imagem, a mais hipnótica meditação sobre o poder do cinema⁹.*

Já Elissa Marder faz a seguinte advertência em relação ao procedimento miraculoso descrito na seqüência em questão:

(...) Em outras palavras, o aparato tecnológico que permite Deckard mudar a perspectiva de uma imagem fotográfica plana, encontrando uma figura escondida numa "reentrância" do quadro é literalmente impensável, mesmo num "paraíso" da tecnologia. Isso porque uma fotografia plana e "morta" – um traço de um testamento para um evento passado – não pode mudar perspectivas após o fato e permanecer o que chamamos fotografia. A máquina irrompe as fronteiras temporal e espacial do objeto fotográfico. Com a ajuda desse aparato, a fotografia deixa de ser uma fotografia – a imagem do passado é suplementada por imagens presentes aperfeiçoadas pelo movimento e refinada perspectiva¹⁰.

A fotografia pertencente ao replicante Leon, ampliada no vídeo e investigada por meio de *travellings*, *zooms* e reenquadramentos, tudo isso relatado numa seqüência filmica exposta ao espectador, põe em colóquio fotografia, vídeo e cinema, explicitando inter-relações entre diferentes suportes midiáticos. O filme de Ridley Scott, conforme atesta a referida seqüência, é portador de um denso discurso relativo às simulações e simulacros tão caros à pós-modernidade. O universo de *Blade Runner* é altamente simulado e ambíguo, largamente baseado em "tecnologias como extensão do homem" (convém remeter a MacLuhan), as únicas capazes de, ainda que fragilmente, distingüir a natureza do artifício, ou mesmo definir o que é o real naquele futuro distópico. As fotografias colecionadas pelos replicantes, como podemos constatar na personagem Rachel, são como que uma caução de sua própria existência. A memória visual e sua materialidade

momentânea, a foto, “constróem” a identidade de objetos técnicos que almejam *status* humano - Marder observa que “(...) Assim como fotografias, replicantes são mecanicamente reproduzidos, e sua semelhança conosco é medida e prova de uma humanidade que uma vez houve, mas não há mais.”¹¹ Em investigação da realidade, do que é natural em oposição ao fabricado, chega ao nível microscópico, conforme observamos na seqüência em que uma mulher asiática atesta a artificialidade de uma escama de cobra, examinando-a ao microscópio eletrônico, por meio do qual pode constatar o “número de série do fabricante”. Na Los Angeles de 2019, também se distingue um ser humano de um replicante por meio de um aparato: o teste Voight-Kampf.

A propósito do teste Voight-Kampf, convém retomar alguns aspectos referentes à relação entre fotografia, identidade e história. Logo no início do filme, numa espécie de prelúdio de toda a ação, o replicante Leon é submetido ao teste pelo *blade runner* Holden - até então não é dada ao espectador nenhuma explicação do que está ocorrendo. Conforme será explicado algumas seqüências depois, o teste consiste num esquema de perguntas cujo objetivo é motivar uma resposta empática do indivíduo submetido - enrubecimento, flutuação da pupila, dilatação da íris. A rigor, replicantes não têm emoções, nem mesmo uma história pela qual pudéssemos evocar a figura freudiana do “romance pessoal de cada um”; portanto, a rigor, replicantes não são capazes de demonstrar empatia. Mas o que mais nos interessa é a natureza das perguntas com vistas a motivar uma resposta empática; durante a inquisição do replicante Leon, a pergunta formulada por Holden, definitiva para o desfecho da seqüência é: “diga-me, em poucas palavras, tudo que você se lembra de bom em relação à sua mãe”. Ora, uma vez que foram “manufaturados”, replicantes desconhecem o significado da palavra mãe, especialmente como elemento fundamental da própria história pessoal de cada um, tal como propõe Barthes em suas reflexões sobre a fotografia e, especialmente, a fotografia de sua própria mãe. Em contrapartida, a replicante Rachel, dotada de memórias “falsas”, procura atestar a verdade e o direito da sua existência por meio de uma fotografia virtualmente sua, quando pequena, abraçada pela sua mãe. “Veja, essa sou eu com minha mãe!”, exclama Rachel, exibindo a Deckard a imagem que, ontologicamente, comprovaria a veracidade de sua existência. Giuliana Bruno faz um diagnóstico muito esclarecedor de toda essa questão em *Blade Runner* ao afirmar que

A mãe é necessária ao clamor por uma história, à afirmação de uma identidade no decorrer do tempo. (...) Aquela fotografia [de posse de Rachel, na qual se vê uma mulher e uma criança] representa o traço de uma origem e, logo, uma identidade pessoal, a prova de ter

Esper Machine: a metalinguagem em *Blade Runner*, de Ridley Scott

*existido e portanto ter o direito a existir. (...) Uma ligação teórica é estabelecida em **Blade Runner**, entre fotografia, mãe e história. É a conexão também encontrada nos escritos de Barthes sobre a fotografia. Em **A Câmara Clara**, reflexões sobre a fotografia são centradas na figura da mãe, à medida em que esta se relaciona com toda a questão da história. A fotografia e a mãe são o elo perdido entre passado, presente e futuro.¹²*

Mas aqui nos defrontamos com uma “distração” também prevista no pensamento barthesiano: o referente da imagem fotográfica, algo real, é costumeiramente tomado por algo vivo. Daí muito da “força de verdade” inerente à fotografia, e de seu poder de atestar aos replicantes a verdade de suas próprias existências.



A foto de Rachel: prova da natureza humana revela-se uma fraude; as lembranças da replicante não passam de “implantes de memória”. Se as fotografias de Leon fazem parte de seu acervo de memórias, a despeito de sua materialidade e disponibilidade no plano real, no caso da replicante Rachel a manipulação do particular vai ainda mais longe: seus implantes de memória, um experimento da Tyrell Corp. com vistas a amortizar a inexperiência emocional de seres com existência pré-determinada, bem como a aperfeiçoar a semelhança entre andróides e humanos - “mais humano que um humano, esse é o nosso lema”, menciona o megaempresário Eldon Tyrell - desmoronam as fronteiras entre público e privado. Suas memórias são de outro indivíduo, suas supostas experiências são de conhecimento comum. Provavelmente assim como o unicórnio da mente de Deckard, reproduzido em *origami* pelo personagem Gaff. Conforme observa Adélia de Menezes, “(...) Passado e presente se superpõem: na vida de um replicante, por falta de tempo (foram ‘ativados’ já adultos) o passado tem que ser criado junto com a experiência do presente”¹³

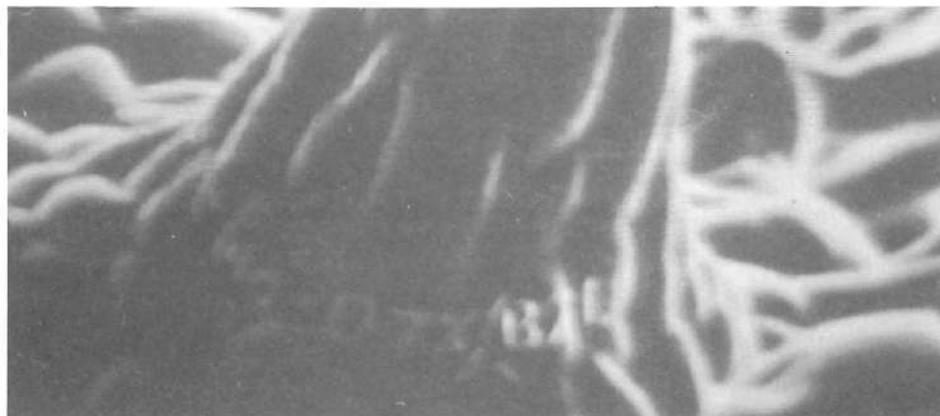


Imagem da escama de cobra ampliada no microscópio eletrônico: impressão do número de série do fabricante, quase em nível molecular, suscita um novo patamar de realidade. O artifício já é capaz de forjar plenamente a natureza e começa-se a por em cheque a própria concepção de real, num universo no qual a imagem é passível de assumir o caráter de verdade absoluta, ou ao menos a única verdade possível

Se tentássemos resumir, grosseiramente, os questionamentos propostos por *Blade Runner*, poderíamos dizer que o filme trata, essencialmente, da desconstrução do sujeito, ou desintegração do *self*, numa sociedade pós-industrial sob processo de “desreferencialização”. Ao tratar desse “mínimo denominador comum”, o filme aborda questões centrais no que respeita ao debate em torno da pós-modernidade e, a partir dessa noção, justifica-se o aporte estético - o da “lógica do pastiche” -, e narrativo - de desconstrução dos “metarrelatos” - do filme de Scott. Daí a recorrência à fotografia, às questões de origem, às tecnologias da informação e à própria figura dos replicantes, simulacros do humano que perderam o elo com seu referente.

Conforme aponta oportunamente Bukatman, *Blade Runner* levará às telas uma discussão em torno das tecnologias da informação, simulacros e virtualidade que já não é totalmente inédita¹⁴, mas sem dúvida alguma irá preparar terreno para novas incursões nesse campo, tanto na literatura quanto no próprio cinema, como *Tron*, (1985), e os mais recentes *Estranhos Prazeres* (1995), de Kathryn Bigelow, *Cidade das Sombras* (1998), de Alexander Proyas e *Matrix* (1999), dos irmãos Wachowsky, para citarmos apenas as produções hollywoodianas do gênero da ficção científica. Na Europa, também foram realizados alguns filmes centrados na questão da simulação nos últimos anos e, do Canadá, não podemos nos esquecer de *Videodrome* (1983), uma das obras mais polêmicas do veterano no assunto David Cronenberg. Todos esses filmes não deixam de discutir, numa perspectiva mais geral, a proposta apresentada em *Blade Runner*, e talvez os filmes que mais a fundo tenham penetrado no universo do virtual (enquanto temática)

Esper Machine: a metalinguagem em *Blade Runner*, de Ridley Scott

tenham sido mesmo o *Matrix* dos Wachovsky, ou *eXistenZ* (1999), de Cronenberg.

Embora não seja do escopo deste breve artigo discutir o tema da virtualidade no cinema como um todo, algo impossível de ser logrado em poucas páginas, devemos lembrar que a “brincadeira” metalingüística apresentada pela seqüência do *Esper Machine*, em *Blade Runner*, é bastante ilustrativa não só da reflexão em multimeios, envolvendo especialmente as mídias fotográfica e cinemática, mas também constitui-se uma espécie de discurso embrionário relativo às discussões sobre a potência da imagem na pós-modernidade. Dessa forma, a referida seqüência extrapola a mera citação ao dispositivo fotográfico, adentrando efetivamente no terreno da metalinguagem e levantando algumas das mais pertinentes questões relativas ao virtual, as quais serão retomadas em inúmeras realizações posteriores. Sem dúvida alguma, a seqüência analisada concentra, de maneira nada ingênua, todo um discurso referente à potência da imagem, às inter-relações midiáticas e ao impacto das tecnologias da informação nas sociedades humanas dos anos 80 e 90.

NOTAS

⁽¹⁾ Cf. BUKATMAN, Scott. *Blade Runner*. BFI Modern Classics, p. 46.

⁽²⁾ MARDER, Elissa. “Blade Runner’s Moving Still”, in *Camera Obscura*, p. 96.

⁽³⁾ *Op. cit.*, p. 95-7.

⁽⁴⁾ *Esper Machine* é o nome dado ao dispositivo que amplia a fotografia e opera a investigação da mesma, no apartamento de Deckard, sob o comando vocal do *blade runner*. Embora esse nome não seja explicitado no filme, consta em notas de produção, e vários autores denominam a seqüência da investigação da fotografia a partir do nome do referido aparelho, o que pode ser conferido em textos como os de Scott Bukatman, Paul Sammon, ou em sites especializados no filme, como www.bladezone.com.

⁽⁵⁾ BRUNO, Giuliana. “Ramble City: Postmodernism and Blade Runner”, in *October*, p. 73.

⁽⁶⁾ MARDER, Elissa. “Blade Runner’s Moving Still”, in *Camera Obscura*, p. 104.

⁽⁷⁾ Aqui podemos fazer um pequeno desvio para tratarmos de uma dúvida que sempre pairou sobre as discussões em torno de *Blade Runner*. É sabido que Ridley Scott procurou imprimir um caráter fortemente ambíguo a seu filme, tornando-o passível de diferentes leituras – talvez esse o ponto mais atraente da narrativa. Recentemente, o diretor admitiu ter trabalhado desde o princípio com a perspectiva de Deckard ser mesmo um replicante. A título de curiosidade, para alguns cinéfilos e estudiosos de *Blade Runner* Deckard é um replicante, na verdade um dos Nexus-6 amotinados, capturados e “reprogramado” com implantes de memória (a exemplo de Rachel), enquanto os verdadeiros *blade runners* seriam Holden, ou ainda Gaff. Embora tal conjectura nos traga o sério risco de uma interpretação excessivamente pessoal e subjetiva, a mesma não deixa de ser sugerida em detalhes como o diálogo entre Bryant e Deckard (em que o comissário menciona um número que não confere com o dos replicantes a serem perseguidos), a estranha luminosidade das pupilas de Deckard numa rápida passagem do filme (índice da natureza artificial), o fato de Roy Batty já conhecer o nome de Deckard, a intrigante fala de Gaff “você fez realmente um trabalho de homem” e, finalmente, o “sonho do unicórnio”, ligado às seqüências finais envolvendo o *origami*.

- (8) MARDER, Elissa. "Blade Runner's Moving Still", in *Camera Obscura*, p. 103.
- (9) BUKATMAN, Scott. *Blade Runner*. BFI Modern Classics, pp. 46-7.
- (10) MARDER, Elissa. "Blade Runner's Moving Still", in *Camera Obscura*, p. 102.
- (11) *Op. cit.*, p. 97.
- (12) BRUNO, Giuliana. "Ramble City: Postmodernism and Blade Runner", in *October*, p. 71.
- (13) MENESES, Adélia Bezerra de. "Blade Runner somos todos nós", in *Do Poder da Palavra*, p. 129.
- (14) Se fizéssemos um retrospecto da abordagem do tema do simulacro no cinema, talvez precisássemos remontar a seus primórdios, passando obrigatoriamente pelo *Metropolis* (1927), de Fritz Lang, e não nos esquecendo de que tal tema constitui um caráter inerente ao próprio fenômeno cinematográfico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland. *A Câmara Clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- BRUNO, Giuliana. "Ramble City: Postmodernism and Blade Runner", in *October*, nº 41, 1987
- BUKATMAN, Scott. *Blade Runner*. London: BFI Modern Classics, 1997.
- KERMANN, Judith. *Retrofitting Blade Runner – Issues in Ridley Scott's Blade Runner an Philip K. Dick's Do Androids Dream of Electric Sheep?*. Bowling Green: Bowling Green State University Press, 2ª ed., 1997.
- MARDER, Elissa. "Blade Runner's Moving Still", in *Camera Obscura*, nº 27, 1991.
- MENESES, Adélia Bezerra de. "Blade Runner somos todos nós", in *Do Poder da Palavra – Ensaios sobre literatura e psicanálise*. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1995.
- SAMMON, Paul. *Future Noir: The Making of Blade Runner*. New York: Harper Prism, 1996.
- SAMMON, Paul. *Ridley Scott – The Making of his Movies*. London: Orion, 1999.

ECOLOGIA E PODERES: O DISCURSO ECOLÓGICO DA IMPRENSA BRASILEIRA À LUZ DO PENSAMENTO DE MICHEL FOUCAULT E PIERRE BOURDIEU¹

Antonio Teixeira de BARROS
Professor no Curso de Comunicação
Social do Centro Universitário de Brasília

RESUMO

Este artigo analisa as relações de poder no discurso da imprensa brasileira sobre ecologia, no período de 1972 (Eco 72) a 1992 (Eco 92), utilizando como base a perspectiva teórica de Michel Foucault (o saber considerado pelos discursos) e de Pierre Bourdieu (o poder simbólico e o campo jornalístico). A interferência do Estado e do mercado na produção discursiva da imprensa sobre meio ambiente dá-se, sobretudo, sob a perspectiva econômica, ou seja, o campo econômico constitui o principal campo de poder que exerce força sobre a produção jornalística acerca da ecologia no Brasil.

Palavras-chave: Sociologia e Ecologia. Sociologia do meio ambiente. Ecologia e Poder. Imprensa e Ecologia.

ABSTRACT

This article analyzes the relationships of power in the discourse of the Brazilian press about ecology, in the period

from 1972 ("Eco 72") to 1992 ("Eco 92"). It uses as basis Michel Foucault's theoretical perspective (knowledge considered by the discourses) and Pierre Bourdieu (symbolic power and journalistic field). The interference of the State and the market in the press discursive production of an environment is made under the economic perspective: the economic field constitutes the main field of power that exercises force on the journalistic production concerning ecology in Brazil.

Keywords: *Sociology and ecology. Sociology of environment. Ecology and power. Press and ecology.*

INTRODUÇÃO

O objetivo deste ensaio é desenvolver uma reflexão sobre as relações de poder que permeiam o discurso jornalístico sobre ecologia, no período de 1972 – ano em que foi realizada a primeira Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Eco 72), em Estocolmo – a 1992, quando se realizou a Eco 92. A análise é realizada com base, principalmente, na perspectiva teórica de Michel Foucault, ou seja, de que o saber deve ser considerado pelos discursos.

Mais especificamente, fundamentamo-nos na relação entre poder e saber para refletir a respeito das implicações sociais e políticas da constituição de um campo de saber-poder emergente da questão ecológica no Brasil. A imprensa é tomada como um dos principais atores desse campo, tendo em vista seu relevante papel na divulgação dos fatos ambientais e das diversas tendências do pensamento ecológico no Brasil. Em resumo, o objetivo maior deste trabalho é analisar como o discurso jornalístico sobre a questão ambiental foi produzido com base em determinadas relações de poder, as quais são retraduzidas de diferentes formas, pelos jornais e revistas de grande circulação. Utilizamos, ainda, as formulações de Pierre Bourdieu sobre o poder simbólico e o campo jornalístico.

Partimos da hipótese de que a imprensa opera com discurso parafrástico (Orlandi, 1988), ou seja, que sempre remete a outros discursos, sobretudo por meio dos recursos de citação, depoimentos e paráfrases das falas das fontes. No caso do discurso jornalístico sobre ecologia, rotineiramente os jornais se reportam ao discurso governamental e ao discurso científico e ambientalista, por exemplo.

O *corpus* da pesquisa compreende os textos referentes à categoria **político-ambiental**, utilizada no estudo original, baseado em uma amostra de

Ecologia e poderes: o discurso ecológico da imprensa brasileira...

matérias dos diversos gêneros jornalísticos (notícias, notas, reportagens e editoriais) de quatro jornais de circulação nacional do País: *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *Jornal do Brasil*. A amostra é do tipo não probabilística intencional (Berquó, 1981), ou seja, as unidades que compõem o corpo amostral são escolhidas intencionalmente pelo pesquisador, de forma a atender a seus objetivos e metas de trabalho. Optamos pelo intervalo de três meses, de modo a incluir os meses de maior incidência de informação sobre ecologia, como junho (que inclui a semana do meio ambiente, além do período de realização da Eco 72 e da Eco 92) e setembro (semana da árvore). O *corpus* inclui, portanto, os meses de abril, junho, setembro e dezembro de todos os anos do período em estudo (1972 a 1992).

Antes da análise específica da temática sobre política ambiental, é oportuno assinalarmos que durante as primeiras décadas do período em estudo, ou seja, 1970 e 1980, a cobertura de imprensa apresentava um discurso ecológico monolítico e monossetorial, cujo protagonista era o Estado. Tal perspectiva evidenciava-se quando ressaltava o conservacionismo, pois as medidas de conservação que os jornais destacavam eram aquelas conduzidas pelos órgãos governamentais. Nessas décadas, observamos a existência de dois momentos relevantes na configuração geral do discurso ecológico-ambiental no Brasil. O primeiro, marcado pela polarização entre comunidade científica e Estado, predominou nos anos 70. O segundo, mais abrangente, além desses dois atores, já incorporou movimentos ambientalistas, políticos e sociais e organizações não-governamentais, na década de 1980. Nesse último, já se vislumbra um terceiro momento que se configurará na década seguinte, o qual será marcado pela intensificação das relações de poder no plano internacional, abordado posteriormente.

OS DISCURSOS SOBRE ECOLOGIA E AS RELAÇÕES DE PODER

Para Foucault (1992), poder é, antes de tudo, relação, ou seja, não se limita a lugares, tempos e instituições determinadas. Nem existe de forma concentrada, isto é, não se restringe às fronteiras sociais criadas ou imaginadas. Como reforça Machado (1981), não percebemos na obra de Foucault uma teoria geral do poder. Suas análises não consideram o poder como uma realidade portadora de uma natureza, uma essência definida por suas características universais. Portanto, não existe algo unitário e global chamado poder, mas unicamente formas díspares, heterogêneas, em constante transformação. Essa concepção reforça a idéia de que o poder não é um objeto natural, uma coisa. Trata-se de uma prática social e, como tal, constituída historicamente.

Na perspectiva da teoria produtiva do poder, Foucault introduz o elemento saber, como produção daquele. Igualmente entendido como relação, o saber é visto como um elemento constituinte da estrutura social. Além disso, saber e poder são indissociáveis nessa complexa teia social de poderes. Quem detém o primeiro, possui o segundo, pois o saber tem como pressuposto a verdade e toda vontade de verdade já se constitui, em si mesma, em vontade de poder. Portanto, o poder não apenas reprime, censura, exclui, recalca, mascara e abstrai, mas também produz realidades, campos de saber, objetos e rituais de verdade (Foucault, 1971).

A questão do discurso recebe uma abordagem muito particular na obra de Foucault. Em sua visão, os discursos delimitam, modelam e criam o espaço social. Complementa ainda que o discurso não é apenas aquele que manifesta ou oculta o desejo, não é simplesmente aquele que traduz ou reflete os conflitos presentes nos sistemas sociais de dominação. É também a nossa própria voz, o nosso próprio discurso, pelo qual tentamos nos impor e nos auto-afirmar socialmente. Cada ordem do discurso constrói suas próprias regras, suas próprias normas e, assim, delimita as possibilidades de surgimento de outros discursos.

Na visão de Foucault (1971), o discurso é entendido como prática social e, portanto, deve ser compreendido a partir de sua gênese (condições de produção), que faz parte de um campo discursivo (todos os dados históricos válidos e vigentes em um certo intervalo de tempo) e de uma formação discursiva, isto é, conjunto de enunciados que se apresentam como pontos característicos de um saber.

Enfim, a contribuição maior de Foucault, para o tema em estudo, está na sua capacidade de estabelecer articulações e relações entre os diferentes elementos internos e externos, as práticas, os processos, os conceitos, os discursos – elementos aparentemente dispersos – para compor um denso quadro analítico das Ciências do Homem. Além disso, o pensamento de Foucault é instigante e nos faz pensar sobre várias questões atuais: (a) como o exercício do poder continua a interferir na produção dos saberes? (b) como se dá essa interferência no campo específico do discurso ecológico? (c) como a imprensa articula saber e poder? como a ordem do discurso jornalístico sobre ecologia delimita, modela e cria o espaço social?

SABERES E PODERES NO DISCURSO JORNALÍSTICO SOBRE ECOLOGIA

Segundo Foucault, o saber desenvolve-se num campo de interesses em disputa, num campo de conflitos. No caso do conhecimento produzido pelo

Ecologia e poderes: o discurso ecológico da imprensa brasileira...

jornalismo, o que se percebe é que os discursos são gestados no interior de um campo de poder que possui especificidades muito próprias, como veremos oportunamente. No campo ecológico existem redes diversas e complexas de poderes, envolvendo diferentes atores como cientistas, tecnólogos, organismos governamentais e não-governamentais, ambientalistas, empresários e investidores. O campo da recepção dos discursos também é conflitivo e, da mesma forma, é permeado por diferentes poderes. Em todos, predomina a disputa pela satisfação de uma gama variada de necessidades igualmente variáveis. Em resumo, produção, difusão e consumo de saberes constituem um só campo de conflitos, de exercício de poder, sendo que “não há nele uma direção universal e preestabelecida” (Figueiredo, 1989: 11). Concepção essa que é extensiva aos saberes inerentes ao discurso jornalístico em torno da ecologia.

Tal como a ciência, embora construída de forma diferente, a força do jornalismo está no poder de fazer crer. A credibilidade é, portanto, seu principal capital (Berger, 1995), que se manifesta constantemente na disputa entre os jornais e entre estes e os demais campos sociais. Além disso, os próprios meios de comunicação estão, continuamente, testando sua credibilidade junto aos leitores, mediante pesquisas de opinião e sondagens.

Quanto à perspectiva teórica de Bourdieu, é oportuno ressaltar que o jornalismo foi objeto de estudo desse autor, inicialmente, de uma forma genérica, como “campo da indústria cultural”. Mais recentemente é que publicou um livro sobre a cultura televisiva (Bourdieu, 1997). No entanto, autores como Berger (1995:5), mesmo antes da publicação do livro de Bourdieu *Sobre a Televisão* (1997), já se arriscam a referir-se a um campo jornalístico², como um espaço de poder, de disputas e conflitos, que giram

“em torno do ato de nomear; pois, nele, se encontra o poder de incluir ou de excluir, de qualificar ou desqualificar, de legitimar ou não, de dar voz, publicizar e tornar público. Este poder se concentra em quem escolhe a manchete, a foto, a notícia da primeira página, o espaço ocupado, o texto assinado ou não. É essa luta que os jornalistas (...) travam no interior do campo do jornalismo em suas concretas e históricas relações de trabalho”.

O que justifica a perspectiva da autora em questão é que as reflexões de Bourdieu sobre o poder simbólico também se aplicam à comunicação, como nos dois exemplos a seguir:

- *“o poder simbólico como o poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer crer e fazer ver, de confirmar ou de transformar a visão de mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de*

mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer ignorado como arbitrário” (Bourdieu, 1989:14).

- “o poder simbólico é um poder de fazer coisas com palavras. E somente na medida em que é verdadeira, isto é, adequada às coisas, que a descrição faz as coisas. Nesse sentido, o poder simbólico é um poder de consagração ou de revelação, um poder de consagrar ou de revelar coisas que já existem. Isso significa que ele não faz nada? De fato, como uma constelação que começa a existir somente quando é selecionada e designada como tal, um grupo - classe, sexo, região, nação - só começa a existir enquanto tal, para os que fazem parte dele e para os outros, quando é distinguido, segundo um princípio qualquer dos outros grupos, isto é, através do conhecimento e do reconhecimento” (Bourdieu, 1989:167).

Existe, assim, uma forte relação entre discurso jornalístico e enunciação social ou dizer social, na expressão de França (1997), o que significa que um jornal não “fala” simplesmente para a sociedade, mas constitui, de certa forma, uma fala da sociedade. O poder da enunciação e da construção de sentidos estaria na relativa e talvez crescente autonomia que a imprensa possui para construir seu discurso? Segundo Berger (1995), se o capital gira em torno do discurso e de quem possui as condições de elaboração do mesmo, é também fundamental reconhecer que a imprensa não produz apenas um tipo de discurso, mas que convivem nela diferentes tendências e que as condições sociais e institucionais no interior de onde ele é produzido contribuem na definição do contorno ou da ênfase em tipo.

Tudo isso confirma o espectro da mídia na atualidade, um poder de produzir sentidos, projetá-los e legitimá-los, conferindo visibilidade aos fenômenos que conseguiram, em primeiro lugar, atrair os jornalistas. Um poder que advém da condição de mediação, ou seja, não só de estar entre, ou de intermediar as vozes do acontecido, mas de selecionar, enfatizar, interferir por palavras e imagens na construção simbólica dos acontecimentos. Podemos afirmar, portanto, seguindo o raciocínio da autora citada, que o jornalismo, enquanto uma prática social – realizada em condições de produção específicas – capta, transforma, produz e faz circular acontecimentos, interpretando e nomeando situações do presente (Berger, 1997).

A POLÍTICA AMBIENTAL NA COBERTURA JORNALÍSTICA

A política ambiental, em nível nacional, constitui a segunda categoria mais importante no período analisado e a mais reveladora das relações de poder entre imprensa e Estado³. Nesse tópico, praticamente, todos seguem as mesmas

Ecologia e poderes: o discurso ecológico da imprensa brasileira...

tendências: ora veiculam críticas ao Governo Federal, ora exaltam suas medidas na área da ecologia. Vale ressaltar ainda que matérias favoráveis ao Governo são mais numerosas. Além disso, as críticas não são feitas pelos próprios jornais, mas sempre por meio de uma pessoa ou instituição, mediante o recurso de declarações ou citações de trechos de depoimentos, citados no corpo da notícia. Os periódicos tornam-se essencialmente mediadores. Para se ter uma idéia mais clara de como os dois aspectos em referência aparecem, fizemos uma seleção de matérias de todos os jornais.

A) Matérias que apresentam o ponto de vista do Governo:

- "Satélite auxiliará a SEMA a preservar" (OESP, 17.09.74);
- "Brasil limpa seu ar e dá exemplo a ricos" (OG, 13.06.90);
- "Brasil executará programa ambiental ousado" (OG, 21.06.91)
- "Sarney anuncia política ambiental e faz duras críticas aos países ricos" (FSP, 07.03.89);
- "Ecologista faz elogio aos planos de Collor para o meio ambiente" (FSP, 22.03.90);
- "Estado anuncia maior proteção a mananciais" (FSP, 05.06.84);
- "O meio ambiente está à frente das mudanças no país" (JB, 14.09.91)
- "Poluição será controlada" (JB, 21.01.90);
- "País terá controle ambiental" (OESP, 03.06.76);
- "Política nacional, a salvação do ambiente" (OESP, 05.06.88);
- "Plano vai cuidar da gerência de recurso costeiro" (JB, 13.06.84).

B) Matérias que criticam a política governamental

- "SEMA e IBDF divergem quanto à área de ação" (ESP, 30.10.74);
- "Criticadas as soluções casuísticas" (JB, 01.06.78)
- "Ferraz faz críticas à atuação da SEMA" (ESP, 16.03.77);
- "Por falta de projeto, Brasil pode perder crédito alemão para preservar florestas" (FSP, 25.06.89);
- "Política ambiental permanece indefinida" (FSP, 26.10.90);
- "Deputados reclamam ao Presidente do desleixo quanto ao meio ambiente" (JB, 24.06.87)

- "Investimento reduzido mantém ameaça sobre ecologia" (JB, 17.06.88);
- "Sem verba, plano não sai da gaveta" (OG, 3.6.86);
- "Messias Franco critica atual política ambiental" (OG, 03.06.86).

Com essas duas perspectivas discursivas, percebe-se que os jornais apresentam um discurso que pode ser considerado como polêmico-simplificador. *A priori*, como salienta Barros (1995:124), qualquer discurso pode ser considerado polêmico, uma vez que pode suscitar diferentes interpretações e instaurar sentidos que até sugerem contradições e oposições, dependendo da direção interpretativa adotada. Daí porque consideramos as tendências discursivas apontadas como sendo polêmicas, mas ao mesmo tempo também como simplificadoras. Assim, entende-se por discurso polêmico simplificador, no âmbito deste trabalho, a oposição de enunciados, cujo objetivo é simplificar as opiniões e pontos de vista, a fim de reforçar uma interpretação implícita.

Uma marca característica desse tipo de discurso é que o mesmo é regido pelo princípio do processo parafrástico, que consiste em expressar o conteúdo de modos diversificados, à guisa de paráfrase, sem alterar sua essência, ou seja, permite a produção do mesmo sentido sob formas diferenciadas, com base em uma matriz de linguagem, conforme Orlandi (1988:20).

A contraposição ao tipo de discurso aqui caracterizado seria o *discurso polêmico-analítico*, somente com o objetivo de melhor precisar o sentido do *discurso polêmico-simplificador*, uma vez que o polêmico analítico não se aplica ao noticiário examinado. Entende-se por discurso polêmico-analítico aquele que abriga múltiplos sentidos, sem a predominância da polarização contra/a favor de determinada questão. Constitui, portanto, "um campo intermediário no circuito argumentativo, à guisa de ponto de intersecção, com a ressalva de que abrange não só elementos comuns entre um campo 'A' e um campo 'B', mas todos os incomuns também" (Barros, 1995:154). Por isso que é denominado lugar de múltiplos sentidos, podendo defender e não defender, visto que a direção imputada aos argumentos não é única, nem linear. Trata-se de um discurso que apresenta um "equilíbrio tenso entre polissemia e paráfrase, em que (...) o objeto do discurso não está obscurecido pelo dizer, mas é direcionado pela disputa (perspectivas particularizantes) entre os interlocutores, havendo assim, a possibilidade de mais de um sentido" (Orlandi, 1988:24).

Outro dado que observamos é que há acentuada tendência de todos os jornais para focar aspectos regionais da política ambiental do Governo. Dos 396 textos sobre o assunto, 93 tratam de questões locais/regionais. O jornal *O Globo*, nesse aspecto, é o mais abrangente, com 39 textos, sendo 17 sobre o Estado e o Município do Rio de Janeiro e 22 relativos a diferentes estados: RS,

Ecologia e poderes: o discurso ecológico da imprensa brasileira...

MG, PR, SP, MT, SC, BA e MA. O *Jornal do Brasil* fica em segundo lugar, com 25 textos, sendo que 11 enfocam o mesmo Estado e Município e os demais: RS, SP, MG, SC, BA, PE e DF. O *Estado de S. Paulo* concentra sua cobertura na realidade paulista/paulistana, com 15 dos 21 textos, as demais matérias são concernentes a MG, RJ e PR.

A FSP é o único jornal que concentra sua cobertura ecológica no estado e no município de São Paulo. Essa postura da *Folha* também revelará a presença de relações de poder no discurso jornalístico, as quais se manifestam, aqui, na ênfase da esfera de atuação regional/local (paulista/paulistana) na área ambiental. Isso não significa que a FSP não inclua em sua cobertura jornalística temas de abrangência nacional. É necessário esclarecer que a agenda informativa do referido jornal compreende em primeiro lugar temas paulistas e paulistanos; em segundo, temas ligados às ações do Governo Federal na área de meio ambiente. A atuação das secretarias estaduais e municipais do meio ambiente constitui o foco da cobertura da FSP, apresentando, quase sempre, conotação positiva, ou seja, informações sobre medidas tomadas para sanar algum tipo de problema, como projetos agroecológicos, zoneamento ambiental e criação de conselhos estaduais de meio ambiente.

Essa constatação leva-nos a supor que tal divulgação positiva resulta do trabalho de assessorias de imprensa dos próprios órgãos governamentais em questão, mediante o recurso do *press-release*. Assim, os jornais, indiretamente, acabam servindo de meios para a publicidade das políticas públicas locais/regionais de meio ambiente. É o poder dos mecanismos institucionais de comunicação, muito utilizados pelo Governo, nos últimos anos do período em estudo. Isso fez com que, de todos os textos examinados, apenas dois apresentassem denúncias:

- "Prefeituras e autoridades ambientais nada fazem contra a destruição local" (OG, 14.06.90);
- "Governos ainda não decidiram quem salva manguezais da baía; Enquanto os governos federal e estadual não resolvem quem decretará uma unidade de preservação ambiental nos manguezais do fundo da Baía da Guanabara, eles sofrem diariamente todo tipo de destruição" (JB, 22.06.84).

Todas as demais notícias ressaltam aspectos positivos da atuação de Estados e Municípios, como se vê nos seguintes exemplos:

- "FEEMA cria Bolsa de Resíduos para acabar poluição" (JB, 03.06.82);
- "Organismo municipal protegerá o ambiente" (OESP, 29.03.75)

- “Governo tem planos para a Serra do Mar” (FSP, 03.06.84);
- “Recuperação de rio poluído é prioritária” (OG, 03.04.88);

Quanto ao Programa Nacional de Meio Ambiente⁴, a FSP destaca-se não só com o maior número de textos, mas principalmente pelo enfoque mais didático e crítico. Primeiro porque põe com clareza em que consiste o Programa, seus mecanismos de execução, recursos orçamentários e cronograma de atividades previstas, por região geográfica. Em segundo lugar, porque dedica uma matéria inteira à opinião de diferentes setores da sociedade como os “deputados verdes”, titulares de órgãos ambientais como o IBDF (Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal) e IBAMA (Instituto Brasileiro de Recursos Naturais Renováveis), ambientalistas, cientistas, empresários e “onguistas”. Os demais jornais publicaram apenas notícias esparsas sobre o Programa.

Vale ressaltar ainda, que o enfoque acerca da política ambiental em nível internacional aparece com pouco destaque (apenas 25 textos, de um total de 396). O *JB* foi o que mais valorizou o assunto, com 10 matérias, enquanto OESP, FSP e OG registram, respectivamente, seis, cinco e quatro matérias. A política do governo norte-americano constitui o tema central, em todos os jornais, seguida da CEE. Nesse último caso, destacam-se Alemanha, Inglaterra e França. O Japão é mencionado uma vez apenas. No caso dos EUA, salientam-se: medidas governamentais para reciclagem de lixo e destino de lixo tóxico; investimentos do Governo em tecnologias verdes; tentativas de parcerias ecológicas entre Governo e ONGs; definição da política de segurança ecológica e atuação política da Agência de Proteção do Meio Ambiente.

Quanto à CEE, os jornais apresentam matérias que tratam de tentativas de definir uma política ambiental comum, a exemplo da criação do imposto sobre consumo de combustíveis, proposta em 1991, pela Suíça, além de medidas isoladas de cada país, com ênfase para a Alemanha, onde “a questão do meio ambiente transformou-se numa espécie de obsessão nacional” (“Meio ambiente, a nova obsessão dos alemães”, *JB*, 27.3.88).

Enfim, a cobertura em nível internacional é limitada, superficial e concentrada no “primeiro mundo”. O resto do planeta não é sequer mencionado, pelo menos na amostra analisada. Nem mesmo os países vizinhos. Tudo leva a crer, portanto, que os jornais em referência restringem-se a reproduzir as informações divulgadas pelas agências de notícias dos referidos países, dado que reforça o pressuposto de que essas agências constituem instrumentos básicos na rede de poderes que se estabelece nas instituições de comunicação (Wolf, 1995).

Ecologia e poderes: o discurso ecológico da imprensa brasileira...

ALGUMAS INFERÊNCIAS, INTERPRETAÇÕES E COMENTÁRIOS FINAIS

Consideramos que tanto as formulações de Bourdieu como as de Foucault podem oportunizar uma reflexão mais aprofundada acerca dos espaços de poder instaurados pelo discurso jornalístico sobre a ecologia no Brasil. Do ponto de vista do primeiro autor, porque a imprensa pode ser pensada como uma arena de disputa pela publicidade dos discursos. Trata-se de um espaço de aparência, onde o social adquire *status* de real, de legítimo, de público e notório. Sob a perspectiva de Foucault, podemos examinar os discursos sobre ecologia e meio ambiente como resultado de relações de poder que geram discursos e saberes. A dinâmica desse processo se dá ao nível das relações de poder que se estabelecem entre outros discursos acerca da ecologia (como o discurso do Estado, da comunidade científica, das ONGs e dos ambientalistas), considerando ainda que o cenário dessa disputa não se restringe ao Brasil. Esses discursos, que resultam em saber-poder, situam-se em um contexto relacional que se estabelece entre instituições de nível internacional, nacional e local.

Quanto a Foucault, gostaríamos de ressaltar dois aspectos que se aplicam à análise do poder nos discursos sobre ecologia: (a) a relação saber-poder; (b) a conotação disciplinar presente nos discursos em questão. A primeira consiste, basicamente, no caráter de divulgação científica que a ecologia adquiriu na cobertura de imprensa, saindo das seções e cadernos de informação geral para as editoriais de ciência. Está situada sobretudo no campo da forma ou formato da apresentação da informação. E, nesse sentido, vale ressaltar que a imprensa só passou a atribuir grande importância ao assunto quando esse passou a ser considerado saber científico, legitimado pela comunidade científica e pela sociedade em si. Os estudos científicos sobre poluição em Cubatão, por exemplo, alertando para os efeitos deletérios na saúde humana e as pesquisas que abordavam as conseqüências do uso de agrotóxicos em produtos agrícolas, certamente são exemplos que mostram como esse saber foi adquirindo poder. Poder de chamar a atenção da mídia; poder de alarmar, de sensibilizar o público, de produzir espetáculos, como a cobertura de catástrofes ambientais, como a exemplo do acidente com o Césio-137, na cidade de Goiânia - GO, em 1987.

Finalmente, a conotação de disciplina assumida pelo discurso ecológico na imprensa poderia ser exemplificada pela ênfase que jornais e revistas conferem ao discurso oficial sobre o assunto, cujo desejo, como salienta Carvalho (1990:235), é o de "regular as práticas ecológicas através de dispositivos disciplinares". Trata-se, pois, de um poder disciplinar indireto (o direto é exercido pelo próprio Estado). A questão disciplinar, mesmo assim, está presente porque interfere na

maneira como a imprensa organiza seu discurso. E tal organização constitui “ação ordenadora e analítica”, a qual “reparte, esquadrinha, observa, registra, hierarquiza” (Carvalho, op. cit: 235)

É oportuno discutirmos ainda a relação entre a imprensa e o poder público, quanto à formulação e divulgação do discurso ecológico no Brasil. Sucintamente, o que observamos é que há uma relação de atração e repulsão entre Estado, imprensa, comunidade científica e ambientalistas. Jornais e revistas, por exemplo, não só divulgam a agenda ecológica oficial, mas também publicam críticas e contestações às medidas governamentais na área ambiental. Entretanto, predomina a primeira tendência. Assim, o que se pode inferir é que há uma interpenetração de discursos.

A imprensa não possui plena autonomia para a formulação de um discurso determinado, definido, unísono sobre meio ambiente. Na maioria das vezes, os meios de comunicação tornam-se receptáculos de discursos que provêm de outras esferas. Cabe explicar melhor essa questão, uma vez que existem polêmicas e divergências sobre o assunto. No campo da sociologia dos emissores, a concepção é que os meios de comunicação possuem significativa importância na formulação de mensagens e discursos sociais, devido aos mecanismos de *agenda-setting*, *gatekeeping* e *newsmaking*⁵.

Essa visão é compartilhada por outros estudiosos da sociologia da cultura e da comunicação, como Ribeiro (1996) e Williams (1980), os quais compreendem os meios de comunicação como sistemas de produção – e não apenas material, mas sobretudo produção simbólica. Assim, a mídia constituiria um campo de produção de conhecimento, de visões de mundo. Além disso, meios como jornais, revistas e outros também não podem ser vistos apenas como meios, canais ou veículos. A inserção desse tipo de análise no âmbito da Sociologia da Cultura decorre do fato de que as instituições de comunicação não operam desvinculadas de outras instâncias de produção simbólica, além de constituírem espaço institucionalizado, histórica e socialmente legitimado, decorrente de uma prática socialmente reconhecida. É isso que lhes confere o *status* de relativa autonomia. Segundo Ribeiro (1996:10),

“existe uma correlação entre configuração estrutural da comunicação e legitimação institucional dos seus processos, historicamente verificável desde a origem do desenvolvimento das sociedades industriais contemporâneas. Acredita-se que as instituições de comunicação ‘construíram’, ao longo da sua existência, desde os primórdios das sociedades modernas, um lugar próprio de existência, socialmente legitimado, em virtude da natureza particular dos seus

Ecologia e poderes: o discurso ecológico da imprensa brasileira...

atributos, ações e finalidades. Um lugar que, no decorrer do seu amadurecimento histórico, viabilizou a criação, a demarcação e o desenvolvimento de princípios, normatizações, práticas e padrões de comunicação, cuja complexidade e diversidade atuais permitem que eles se dinamizem espacial e temporalmente de acordo, em grande parte e expressiva medida, com critérios internos a estes próprios termos”.

Entendemos, ainda, que a publicização do discurso jornalístico nos conduz a outras questões cruciais, a começar pela sua pretensa especificidade e sua inter-relação com as demais narrativas sociais. Nesse sentido, consideramos pertinente as considerações de Berger (1995), quando afirma que o discurso jornalístico é, simultaneamente, revelador e plasmador da sociedade, em sua dimensão de atualidade cotidiana, consistindo, portanto, em textualizar a realidade. O poder da mídia estaria não só na capacidade de descrever/revelar, mas principalmente de constituir, de plasmar uma realidade social de segunda natureza. Esta seria a essência da especificidade do discurso jornalístico, inclusive quando se reporta à questão ambiental.

Não podemos subestimar, todavia, o fato de que a produção informativa inscreve-se no contexto maior da produção e reprodução social. A matéria-prima do jornalismo encontra-se nos mais diferentes campos da sociedade. Para tornar-se notícia, o acontecimento é levado para o interior de uma rede produtiva complexa e específica. Ao fim desse processo, são devolvidos à esfera pública, adquirindo ampla visibilidade, tornando-se patrimônio simbólico coletivo, mediante o efeito amplificador, característico dos meios de comunicação de grande alcance público.

Um exemplo de como se processa a força simbólica da publicidade do discurso jornalístico está nesse seu efeito amplificador junto à sociedade. De modo geral, todos os temas, aos quais a imprensa dedica um grau razoável de atenção, adquirem repercussão na sociedade, sendo incluídos na esfera do debate público.

O campo jornalístico, portanto, além de incluir todas as esferas da sociedade, também é perpassado pelos interesses que emanam de todas elas, figurando o interesse econômico, certamente, como um dos principais nessa teia social. O interesse do leitor, nesse contexto, certamente pauta-se mais pela dimensão econômica do que por outros fatores, visto que vivemos em uma época em que o consumo exerce forte poder na vida social. No caso da questão ecológico-ambiental, a cobertura se processa da mesma forma.

Em síntese, a imprensa constitui um ator social que exerce papel decisivo na constituição do discurso ecológico. Contribui para a construção do espaço de aparência e de poder representado pela informação pelo conhecimento na área ambiental. Apresenta a conotação estratégica, do “*agir-com-respeito-a-fins*”,

por ser caracterizada de forma estratégica, porque tem como meta, quase sempre, a persuasão. Trata-se, pois, de um discurso que resgata uma cosmovisão que remete ao “mundo vivido” (Habermas, 1987), pois a ecologia transcende os valores individuais e imediatistas. Ressalta o valor da vida em si, da gratuidade das coisas proporcionadas pela natureza, aludindo constantemente a arquétipos sociais que sugerem um redimensionamento dos valores coletivos. A imprensa, ao se reportar à problemática ambiental, incorpora esses arquétipos e, da mesma forma, redimensiona valores coletivos. Nisso, também manifesta seu poder de plasmar e construir sentidos

NOTAS

- ⁽¹⁾ Elaborado com base no corpus de pesquisa usado para a tese de doutoramento do autor, intitulada “Atores e discursos ecológicos no Brasil: Ciência, Estado e Imprensa (1972-92)”, apresentada ao Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília, sob a orientação da Profa. Dra. Fernanda Sobral, em 1999.
- ⁽²⁾ É oportuno ressaltar que existem outras visões contrárias à de Berger. Para Ribeiro (1996), por exemplo, é um equívoco atribuir-se à mídia o status de campo, pois ela prescinde das condições estruturais requeridas pelo conceito em referência, condição indispensável para a existência de um campo social. Entre essas condições, a autora destaca a ausência de autonomia ou lógica interna, uma vez que as instituições de comunicação são extremamente susceptíveis às demandas externas do público de não-produtores e dos campos político e econômico. Além disso, seus recursos formais e de estilo são originários da tradição popular, o que a torna dependente de instâncias externas de legitimação. Não existem, portanto, critérios e normas internas de aferição de prestígio ou de distinção social. Ademais, não há instâncias próprias de consagração como a cultura erudita.
- ⁽³⁾ A categoria que aparece em primeiro lugar é a Eco 92. Em seguida, temos, entre as principais: devastação (3ª), poluição (4ª), movimentos ecológicos (5ª), Amazônia (6ª), estudos ecológicos (7ª) e legislação ambiental (8ª).
- ⁽⁴⁾ O Programa Nacional de Meio Ambiente ficou conhecido como “Programa Nossa Natureza”. Foi lançado em 1989 pelo Presidente José Sarney. Foi ainda um dos temas mais explorados pela imprensa, na época.
- ⁽⁵⁾ Entende-se por agenda-setting o processo de estabelecimento de uma agenda pública por parte da mídia, ou seja, “em consequência da ação dos jornais, da TV e dos demais meios de comunicação de grande alcance de audiência, “o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo” (Wolf, 1995:130). Chama-se gatekeeping, o processo relativo à dinâmica no interior dos meios de comunicação que contribui para a seleção de dados, fontes e informações, ou seja, trata-se dos mecanismos utilizados para a definição dos critérios de noticiabilidade dos valores-notícia. Esses mecanismos resultam menos de critérios subjetivos e mais de um conjunto de valores que incluem critérios técnicos, profissionais e organizativos, tais como eficiência e rapidez. Já o conceito de newsmaking é definido pelo mesmo autor como a abordagem que articula a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos nas empresas de comunicação, considerados elementos fundamentais para a produção noticiosa. Segundo essa abordagem, os critérios de atribuição de importância a um tipo de notícia.

Ecologia e poderes: o discurso ecológico da imprensa brasileira...

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARROS, Antonio T. de. *O Espelho do Privado: a cobertura noticiosa da Folha de S. Paulo sobre a desestatização no Brasil (1990-94)*. Brasília: Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação, 1995. (Dissertação de Mestrado).
- BARROS, Antonio T. de. "Atores e discursos ecológicos no Brasil: Ciência, Estado e Imprensa (1972-92)". Brasília: UnB, Departamento de Sociologia, 1999 (Tese de Doutorado).
- BERGER, Christa. *Em torno do discurso jornalístico*. Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 1995 (Mimeo).
- BERGER, Christa. *Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar a gente publica*. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D. (Orgs.). *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15 Editores, 1997.
- BERQUÓ, E. S. *Bioestatística*. São Paulo: EPU, 1981.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- CARVALHO, I. C. M. *Ecologia: um campo estratégico*. *Revista de Cultura Vozes*, Petrópolis, v.84, n.2, mar./abr. 1990.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1992.
- FOUCAULT, M. *L'ordre du discours*. Paris: Gallimard, 1971.
- FRANÇA, V. Regina V. *Construção jornalística e dizer social*. In: MOUILLAUD, M., PORTO, Sérgio D. (Org.) *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa: racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Taurus, 1987.
- MACHADO, Roberto. *Ciência e saber: a trajetória de Foucault*. Rio de Janeiro: Graal, 1981.
- ORLANDI, Eni. *Discurso e leitura*. Campinas: EdUnicamp, 1988.
- RIBEIRO, Lavina M. *Imprensa e esfera pública burguesa*. Brasília: Universidade de Brasília, 1988 (Dissertação de Mestrado).
- RIBEIRO, Lavina M. *Contribuições ao estudo institucional da comunicação*. Teresina: EdUFPI, 1996.
- WILLIAMS, R. *Problems in materialism and culture*. London: Verso, 1980.
- WOLF, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1995.

O BOLETIM DA PASTORAL NA "ZONA" DE CAMPINAS

Bruno FUSER

Professor na Faculdade de Jornalismo da
PUC-Campinas

RESUMO

A ação da Pastoral da Mulher Marginalizada de Campinas, centrada no bairro Jardim Itatinga, uma das maiores "zonas" de prostituição da América Latina, é caracterizada pelo resgate da cidadania e a busca de inserção da mulher prostituída no meio social de modo crítico, atuante e transformador. Transcendendo a ação assistencial - que também é realizada, por meio de cursos profissionalizantes -, as irmãs da Congregação do Bom Pastor procuram abordar a prostituição segundo o enfoque de que a mulher é vítima da sociedade, por não ter outra alternativa de sobrevivência. Na produção do informativo Cinta Liga - com o apoio da disciplina Jornalismo Sindical e Comunitário, da PUC-Campinas - a Pastoral repete o comportamento apontado por pesquisadores, segundo os quais o autoritarismo da Igreja Católica acaba reproduzindo os modelos da comunicação de massa, embora com um conteúdo diferenciado.

Palavras-chave: Igreja. Prostituição. Jornalismo Comunitário.

ABSTRACT

Religious participation for Discriminated Women in Campinas, in the district of Jardim Itatinga, one of the largest

"zonas" (red-light districts) in Latin America, is characterized by a return to citizenship and a search to make the prostitutes participate in a critically, active and transforming way. Going beyond an assisting attitude, which also exists, and the professional courses, the sisters that belong to the Congregação do Bom Pastor endeavour to deal with prostitution as the result of the fact that women are victims of the society since they are left with no other alternative to survive. In Cinta Liga, a bulletin that receives the support of Jornalismo Sindical e Comunitário, from PUC-Campinas - the Catholic Religious Movement duplicates the behaviour already pointed out by researches, in which the Catholic Church authoritarian attitude ends up even though in different contexts by reproducing the patterns of mass communication.

Key-words: Church and Communication. Communitarian Journalism. Church and prostitution.

APRESENTAÇÃO

Temos estudado, desde 1985, quando ingressamos no programa de Pós-Graduação da ECA/USP, em nível de mestrado, as alternativas de uso da comunicação social, em especial o jornalismo, como contra-hegemonia à *mass media* (FUSER, 1991). Centramos nossa pesquisa, naquele momento, na política de comunicação do governo Erundina, suas características e iniciativas. Posteriormente, no doutoramento, orientamos nosso trabalho para a política de comunicação de um sindicato, o dos Metalúrgicos do ABC, dada sua importância no panorama político-sindical brasileiro, referência para um sindicalismo que rompeu com as amarras do peleguismo e constituiu a maior central sindical do País, a CUT, Central Única dos Trabalhadores (FUSER, 1998).

Nesta pesquisa que ora relatamos, desenvolvida a partir de premissas que vimos desenvolvendo nesses trabalhos anteriores, buscamos analisar as características da comunicação desenvolvida pela Pastoral da Mulher Marginalizada. Sediada no Jardim Itatinga, uma das maiores zonas de prostituição da América Latina, já tínhamos ali, em função da disciplina Jornalismo Sindical e Comunitário, que ministramos na PUC-Campinas há cerca de dez anos, contatos e mesmo participação em iniciativas de comunicação. Assim, podemos afirmar que em grande parte nossa metodologia foi a da pesquisa participante: tivemos

O boletim da Pastoral na "zona" de Campinas

atuação direta até mesmo colaborando na elaboração de (poucas) reportagens, discutimos a política de comunicação implementada pela comunidade (respeitando as decisões ali tomadas), realizamos contatos no sentido de procurar (com sucesso) viabilizar uma parceria entre a Pastoral e o Centro de Cultura e Arte (CCA), que desenvolve ainda hoje cursos de sensibilização com jovens da comunidade, e elaboramos - esteve em curso até julho de 2000 - projeto de iniciação científica (PIBIC) com interface direta com este trabalho.

A IMPORTÂNCIA DA IMPRENSA COMUNITÁRIA

Sobre a importância da imprensa comunitária há estudos diversos, como os de BUENO (1979), voltados para o jornalismo do interior paulista, assim como o de AGUIAR (1994:1), com a mesma preocupação. A imprensa sindical – outra manifestação que podemos considerar como um segmento do jornalismo comunitário, entendido este como aquela prática jornalística que se diferencia da grande imprensa por ser gestada a partir de processos distintos, seja pela amplitude de sua circulação, seja pelos objetivos que motivam sua criação - chega a 12 milhões de exemplares mensais, conforme relata Nazareth FERREIRA (1992:17). Outros trabalhos insistem nessa tecla e mostram que, utilizando diversas mídias, a comunicação comunitária está viva. É o caso do trabalho de Denise COGO (1994), que desenvolveu estudo aprofundado sobre as rádios difundidas por alto-falante. A importância do relato da pesquisadora é grande para o nosso trabalho, tendo em vista que, conforme ela destaca, grande parte dessas iniciativas são organizadas pela Igreja Católica. Ao analisar a comunicação popular, ela afirma, como outros autores, que somente uma comunicação interativa seria democrática, aberta, dialógica, sinônimo de liberdade. A Igreja, inserida nos movimentos populares, em especial pelas CEBs e no exercício da Teologia da Libertação, tem, portanto, destaque nas experiências de comunicação popular. Vários autores concordam com essa perspectiva (conforme destacamos em FUSER, 1998, em especial capítulo V - “A comunicação dos trabalhadores”).

COGO (1994:34-5) faz um alerta sobre como a Igreja desenvolve essa ação, apontando os “riscos de autoritarismo e dirigismo na comunicação, que reproduziriam a estrutura e modelo verticais de comunicação massiva”. A pesquisadora gaúcha destaca que as dimensões do lúdico, do sonho, da fantasia, estão sendo abandonadas em manifestações da comunicação popular, “que pouco ou nada têm a ver com os valores culturais dos grupos e dos contextos onde estão inseridas” (:37). E continua:

“O tom moralista e paternalista marca o discurso das rádios católicas, ao mesmo tempo em que o caráter vanguardista e panfletário caracteriza a linguagem das emissoras sindicais” (:57).

COGO (op.cit.:336) considera que as equipes de produção da comunicação popular estão se distanciando das expectativas dos receptores, com a criação de “vanguardas culturais que pouco referenciais guardam do universo para o qual trabalham” (:336).

Importantes também para a compreensão do tema são as reflexões do professor e pesquisador Ismar de Oliveira SOARES (1980), ex-presidente da UCBC. Para ele, embora os boletins diocesanos católicos se constituam em alguns casos instrumentos de defesa dos marginalizados, isso ocorre “apenas nas circunscrições eclesiais onde o bispo assume as diretrizes estabelecidas pela moral regida pela Teologia da Libertação”. E acrescenta:

“Os boletins diocesanos católicos que se comportam como instrumento de defesa dos interesses dos marginalizados mantêm-se, sempre, como veículos verticais de comunicação” (:161)

Essas considerações sobre as características da comunicação alternativa, popular, e aquelas que segundo os autores estudados são próprias da Igreja Católica contribuíram, assim, para embasar nossos passos seguintes, dentro do estudo específico a que nos propúnhamos.

A PASTORAL DA MULHER MARGINALIZADA¹

O trabalho com as prostitutas

O trabalho que hoje é desenvolvido pela Pastoral da Mulher Marginalizada no bairro do Itatinga, junto às prostitutas, teve origem na ação de Dom Antônio Fragoso, bispo de Crateús (CE), que em 1960 era bispo auxiliar em São Luís do Maranhão. Foi então a Paris, entrou em contato com o trabalho conhecido por Ninho, desenvolvido pelo padre Talvas, junto às mulheres prostituídas da capital francesa. A experiência foi trazida para o Brasil por três leigas da equipe do Ninho, Tania, Edith e Geneviève. Essas três missionárias permaneceram dez anos no Brasil e foram elas que organizaram o 1º Encontro de Prostitutas e Agentes no País, em 1974.

A Pastoral da Mulher Marginalizada faz parte da Linha 6 - Sócio - Transformadora - da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, CNBB, que se propõe a ser “fermento na massa” numa dimensão de

O boletim da Pastoral na "zona" de Campinas

mudança social. Outros objetivos da Pastoral são constituir-se presença solidária junto às mulheres e meninas prostituídas nos hotéis, nas favelas, nas zonas, nas boates, nas ruas; ser presença profética, denunciando as causas da prostituição - o machismo, a dupla moral, o analfabetismo - e buscando a libertação pessoal, eclesial e social; ser, enfim, uma presença atuante na luta contra as causas da prostituição (SERVIÇO À MULHER MARGINALIZADA, -s/d).

A Pastoral da Mulher Marginalizada está espalhada em capitais e cidades do Interior de quase todos os Estados brasileiros, onde mantém sempre atividades como visitas a locais em que ocorre a prostituição e reuniões com as mulheres, quando, então, são abordados assuntos relativos ao seu cotidiano (saúde, violência, direitos de cidadania, questões relacionadas a seus filhos e famílias).

Algumas equipes da Pastoral da Mulher Marginalizada mantêm creches para atendimento dos filhos das prostituídas e de crianças carentes, e em diversos lugares onde as equipes da Pastoral atuam existem Centros de Convivência. É um local no qual a prostituta é acolhida, recebendo ajuda nas suas necessidades e carências, com apoio psicológico. Nesses centros há muitas vezes pessoas ligadas à saúde para orientá-la nos problemas mais urgentes; encaminhamento para obter documentação, como carteira de identidade; cursos de alfabetização; oficina de trabalhos alternativos como artesanato, corte e costura e cabelereiro.

Entre outras ações, a Pastoral da Mulher Marginalizada atua junto a autoridades governamentais e policiais que, muitas vezes, desrespeitam os direitos da mulher prostituída. Existe ocorrência de mulheres violentadas, espancadas e aprisionadas que necessitam assistência. Procura oferecer, ainda, assessoria jurídica, denunciando as formas de violência contra a mulher.

A questão da prostituição é abordada pela Igreja sob diversos pontos de vista. Conforme destaca o padre Teodoro Helmut ROHNER (1987), a Igreja reforçava a marginalização social das prostitutas com a marginalização moral e religiosa, pois são vistas tradicionalmente pela Igreja como sedutoras dos homens. Ainda que a condenação fosse feita com a intenção de buscar a salvação da prostituta, que estaria em estado de pecado permanentemente, "do ponto de vista pedagógico a atitude tradicional não é encorajadora, é arrasadora" (:76).

Desenvolve-se, no entanto, um novo enfoque sobre o tema, segundo o qual a prostituta é uma vítima - daí a denominação mulher prostituída -, que a sociedade marginalizou a tal ponto que não tem outra alternativa para sobreviver. A responsabilidade da prostituta, na argumentação do religioso, existe, mas é normalmente mínima, comparativamente às causas sociais e econômicas. Por

isso a justificativa para que, ao “examinar cada caso”, os padres possam aceitar as prostitutas à confissão e comunhão.

“Essa nova atitude não se origina de um laxismo moral. A prostituição voluntária é e fica um pecado grave. Mas quando ela é forçada, não temos o direito de considerá-la voluntária. A conversão que é exigida de nós é a de deixar os preconceitos tradicionais e de fazer um julgamento justo conforme tudo que sabemos sobre a condição das vítimas da prostituição da nossa sociedade. Não é uma conversão do rigorismo ao laxismo, mas *dos preconceitos à realidade* e a uma interpretação correta desta última” (1987:87).

A ação da Pastoral da Mulher Marginalizada é desenvolvida por irmãs da Congregação do Bom Pastor, cuja origem remonta ao século 17, quando o padre oratoriano João Eudes, que pregava o fim da ignorância e imoralidade, conseqüência de longos períodos de guerra, conseguiu que muitos jovens e mulheres se convertessem para uma vida “digna e estável” (FACULDADE DE TEOLOGIA, N.S. DA ASSUNÇÃO, 1986). Foi fundada, então, a Ordem de Nossa Senhora da Caridade do Refúgio. Seus mosteiros acolhiam e orientavam para uma vida nova moças e mulheres que se prostituíam. Além dos três votos comuns, João Eudes impôs aos membros da Congregação um quarto: o trabalho e o empenho na evangelização dessas pessoas exploradas e marginalizadas.

Quase um século depois, uma religiosa, Rosa Virgínia Pelletier - que recebeu o nome de Maria Eufrásia - sentiu a necessidade de ampliar o campo de atuação da Ordem para outros países, além da França, e criou serviços como respostas às exigências evangélicas e sociais da época, como a ação correcional junto a menores, seções de preservação para crianças abandonadas e atuação junto a penitenciárias.

Irmã Eufrásia levou esse projeto para várias partes do mundo, surgindo assim a Congregação do Bom Pastor - o amor misericordioso de Jesus Bom Pastor. Após a Segunda Grande Guerra, a superiora geral da Congregação, Maria Úrsula, realizou importantes mudanças, como a exigência que as religiosas do Bom Pastor tivessem uma qualificação profissional, com a colaboração de leigos e a adoção de métodos educativos que visavam ao desenvolvimento integral da pessoa e à sua reinserção social. Dentro das renovações do Concílio Vaticano II, as religiosas do Bom Pastor foram estimuladas a rever seu carisma, reatualizar sua missão de amor e misericórdia pelos que são marginalizados, transviados ou que vivem situação de injustiça.

A entidade em Campinas

A vinda da Congregação do Bom Pastor para Campinas - base da ação da Pastoral da Mulher Marginalizada - foi realizada pelo padre Haroldo Rahm, em

O boletim da Pastoral na "zona" de Campinas

1976, quando foi fundada a Casa Esperança, para colher mulheres prostituídas do Jardim Itatinga. No primeiro ano, o trabalho das irmãs do Bom Pastor e do padre Rahm consistiu em um estudo sobre como funcionava a zona de prostituição. Foi montado um curso de alfabetização (Mobral), cursos de bordado, datilografia, corte e costura. Posteriormente foi obtido o terreno onde está hoje a sede da Pastoral da Mulher Marginalizada, com apoio do arcebispo D. Gilberto Pereira Lopes, e doações - em especial dos padres capuchinhos - viabilizaram a construção da sede, onde há uma escola, um salão social, sala de aulas, entre outras instalações.

Para fortalecer a ação da Pastoral da Mulher Marginalizada em Campinas, em especial no bairro do Itatinga, onde está sediada, foi criado em 1997 o CEPROMM - Centro de Estudos e Promoção da Mulher Marginalizada. Como figura jurídica, é essa instituição que mantém as atividades promovidas pela Pastoral, no Centro Comunitário Nossa Senhora Aparecida, como a escolinha - com a contratação de pessoal para as atividades pedagógicas e para fazer a merenda -, os cursos ali desenvolvidos - com a compra de material de consumo, etc. Há funcionários, como assistente social e merendeira, e também trabalho voluntário, desenvolvido em contato direto com a entidade ou através de convênios e termos de cooperação com outras instituições, como Universidades.

No estatuto do CEPROMM se estabelecem as diretrizes gerais do trabalho: "dar proteção à família, à infância e à adolescência, carentes, dando especial atenção às mulheres prostituídas e seus filhos, moradores do Bairro Jardim Itatinga e adjacências" (art.2).

Entre as propostas estão:

- Realizar trabalhos sócio-educativos e de *resgate à cidadania...*
- levar a criança, o adolescente e a mulher prostituída a inserir-se no meio social *de modo crítico...*
- criar condição de atendimento às crianças e adolescentes, em situação de risco, através de um espaço para alfabetização e acompanhamento das atividades pedagógicas, tirando-as da rua...
- incentivar a participação das mães nas atividades do CEPROMM...
- desenvolver um *trabalho de prevenção* junto às crianças e adolescentes, visando propiciar oportunidades sociais e profissionais, com o intuito que não se iniciem na prática da prostituição e que sejam prevenidos os abusos e exploração sexuais...
- promover *ações continuadas* em educação e saúde...
- caminhar com a mulher, especificamente a mulher prostituída, buscando alternativas que favoreçam sua *organização, promoção e libertação,*

incentivando-a na participação das atividades desenvolvidas pelo Cepromm...

- apoiar e defender os *direitos da mulher*, enquanto cidadã, perante os poderes constituídos...
- atuar sobre as *causas e consequências da prostituição*...
- *mobilizar as mulheres* prostituídas para formação de cooperativas de trabalho..." (CEPROMM, 1997; grifo nosso).

Essas diretrizes gerais se configuram numa ação permanente, sob liderança das irmãs Maria de Lourdes Vicari e Ana Maria Bastos Rocha, da Congregação do Bom Pastor, com a colaboração de um travesti que se prostituía, Ademar S. Martins (Denise), da ex-prostituta Bethânia, e da equipe de funcionárias e voluntários. Além de cursos, como de cabeleireiro e de informática, há uma escolinha para crianças e jovens, que não integra o ensino regular, que acolhe meninos e meninas de idade variável, que não têm outra opção durante parte do dia ou mesmo durante o dia inteiro. Há atividades culturais (por exemplo, em datas específicas são exibidos vídeos, feitas homenagens às mulheres), políticas (há a organização para ações em defesa da cidadania, do trabalho, de solidariedade) e religiosas (todas as quartas-feiras há um momento de oração com as mulheres do bairro, além de outras atividades).

A PRODUÇÃO DO BOLETIM

Houve acompanhamento das quatro edições de 1999 do boletim *Cinta Liga* (periodicidade trimestral), que tem o formato duplo-ofício A4, com número de páginas que variou de 8 a 4, sendo distribuídos pelo bairro cerca de 200 exemplares. Ele possui, permanente, apenas um anúncio, de um dos postos de combustíveis do bairro.

É relevante ressaltar que o bairro está localizado na periferia de Campinas, próximo ao Aeroporto de Viracopos e abriga aproximadamente 150 casas de prostituição. A zona de prostituição do Jardim Itatinga surgiu entre 1966 e 1974, quando se deslocou o foco de prostituição de bairros nobres da cidade, como Taquaral e Castelo. Foi considerada a maior zona de prostituição da América Latina, com mais de mil prostitutas atuando nas casas. Hoje vive uma certa decadência: são raros os carros luxuosos e a maioria dos clientes são motoristas de caminhão e trabalhadores de Campinas. A prostituição de luxo se faz em outros lugares, não mais nas casas, mas através de encontros via celular, anúncios

O boletim da Pastoral na "zona" de Campinas

em revistas, jornais e na Internet, além da intermediação de boates instaladas em locais distantes do Itatinga, justamente para fugir do estigma da "zona".

Convivem no Itatinga, com as prostitutas, travestis e traficantes de drogas, e essa convivência nem sempre é pacífica - os conflitos entre grupos rivais e acertos de contas são constantes, com mortes violentas periodicamente tornando-se manchetes de jornais. A segregação das prostitutas pode ser verificada facilmente pelas placas em residências que não são prostíbulo, nas quais os dizeres "casa de família" buscam afastar uma clientela para a qual, em tese, todas as casas do bairro são para o comércio de sexo.

Há uma escola pública, posto de saúde e um pequeno comércio local. Boa parte das ruas ainda não tem asfalto e em muitos locais é possível observar o lixo acumulado, o esgoto céu aberto. Doenças sexualmente transmissíveis são uma constante, apesar de todas as campanhas de prevenção desenvolvidas pelo posto de saúde, com a colaboração dos agentes da Pastoral.

A produção do *Cinta Liga* se iniciou em 1996 por um grupo de alunos da Puccamp que o produziram em forma de jornal mural. No ano seguinte, foi produzido no mesmo formato, mas por Denise, uma das principais lideranças do bairro. Em 1998, o boletim passou para formato duplo ofício, sendo feito por um grupo da disciplina Jornalismo Sindical e Comunitário, sob nossa coordenação. Vale destacar que, já em 1992, outra equipe havia buscado a Pastoral da Mulher Marginalizada para realizar trabalho conjunto, no boletim então denominado *O Itatinga*, e igualmente sob supervisão direta de Denise.

Foram feitas entrevistas, com roteiro semi-estruturado, junto às principais lideranças da Pastoral da Mulher Marginalizada. As entrevistas consistiram em perguntas sobre a história de vida, como se deu a opção pelo trabalho com as mulheres prostituídas e a opinião sobre a função e os resultados do boletim *Cinta Liga*. Após a terceira e quarta edições do ano foram feitas enquetes com mulheres do bairro, para complementar algumas informações que vínhamos colhendo em conversas até então não sistematizadas.

As religiosas têm como voto de sua Congregação ajudar os excluídos. Denise e Bethânia, que já se prostituíram, têm mais acesso às prostitutas que as religiosas, por terem passado pela situação de prostituição e saberem como falar e como agir com cada uma, tendo conhecimento das suas carências e necessidades. Ambas deixaram a prostituição depois de se engajarem na Pastoral da Mulher e recuperarem - como afirmam - sua auto-estima.

Destaca-se na análise das entrevistas que o objetivo comum das integrantes da Pastoral não é tirar a mulher da prostituição, pois não há condições para a

entidade colocá-las no mercado de trabalho. Elas dependem dessa atividade para sobreviver e a Pastoral da Mulher Marginalizada não tem condições de remanejar todas para outro tipo de vida, ainda que ofereçam cursos como o de Informática.

O trabalho da Pastoral consiste em conscientizar as mulheres de seus direitos, de sua dignidade, tendo uma preocupação com a saúde e exploração dos cafetões e cafetinas existentes no local. Para conquistar esses objetivos acreditam que o boletim é um instrumento de muita valia.

O boletim *Cinta Liga*, para essas lideranças, exerce muita influência para atingir o objetivo de conscientização, no entanto há divergências entre elas. Bethânia acredita que precisa haver mais entrosamento de quem produz o boletim com os leitores, já as demais integrantes consideram que o boletim cumpre sua função plenamente. O acompanhamento da produção das edições do boletim aconteceu por meio da participação das reuniões de pautas, das reuniões do fechamento da edição e da entrega do mesmo, que é feita por Denise e os alunos de casa em casa no bairro.

Antecedendo a confecção de cada boletim há uma reunião de pauta entre os alunos e Denise, principal responsável por sua elaboração. Nessas reuniões são estabelecidos os assuntos que serão publicados. Há uma tendência, por parte de Denise, de não serem consideradas as sugestões dos alunos. Desse modo, em muitas situações os alunos foram inibidos de colocarem reportagens que acreditavam ser convenientes. Exemplo é o que ocorreu na reunião de pauta do dia 24 de março, quando um aluno, sabendo que a modelo Roberta Close fora a uma boate do bairro e causara muito interesse entre as moradoras, sugeriu colocar uma reportagem sobre o assunto. Denise não permitiu, houve discussões, porém ficou determinado que não seria adequado esse tipo de matéria no boletim, pois não estava dentro dos objetivos, das características editoriais da produção jornalística da Pastoral.

Depois da edição pronta, antes do envio para a gráfica, as irmãs do Bom Pastor lêem todo o boletim e substituem expressões que não acham adequadas, como por exemplo "prostitutas", termo que é substituído por "mulher prostituída", sob o argumento já referido. Ilustrações masculinas no boletim também são repelidas: a justificativa de Denise é que tudo no boletim deve lembrar a mulher, para que ocorra identificação.

O primeiro exemplar do *Cinta Liga* de 1999 foi produzido pela bolsista de iniciação científica Juliana Aparecida Ramos e por nós, com oito páginas, com assuntos sobre o dia da Mulher, desemprego, acontecimentos da Pastoral, serviços do Centro de Saúde do bairro e poemas. O segundo número passou a ser feito por uma equipe da disciplina Jornalismo Sincial e Comunitário, sob nossa supervisão.

O boletim da Pastoral na "zona" de Campinas

Sua editoração sofreu mudanças, o logotipo mudou. Passou também a ter pela primeira vez um anúncio, o do posto de combustíveis do bairro, que a cada edição paga 50 reais. Dessa forma, o boletim não é mais reproduzido em cópias xerox, passou a ser impresso em uma gráfica. O editorial também passa a ser feito, operacionalmente, pelos alunos e não mais por Denise, que, no entanto, conforme destacado, coordena o conteúdo que constará no *Cinta Liga*. O número de páginas continuou o mesmo, com assuntos sobre a Santa Eufrásia, em comemoração ao dia das Mães, a Pastoral Carcerária, novamente sobre o desemprego, o Centro de Saúde, a Casa das Pastorais, educação das crianças e agenda do Centro Comunitário. A presença de assuntos religiosos foi marcante nessa edição. A matéria do Dia das Mães foi composta por muitos depoimentos das próprias mulheres do bairro. Essa matéria, na pesquisa realizada com mulheres do bairro, é citada como uma das preferidas das leitoras, numa clara evidência de identificação entre a reportagem e o público.

CONCLUSÃO

As entrevistas com lideranças e com mulheres apontaram para o fato de que o boletim não estava sendo lido pela maioria do seu público-alvo. Buscando melhorias, o *Cinta Liga* diminuiu para quatro páginas: considerou-se que o público se cansaria com um número maior de páginas. Foram então publicados textos sobre o aniversário da cidade, o Grito dos Excluídos, uma página sobre o Centro de Saúde, agenda do Centro Comunitário e uma reportagem falando sobre o mês da Bíblia. Nessa edição, além do anúncio do posto de combustíveis, houve mais quatro, de estabelecimentos comerciais do bairro.

Na última edição do ano, a editoração continuou a mesma, no entanto a página de saúde não saiu e não houve revisão por parte das lideranças. Algumas matérias decididas na reunião de pauta não foram cumpridas, como a missa de Natal, depoimento da equipe de visita da Pastoral da Mulher, gincana, a reunião da Casa de Santana. Foram cumpridas pautas como a formatura da turma de informática, uma carta de uma jovem de 15 anos que escreveu para homenagear a mãe prostituta - matéria também muito citada na pesquisa -, a mensagem de Natal e as reivindicações dos servidores públicos.

Além das entrevistas com as lideranças, conforme salientamos, fizemos uma enquete, ao final da terceira edição, quando perguntamos para as leitoras a opinião geral sobre o boletim. Ao final da última edição foi feita nova enquete e constatou-se que as leitoras lêem mais a página de saúde e matérias que retratam o bairro, que falam sobre coisas que vivem diariamente. Muitas nem folheiam o

boletim, seja porque fica um exemplar para toda a casa e nem todas as mulheres dali têm acesso ao boletim, seja porque nem todas sabem ler e, também - um dos principais fatores - porque falta interesse pelo mesmo.

Os assuntos pelos quais as mulheres mais se interessam são as reportagens de depoimentos de vida do cotidiano de outras prostitutas, assuntos com os quais elas se identificam, como os exemplos das mulheres do bairro falando sobre ser mãe e, na última edição, a carta da filha para a mãe prostituta. Gostam de ler também a página de saúde, que fala sobre o posto de saúde, as atividades ali desenvolvidas. Enfim, constata-se que há interesse por um jornal de serviços e não integralmente sobre questões claramente destinadas à conscientização das moradoras do bairro². As mulheres reivindicam mais assuntos dos bairro, denunciando, principalmente, a violência. No entanto, a Pastoral receia represálias e não acata essa reivindicação. Confirmam-se, assim, as assertivas de COGO e SOARES, no sentido de a comunicação popular apresentar tendência a um afastamento entre lideranças e comunidade, e, ainda, de a comunicação da Igreja católica ser caracterizada por uma verticalização, uma hierarquização, uma ausência de tomada de decisões de maneira aberta e democrática, ainda que se constitua em importante instrumento de defesa dos marginalizados.

Se o boletim *Cinta Liga* buscasse mudar seu comportamento em função da opinião das moradoras - que foi transmitida às lideranças, e em grande medida já era de seu conhecimento -, seria mais "leve", com mais assuntos dos bairros, matérias de entretenimento e a participação das leitoras, mesmo que apenas em depoimentos, mas criando a identificação entre público e boletim.

O jornal comunitário poderia ao menos disputar a influência sobre seu público com a grande imprensa, porque os jornais da cidade - *Correio Popular* e *Diário do Povo* - não conhecem a realidade do bairro tão profundamente e apenas divulgam notícias de violência, como mortes e tráfico. Isso contribui para que a sociedade consolide seu preconceito em relação ao bairro e às prostitutas. Já o boletim *Cinta Liga* vem com outra proposta: diminuir esse preconceito, mostrar uma outra realidade, que vem sendo construída com trabalho e projetos de cunho social e transformador.

Entretanto, destaca-se um ponto em comum entre a imprensa comunitária ali gestada e a grande imprensa: em ambas a linha editorial segue rigorosamente o ponto de vista daquele que detém o comando, sem abertura à pluralidade, à manifestação das diferenças. Porém, ressalve-se que enquanto a grande imprensa tem como objetivo os lucros e a manutenção do *status quo*, a imprensa comunitária procura conscientizar o seu público, tem em suas reportagens um conteúdo nitidamente marcado pelo desejo de mudança, de transformação, educativo e social.

O boletim da Pastoral na "zona" de Campinas

NOTAS

- (1) Estudo feito com a colaboração da acadêmica Juliana Aparecida Ramos, bolsista de iniciação científica PIBIC/CNPq.
- (2) Uma pesquisa quantitativa sobre a aceitação do boletim foi realizada por equipe de alunos, segundo a qual 66% das entrevistadas consideram que o jornal ficaria melhor se fosse feito por pessoas do bairro - que pode ser interpretado como crítica tanto à Pastoral como à presença dos alunos - e 84% das entrevistadas afirmaram que gostam da página de saúde. Cf. NUNES, Alesse F. e outros. *Jornal comunitário: alcance e limitações. Um estudo de caso*. Campinas, PUC-Campinas, 1998. [mimeo.]

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, MARCELINO & VEDOVATTO. *Jornalismo de Interior – Espaço Mídia*. Campinas, 1994. Projeto experimental no curso de Jornalismo da Puccamp. [mimeo.]
- BUENO, Wilson. "A importância da imprensa comunitária no interior paulista". In: *Estudos sobre Imprensa Comunitária. Cadernos de Jornalismo e Editoração*, nº 11, São Paulo, Escola de Comunicações e Artes/USP, 1979.
- CEPROMM - Centro de Estudos e Promoção da Mulher Marginalizada. "Estatuto". Campinas, 1997 [mimeo]
- COGO, Denise. *No ar... uma rádio popular*. São Paulo, ECA/USP, 1994. [diss. de maestr.]
- FACULDADE DE TEOLOGIA N.S. DA ASSUNÇÃO. *A prostituição em debate*. Campinas: Paulinas, 1986.
- FERREIRA, Maria Nazareth. "Comunicação Sindical em Época de Crise". In: *Simpósios em Comunicações e Artes*, nº 10. São Paulo, ECA/USP, 1992.
- FUSER, Bruno. *Políticas de comunicação no governo Erundina: do agitprop ao Jack Palance*. São Paulo, ECA/USP, 1991. [diss. maestr.]
- FUSER, Bruno. "Limites da comunicação sindical no Brasil". In: FERREIRA, Maria Nazareth. *O Impasse da Comunicação Sindical: de processo interativo a transmissora de mensagens*. São Paulo: CEBELA, 1995.
- FUSER, Bruno. *A comunicação conservadora dos Metalúrgicos do ABC*. São Paulo, Escola de Comunicações e Artes/USP, 1998. Tese de dout.
- NUNES, Alesse F. e outros. *Jornal comunitário: alcance e limitações. Um estudo de caso*. Campinas, PUC-Campinas, 1998. [mimeo.]

ROHNER, Teodoro Helmut. *Prostituição e Libertação da Mulher. Pastoral da Mulher Marginalizada: subsídios para a formação de agentes*. Petrópolis: Vozes, 1987.

SERVIÇO À MULHER MARGINALIZADA - SMM. *Pastoral da Mulher Marginalizada*. São Paulo, s/d [mimeo.]

SOARES, Ismar de Oliveira. "Boletins Diocesanos Católicos: Veículos de Comunicação a Serviço dos Marginalizados". Em: Melo, José Marques de (coord.). *Comunicação e classes subalternas*. São Paulo: Cortez, 1980.

OUTRAS POSSIBILIDADES PARA O RÁDIO

Cláudia Regina LAHNI
Professora na Faculdade de
Comunicação da
Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

Neste trabalho, queremos refletir sobre outras possibilidades para o rádio, tanto de conteúdo como de formato, que proporcionem uma efetiva participação da população e uma ruptura quanto ao modelo predominante. Para isso, vamos lembrar passagens da história desse veículo de comunicação, ainda apontado como o mais abrangente e de maior penetração no País. Essas e outras características do rádio também serão ressaltadas, para indicar as possibilidades mencionadas. Apresentaremos, ainda, breve análise sobre a comunicação atual, marcada pelas novas tecnologias.

Palavras-chave: Rádio. Comunicação. Novas Tecnologias.

ABSTRACT

In this work, we want to reflect on the other possibilities for the radio, in its contents and its format, which permit an effective participation of the people and a break of the prevailing pattern. To do so, we will recall some passages from the history of this communication vehicle, which is still regarded as the most comprehensive and pervading all over the country. These and other characteristics will be highlighted in order to reveal the mentioned possibilities. We

will also give a short analysis about communication today as it is marked by new technologies.

Key-works: Radio. Communication. New Technologies.

PRIMEIRO O RÁDIO

O rádio teve início no Brasil em 6 de abril de 1919, no Recife, com a Rádio Clube de Pernambuco, fundada por Oscar Moreira Pinto (Tavares, 1997). Entretanto, oficialmente a data inicial do rádio no País é 7 de setembro de 1922, quando a Westinghouse Electric International, junto com a Companhia Telefônica Brasileira, instalava no Alto do Corcovado, no Rio de Janeiro, uma estação de 500 Watts para comemorar o centenário da independência do Brasil. Ouvia-se, então, pelos poucos aparelhos receptores existentes, o discurso do presidente Epitácio Pessoa, música lírica, conferências e concertos.

Em 20 de abril de 1923, no Rio de Janeiro, por obra de Roquete Pinto, surgiu a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro – que depois passaria como educativa para o controle do governo. “Está no ar a Rádio Sociedade, pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”, dizia o locutor, reforçando no slogan a vocação educativa (e erudita), como se entendia para o veículo, conforme conta Tavares (1997). Os jornais falados têm início em fins de 1926, em Pernambuco, e a experiência radiojornalística com editoriais, em São Paulo, começa com César Ladeira em 1932, na Revolução Constitucionalista.

A partir da década de 30, o rádio começa a se popularizar, com lazer e entretenimento. Pelo veículo, passam a ser ouvidas músicas populares, programas humorísticos e de auditório. Em 1936, no Rio de Janeiro, inaugurava-se a Rádio Nacional, liderança da radiodifusão por mais de vinte anos, no País. No período, essa emissora, como outras, tinha contratadas orquestras inteiras, cantoras, atores, atrizes, diretores, jornalistas, locutores.

O público acompanhava rádio-novelas, como “Direito de nascer” e “Em busca da felicidade”. Também havia programas de auditório, com Paulo Gracindo e César de Alencar, entre outros; e humorísticos, como “PRK 30” e “Balança mas não cai”. Entre os cantores, podem ser citados Francisco Alves, Carlos Galhardo e Cauby Peixoto; Carmem Miranda, Emilinha Borba, Marlene e Araci de Almeida estavam entre as cantoras, para as quais havia concurso da melhor, com votação a partir de cédula impressa em revista, que tratava do assunto.

Em 1941, surgiu o “Repórter Esso” - noticiário que saiu do ar em fins de 1968, portanto depois de 27 anos e muita repercussão. Nos anos 50, conforme

Outras possibilidades para o rádio

Tavares (1997), houve um grande impulso do rádiojornalismo no Brasil – nesse mesmo período surge a televisão no Brasil, por iniciativa de Assis Chateaubriand. Em fins de 50 e início dos 60, a Rádio Jornal do Brasil passa a apresentar “Música e informação”; Sérgio Chapelin e Eliakin Araújo eram vozes daquela emissora. O jornal *O Estado de S. Paulo*, em 1958, cria a Rádio Eldorado; Bóris Casoy e César Ferraresi eram locutores. Já no meio da década de 60, a Rádio Panamericana de São Paulo, consagrada como “Emissora dos esportes”, se transforma em Jovem Pan.

Com a ascensão da TV, o rádio – depois de erudito, de popular, com várias iniciativas no jornalismo – passa por uma fase de transição. A partir de 1970, as emissoras de FM (Frequência Modulada) passaram a predominar. De acordo com Nélia Rodrigues Del Bianco (1993), o crescimento das FMs foi incentivado pelo regime militar. Isso, tanto para impulsionar a indústria fonográfica e de aparelhos próprios a esse uso, como visando à transmissão com menor abrangência e, assim, mais controlável¹.

Já, em especial em 80, segundo Tavares (1997), temos um novo formato que o rádio assumiu; trata-se da fase dos comunicadores, entre os quais são mencionados Cidinha Campos, Barros de Alencar, Ely Correa e outros. Nesse momento, o programa leva o nome do apresentador, que trabalha sozinho – ou com um técnico – por períodos de quatro horas. Nos anos 90, temos transmissores no sistema digital, o rádio na Internet e as transmissões em rede ou retransmissões consolidadas – como trabalham a Transamérica e outras, presentes em qualquer canto do País.

Esse breve histórico foi mencionado para salientar que, embora atualmente a sociedade tenda a valorizar a imagem, delegando por isso um poder inquestionável para a televisão, foi primeiro o rádio o espaço para o início e o desenvolvimento de grande parte dos programas aos quais nos habituamos hoje a assistir na tela da TV. Programas de auditório, humorísticos, novelas, jornalismo, seriados, apresentação de cantores, concursos de cantoras, a vida dos artistas, tudo passou pelo rádio.

RETRANSMISSÕES E LOCAIS

O histórico apresentado mostra, pois, que nos anos 90 tivemos a consolidação das transmissões em rede e/ou retransmissões. Essa maneira de fazer rádio, predominante nas FMs, acaba padronizando o estilo de locução, o vocabulário utilizado, o uso de canções veiculadas – seguindo os ditames da indústria do disco (do cd) e, enfim, os programas. Isso ocorre ou por se seguir um modelo

que vem de um centro de mais poder – no Brasil, foi importado (ou engolido) o estilo norte-americano e com ele suas músicas; no interior, a maneira da Capital, ou a compra de uma parte da programação, veiculada em rede – é o caso de rádios em geral de cidades do interior, que demitiram quase todo o seu quadro de funcionários e passaram a transmitir a programação gerada por uma emissora de maior porte.

Vale mencionar estudo de Maria Salett Tauk Santos (1985:150-151), feito na área rural do interior do Pernambuco (onde “o rádio desempenha o papel de veículo de comunicação de maior penetração em toda a região”). Santos aponta que “os resultados da pesquisa demonstraram que todos os comunicadores de rádio rural de Pernambuco evidenciaram atitudes favoráveis aos valores ‘urbanos’”. Já Renata Fernandes Rocha (2001), durante debate após sua apresentação de pesquisa sobre o rádio no Espírito Santo, afirmou já ter ouvido, de uma emissora de Vitória, informações sobre o trânsito na cidade de São Paulo, em função dessa retransmissão de programação.

Pois bem, mas se os anos 90 chegam com essa forma de “fazer” rádio consolidada, por outro lado, também se apresentam como o tempo das rádios livres e comunitárias no país, tempo esse que começa com força nos anos 80. A pesquisadora Sonia Virginia Moreira (1998:98) acredita que “durante a segunda metade da década de 80, a proliferação das rádios livres foi proporcional à insatisfação de segmentos da sociedade com o predomínio do critério político-partidário adotado pelo governo federal na distribuição de emissoras de rádio e de televisão”².

Moreira (1998:98-99) também salienta a existência, na década de 90, de um formato de rádio comercial AM voltado a audiências locais, com ênfase no jornalismo. Ela assinala que “os anos 90, portanto, devem se encerrar com a convivência de dois estilos de rádio destinados a um público essencialmente local. As emissoras comunitárias com a perspectiva de servir como meio de comunicação de grupos organizados da sociedade e as rádios comerciais em ondas médias (AM) descobrindo que informação é artigo de grande interesse junto aos ouvintes.”

FACILIDADES E ABRANGÊNCIA

Abordaremos agora características do rádio, que, acreditamos, o fazem mais utilizado e procurado visando à transmissão para a comunidade local – o que, inclusive, nesse momento nos interessa mais do que as FMs de maior alcance (até nacional, em função da retransmissão) e as emissoras em AM.

Outras possibilidades para o rádio

Em termos de audiência, conforme Willians Cerozzi Balan e outros (1999), o rádio tem 115 milhões de radiouvintes no Brasil, enquanto existem 85 milhões de telespectadores, 8 milhões de leitores de jornais e revistas e 3 milhões de internautas (conforme texto no Observatório da Imprensa, em 2000). Esses números dão conta de que o rádio ainda é o veículo de maior penetração no País. E não é pra menos.

A abrangência, de acordo com Gisela Swetlana Ortriwano (1985), é uma característica do veículo. Ocorre que, principalmente em países como o Brasil, onde ainda há lugares longínquos desprovidos de energia elétrica⁽³⁾ o rádio chega e alcança todos os pontos, uma vez que o aparelho receptor não precisa se utilizar de energia elétrica. Além disso, o aparelho receptor de rádio, em geral, custa mais barato do que um aparelho de TV, um computador, a assinatura de um jornal ou outro veículo.

Além do custo mais barato – para a recepção e emissão –, a facilidade de compreensão também é característica do rádio, conforme Ortriwano (1985). Rádio é som, o que significa que apenas um sentido do ser humano é necessário para a compreensão da mensagem do rádio. Assim, o radiouvinte pode fazer qualquer outra coisa e, ao mesmo tempo, estar ouvindo rádio. Pode-se estar trabalhando no escritório, na fábrica, no comércio, na lavoura, em casa, no carro, no ônibus e ouvindo rádio, compreendendo a sua mensagem, já que não se precisa estar parado vendo, como ocorre com a TV.

Como é só som, o rádio também pode ser mais facilmente entendido por pessoas com dificuldade de leitura ou analfabetas – e ouça que no Brasil 15% da população adulta ainda é analfabeta³, de acordo com relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), divulgado em julho de 2001 pelo *Último Segundo*. Vale mencionar sobre esse item que, embora muitas pessoas ouçam televisão, esta se utiliza, cada vez mais, de caracteres na tela ou apresenta gráficos, o que pode dificultar sua compreensão, além de requerer que o público fique em frente a ela, para vê-la, já que o principal da TV é a imagem.

Sobre a facilidade de compreensão, também é bom lembrar que a linguagem utilizada pelo rádio é a de quem conversa, inclusive de maneira informal. Frases curtas, de preferência não intercaladas e palavras simples, com o objetivo de ser entendido de imediato, são usadas no rádio. E se formos nos dirigir ao ouvinte ou à ouvinte será no singular, usando “você”, a fim de buscar mais aproximação com o receptor.

O rádio trabalha com o imediato e com o inédito, porque com grande facilidade pode transmitir ao vivo, em tempo real, qualquer acontecimento. O

jornal impresso precisa das rotativas; a TV pode fazer ao vivo, mas não só requer muito mais, como também exige equipamentos mais caros; algo na mesma linha pode se dizer sobre a Internet, que ainda se apresenta restrita para a recepção⁴.

A participação da pessoa receptora, principalmente através do telefone (além de outras formas), é mais constante e direta no rádio, quer seja para pedir música, reclamar da falta de luz, participar de concurso ou opinar a respeito de um tema em debate. E esse aspecto (o da participação) já marca o rádio desde o seu início – o público estava no programa de auditório, votava na sua preferida cantora.

Além disso, quando começou o rádio funcionava como clube ou sociedade, os interessados colaboravam para viabilizar as transmissões, já que a prática da venda de espaços ao anunciante surge quase uma década depois do veículo no País. Essa forma de organização, inclusive, é retomada atualmente pelas emissoras comunitárias, de baixa potência e pequeno alcance, que não dispõem de anunciantes e recursos vindos desses.

As especificidades do rádio, mencionadas aqui, fazem desse veículo não apenas o de maior audiência e penetração, mas também, e com certeza, o que mais aglutina comunidades e grupos organizados (ou nem tanto) das classes populares, com a finalidade de transmitir (de maneira alternativa)⁵ suas mensagens, seus debates, suas manifestações culturais e artísticas.

Tal aglutinação, acreditamos, pode ser percebida no crescimento de rádios livres e comunitárias e na tentativa de várias se enquadrarem na lei 9.612 – que institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências –, o que nos parece bem mais rápido e intenso do que a ocupação de canais comunitários de TV a cabo, também definidos por lei federal. Certamente, a necessidade de mais equipamentos, técnica e recursos financeiros fortalece essa atitude distinta. Antes de continuarmos a refletir a respeito de emissoras livres e comunitárias, vamos mencionar experiências de rádio arte e paisagens sonoras, uma diferente e interessante possibilidade para o veículo.

RÁDIO ARTE E PAISAGENS SONORAS

Em palestra intitulada “Rádio arte e paisagens sonoras”, que ocorreu em 13 de maio de 1999 para alunos de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, a pesquisadora Janete El Haouli contou um pouco de seus estudos e experiências acerca do tema. Haouli, professora do Departamento de Artes na

Outras possibilidades para o rádio

Área de Música da Universidade Estadual de Londrina, realiza o programa “Música Nova” na Rádio Universitária, em que veicula música de vanguarda, experimental, especialmente música vocal, colocando a voz desvinculada da palavra – assunto focado em seu mestrado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Segundo Haouli (1999), de início houve um estranhamento absoluto; as pessoas se perguntavam “isso é música?”. Depois uma reflexão e apreciação do que se ouvia. Ela salienta que o programa “rompia contundentemente” com o que chama de contínuo radiofônico – mesmo uma rádio cultural, como a Universitária da UEL, está ligada ao vitrolão, conforme a pesquisadora. Esse outro repertório é importante, para Haouli, porque é algo que foge ao padrão estabelecido, e atualmente, de um modo geral, nossa escuta está adestrada, moldada no sentido de forma. Com tais transmissões, busca-se refletir e fazer do rádio um veículo que pode produzir, não apenas reproduzir.

Na palestra, a pesquisadora também mencionou (e colocou para a audição dos presentes) a transmissão, pelo rádio, de paisagens sonoras – que são o áudio gravado, sem interferência, de determinados lugares; no exemplo, um dia em São Francisco, nos Estados Unidos, e em Bolonha, na Itália. Outro exemplo foi o primeiro filme abstrato, feito em 1930; uma peça radiofônica em que o artista apresenta cenas de trabalho, concertos, preparação de concerto e outras, utilizando-se apenas de sons. Essas experiências são de um movimento, ligado principalmente aos franceses, em que artistas visam “falar” somente com os sons. O filme abstrato citado está dentro do que se chama cinema para os ouvidos.

Vale lembrar também que, segundo Haouli (1999), além de outros lugares, em Berlim, emissoras de rádio têm departamentos de *feature*⁶. Este é um trabalho próximo ao documentário jornalístico radiofônico, constituído da captação do áudio de uma situação, utilizando o microfone de gravação como uma extensão da orelha do profissional, que vai direcioná-lo como achar melhor. Esse áudio captado passa, posteriormente, por uma reduzida edição (visando ao tamanho) e é veiculado junto com um comentário do profissional (um texto pequeno). Dessa forma, está-se contando um fato principalmente com os sons dele.

Sabemos que João Batista Torres (1985) produziu (de forma conjunta com outros profissionais e estudantes), em São Paulo, um programa que apresentava paisagens sonoras. Esse foi inicialmente veiculado dentro do programa “Noite Alta”, transmitido pela Rádio Bandeirantes FM, no dia 13 de junho de 1979. O programa daquele dia, conforme Torres (1985:47), era para ser “‘escutado’ no escuro”. A sugestão de ouvi-lo no escuro era porque nele, segundo o produtor, “fechávamos o sentido (maior?) da visão e dávamos – finalmente – passagem

para o sentido auditivo, permitindo assim que esse tipo de percepção cotidiana fosse mais ‘levado a sério’.”

No “Noite Alta” foi apresentada uma trilha com sons de flautas andinas, hora da ginástica, gongo chinês, fala de Mussolini, voz de Carlos Drumond em “Quadrilha”, entre outros. Depois, ainda que por um curto espaço de tempo, realizou-se o projeto “Rádio no Escuro”. Foram feitas sessões, no auditório Wladimir Herzog, do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, para audição de peças radiofônicas, no escuro. “Rádio no Escuro”, conforme Torres, foi “uma proposta para uma audição diferenciada, difusão e discussão do Rádio e de sua programação no Brasil”.

Refletindo sobre essas iniciativas, em Juiz de Fora (MG), um grupo de alunos⁷ da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal realizou, em 5 de junho de 2001, uma experiência que mesclava as duas contadas por Torres. O grupo deveria mostrar um trabalho sobre a história do rádio, programas atuais e uma análise de um deles, da cidade de Juiz de Fora, o que foi feito. Para a apresentação, entretanto, colegas e professora foram convidados a ficar no auditório da Facom, que estava escuro, com aparelho sintonizado na Rádio Universitária FM em que foi veiculado um programa com o conteúdo do trabalho. Após a apresentação foram debatidas informações transmitidas e a maneira como isso se deu. Iniciativas como essa, acreditamos, precisam ser valorizadas, para que tenhamos, pelos meios de comunicação, um encontro de subjetividades, e não a homogeneização da cultura, como muitas vezes vem acontecendo.

LIVRES E COMUNITÁRIAS

Como citamos, as emissoras livres e comunitárias, no Brasil, vêm crescendo em número e em participação da comunidade por elas abrangidas. Quanto aos números, dados da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão indicam o funcionamento de dez mil rádios livres e comunitárias. Já o Fórum Democracia na Comunicação aponta o funcionamento de cerca de sete mil. Quanto à participação, geralmente essas emissoras dão voz para quem não tem espaço na mídia e isso leva à apresentação de diferentes e interessantes formatos.

Em Juiz de Fora, no bairro Santa Cândida, a Mega FM, no ar desde 1997, “foi criada como um espaço para a divulgação de músicas dos moradores do local, que não tinham como mostrar sua produção em outras emissoras”, conforme conta Álvaro Eduardo Trigueiro Americano (1999:80,81). Americano salienta que “a emissora nasceu de uma discussão sobre a utilização do veículo (...) como meio de expressão democrático das pessoas de um bairro”.

Outras possibilidades para o rádio

Hoje, a Mega continua apresentando programas dos mais variados estilos musicais. Além disso, existem aqueles de debates sobre assuntos diversos e são transmitidas informações úteis à comunidade. Vale mencionar que a emissora veicula toda semana "Diversidade", um programa de uma hora e meia feito pelo Movimento Gay de Minas, que enfoca principalmente saúde e cidadania⁸. Além da Mega, Juiz de Fora conta com várias outras comunitárias.

ESPAÇO ABERTO

Cristina Costa (1998:91) declara que "muitos críticos percebem na civilização pós-clássica uma saudável democratização de meios e mensagens". Ela cita Pierre Levy, para quem "a informática transforma a comunicação, antes linear e unidirecional, num livre navegar de informação, cujo sentido depende essencialmente da participação consciente do usuário".

Por sua vez, Arlindo Machado, também citado por Costa, analisa que "as novas tecnologias permitem cada vez mais ao público a participação na produção artística". Isso, por exemplo, pelo uso do videocassete ou do *zapping*, que podem transformar o público em autor das imagens por ele editadas.

Embora concordando com a importância e as facilidades advindas das novas tecnologias na comunicação, quanto à informática, entendemos que o acesso a ela, no Brasil, ainda está restrito. Já as possibilidades de modificação e arte pelo videocassete ou pelo *zapping* podem esbarrar na falta de espaço para transmissão (e problemas financeiros também).

Assim, acreditamos que as rádios livres e comunitárias se constituem num espaço aberto para veicular experiências inovadoras, que podem ser arte bruta ou outra coisa. Iniciativas, como o rádio no escuro, rádio arte ou a captação e transmissão de paisagens sonoras devem ser valorizadas e divulgadas. Elas podem representar outras possibilidades para o veículo, que tem hoje seu lado mais alternativo e aberto nas emissoras de pequeno alcance.

NOTAS

⁽¹⁾ Sobre concessões de rádio e de TV no Brasil, indica-se ler Ivete Cardoso do Carmo (1995/1996); a respeito de concessões e de rádios livres e comunitárias, ler Graça Caldas (1997) e Cláudia Lahni (1999).

- (2) Existem também lugares centrais (capitais, interior, qualquer ponto do País) que podem ficar sem energia elétrica. Afinal, em maio de 2001, em função do baixo nível de água nos reservatórios que abastecem as usinas hidroelétricas e da falta de investimentos no setor e em formas alternativas de se gerar e transmitir energia, o governo federal lançou um plano de racionamento de energia elétrica, que previa, entre outros itens, os chamados “apagões”, momentos em que determinadas áreas poderiam ficar sem luz, sem energia.
- (3) Esse índice - de 15% da população adulta ser analfabeta - tende, pelo visto, a não ser alterado. Afinal, o mesmo relatório da ONU (Organização das Nações Unidas), que divulgou esse dado, também aponta que 84% da população em idade escolar está no colégio, o que nos faz concluir que 16% não está e, portanto, pode persistir o número de analfabetos ou de pessoas com pouca escolaridade no Brasil.
- (4) Sobre essa nova mídia, em aula da disciplina Linguagens e Tecnologias na pós-graduação da ECA-USP, a professora Cristina Costa (2001) expôs a existência de barreiras na tecnologia, entre as quais a língua (a quase totalidade do conteúdo na Internet é escrita em inglês) e a seleção do que é oferecido, sem se mencionar a questão econômica. Para ela, vivemos um segundo processo colonial, altamente potencializado pelas novas tecnologias.
- (5) Há quem ensine inclusive a montar - de forma barata artesanal - uma antena para transmissões radiofônicas, em cursos visando à democratização da comunicação.
- (6) O *Manual Geral de Redação*, da Folha de S.Paulo (1987:153), considera *feature* um “texto especial que não se limita ao caráter informativo de uma notícia. Aprofunda cada assunto em busca de sua significação mais atemporal. Pode ser um perfil, uma história humana, uma entrevista. Não se define pelo assunto, mas pela forma como ele é tratado.” Essa definição praticamente nos remete à maneira como os alemães, citados por Haouli, estão produzindo o *feature*. Um pouco diferente disso, Mário Erbolato (1985:147) define *feature* como “informação especial, não competitiva, caracterizada por um estilo que a distingue das informações comuns. Agências especializadas fornecem esse material aos jornais, constituído de palavras cruzadas, receitas, novidades da moda, reportagens ligadas ao turismo, curiosidades, conselhos de medicina etc.”.
- (7) O grupo, formado por Carlos Emanuel Rocha Bartels (coordenador dessa atividade), Ludmila Maria Noronha Souza, Jefferson Lorentz Barbosa, Anita Rodrigues Delmonte e Renata Mcireles Xavier Curzi, alunos do 3º período, de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da UFJF, apresentou o trabalho, em 5 de junho de 2001, para a disciplina Fundamentos do Jornalismo, ministrada por esta pesquisadora.
- (8) Entre outros, a Mega transmite, semanalmente, o “Programa de Mulher”, que apresenta informações sobre saúde e cidadania da mulher, além de notícias dos movimentos feminista, sindical, popular e outros grupos com atuação feminina. “Programa de Mulher”, veiculado também pela Rádio Universitária, é um projeto de extensão da UFJF, elaborado e coordenado por esta pesquisadora, que conta atualmente (junho de 2002) com o trabalho das alunas Ana Laura Furtado (bolsista), Adriana Freitas, Aline Furtado, Eliana Fonseca, Evelyn Valente, Fernanda Vidigal e Lillian Werneck, da Facom, e Myllena Gusmão Varginha, da Faculdade de Medicina; a técnica é feita por Aline Furtado (bolsista da Rádio), da Facom.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMERICANO, Álvaro Eduardo Trigueiro. 87,9, *a Universitária está no ar*. Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1999 (Dissertação de Mestrado).
- BALAN, Willians Cerozzi e outros. O rádio digital avança no interior de São Paulo. In:
- BIANCO, Nélia R. Del & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Rádio no Brasil - Tendências e perspectivas*. Coleção GT's Intercom, nº 8, Rio de

Outras possibilidades para o rádio

Janeiro, Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e Universidade de Brasília, 1999.

BIANCO, Nélia Rodrigues Del. *FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar*. Revista "Comunicação & Sociedade", Imesp, São Paulo, Ano XII, nº 20, 1993.

CALDAS, Graça. Uma rádio para os trabalhadores. *Comunicação & Sociedade*, Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, nº 28, 1997.

CARMO, Ivete Cardoso do. A televisão como transmissora da ideologia do Estado. *Comunicarte*, Instituto de Artes, Comunicações e Turismo, Pontifícia Universidade Católica de Campinas (SP), nº 20, 1995/1996.

COSTA, Cristina. *Arte: resistências e rupturas – Ensaio de arte pós-clássica*. São Paulo: Moderna, 1998.

ERBOLATO, Mário. *Dicionário de propaganda e jornalismo*. Campinas: Papyrus, 1985.

FOLHA DE S.PAULO. *Manual geral da redação*. São Paulo, 1987.

HAOULI, Janete El. *Rádio arte e paisagens sonoras*. Palestra ministrada aos alunos de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas (SP), 13 de maio de 1999.

LAHNI, Cláudia. Rádios livres e comunitárias: democracia no ar. *Jornalismo – Revista de Estudos*, Curso de Jornalismo, IACT, PUC-Campinas (SP), nº 2, junho de 1999.

MOREIRA, Sônia Virgínia. *Rádio palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio – Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 3 ed., São Paulo: Summus Editorial, 1985.

ROCHA, Renata Fernandes. *Rádio Espírito Santo: 60 anos de história*. Trabalho apresentado no VIII Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste (Sipec), Grupo de Trabalho Jornalismo, Vitória (ES), 2001.

SANTOS, Maria Salett Tauk. *Rádio no Brasil: o discurso da modernização sem mudança*. Cadernos Intercom n.8, São Paulo, 1985.

TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o Rádio Não Contou - Do Galena ao Digital, desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo*. São Paulo: Negócio, 1997.

TORRES, João Batista. "Rádio no escuro": a busca de mais formas de participação. Cadernos Intercom, nº 8, S. Paulo, 1985.

Internet

<http://www.ig.com.br> – *Último Segundo*, 6 de junho de 2001.

<http://www2.uol.com.br/observatorio> – consulta feita em fevereiro de 2000.

DAS ANTIGAS ARTES: A ARTE DE CONSOLAR

Cleonice Furtado de Mendonça van RAIJ
Professora no Centro de Linguagem e
Comunicação da PUC-Campinas

RESUMO

Das "Antigas Artes", a Consolação ocupa expressivo espaço na literatura greco-romana. Trata-se de um gênero literário cultivado por todas as grandes escolas filosóficas, que deram grande prioridade a um exagerado intelectualismo, em prejuízo do sentimento. Embora estivessem submetidas quase que a um mesmo plano, existem diferenças notáveis entre as Consolações, chegando alguns de seus autores a promover uma renovação do gênero. Na História desse gênero literário, aos filósofos sucederam os retores e sofistas. Aos poucos a Consolação perde todo seu prestígio e força, o que a levou a desaparecer como gênero literário e a preencher um novo espaço no mundo que se abre com o advento do Cristianismo.

Palavras-Chave: Arte. Consolação. Gênero Literário.

ABSTRACT

From "Ancient Arts", Consolation has occupied an expressive space in Greek-Roman literature. It is a literary genre present in all the main philosophical schools, which gave priority to an exaggerated intellectuality at the expense of feeling. Even though Consolations were almost at one level, there are remarkable differences between them, and some writers have

Cleonice Furtado de Mendonça van RAIJ

proposed a renewal of the genre. In the history of this literary genre, the philosophers were followed by the rhetors and the sophists. Consolation gradually loses its prestige and power and, as a consequence, it disappears as a literary genre and it takes another place open with Cristianism.

Key-words: *Art. Consolation. Literary Genre.*

A partir do momento em que os homens expressaram seus sentimentos na tentativa de acalmar a dor dos infelizes, a *arte do consolar* desenvolveu-se até ocupar espaço como “gênero literário”: a *Consolação*. A primeira manifestação formal dessa arte, de origem grega, deu-se pela poesia, que, em todos os tempos, foi a intérprete mais fiel dos sentimentos da alma. Os poetas foram, pois, os primeiros consoladores da humanidade.

Em Homero, vemos Heitor que procura consolar Andrômaca, valendo-se do argumento da triste fatalidade das coisas, contra a qual é inútil lutar (1949, VI:440-493); Aquiles, que fez o possível para amenizar a dor do infeliz Príamo (1949, XXIV:518-551); Nausícaa, que conforta Ulisses, dizendo-lhe distribuir Zeus, por vontade própria, os bens e os males, e que é necessário, então, sofrer e calar (1947, VI:187-197).

De conteúdo altamente consolatório é a elegia de Ovídio sobre a morte de Tibulo. Uma autêntica *Consolação* é, ainda, a dirigida a Lívvia, pela morte de seu filho Druso: *Consolatio ad Liviam*, que, de autor desconhecido, é atribuída, segundo alguns estudiosos, a Ovídio.

Pertencem, também, ao gênero consolatório os *epicédios* e algumas lamentações de Píndaro, Simónides e Baquilides, que contêm não só louvores aos mortos, mas também razões consolatórias para os sobreviventes.

Foi na Filosofia, entretanto, que a *Consolação* encontrou campo mais propício ao seu desenvolvimento, graças à influência que ela exercia sobre a vida dos gregos. A Filosofia buscava entender não só o mundo, mas também o homem, levado a meditar sobre a vida e suas limitações, a refletir sobre sua condição, a fim de que os reveses não o apanhassem desprevenido.

Os consoladores levaram seu ofício tão a sério que, para o bom êxito das *Consolações*, tornaram-se necessários os dotes literários e, principalmente, o tato ao cuidar dos problemas morais e psicológicos.

Como teriam iniciado os filósofos essa atividade tão *sui generis*?

Os gregos selecionaram, reservaram e classificaram todas as razões possíveis que podiam ser oferecidas a qualquer espécie de sofrimento.

Das antigas artes: a arte de consolar

Serviam-se daquilo que se poderia chamar “escala graduada de Consolações”, elaborada por eles próprios e aplicada conforme a ocasião e o mal a ser combatido. Compuseram, ainda, alguns tratados particulares sobre diferentes atribuições. Acrescente-se a isso a segurança com que falavam e agiam. Dizia Cícero, citado por Martha (1896:141): “A filosofia tem para cada aflição os remédios próprios que eu vos mostrarei quando quiserdes”.

Entre os filósofos, diferentes foram as maneiras de abordar a Consolação. Uns trataram do assunto sob ângulo bastante teórico, fazendo obras de caráter geral. Outros, estes em maior número, se interessaram por casos particulares, compondo pequenos tratados, muitas vezes sob forma de carta, trazendo o desenvolvimento de um tema de caráter ético, com o objetivo de convencer o leitor.

Ao longo dos tempos, os consoladores se multiplicaram, fazendo do ato de consolar verdadeira profissão. Passou a ser hábito, pelo menos nas famílias mais cultas e abastadas, a presença de um diretor de consciência, que, em ocasiões oportunas, se tornava também consolador. Merece citação o exemplo de Areu, filósofo de Augusto. Sabemos, por Sêneca, que foi a ele que Lívia, esposa do imperador, recorreu, quando da morte de seu filho Druso, a fim de obter alívio para sua dor.

Ad Marciam, IV, 2:

Illa in primo feruore, cum maxime impatientes ferocesque sunt miseriae, consolandam se Areo, philosopho uiri sui, praebuit, et multum eam rem profuisse sibi confessa est...

(“Ela (Márcia), no primeiro ímpeto da dor, quando as adversidades são muito mais violentas e cruéis, fez-se consolar por Areu, filósofo de seu marido, e confessou que aquilo lhe foi de muito proveito...”).

Médicos da alma, os consoladores se julgavam indispensáveis, mostrando-se sempre prontos a socorrer os desfavorecidos da sorte, mesmo sem serem solicitados. Havia entre eles verdadeira competição com relação àquele que encontraria a razão mais forte. Chegavam mesmo a se especializar em assuntos tais como a inquietação, a depressão, o luto, a angústia, o desespero, etc., apresentando para cada mal um remédio apropriado. Foi no final da República e, sobretudo, num dado momento do Império (43 a.C - ±68d.C) que houve maior incremento da arte consolatória. Os consoladores eram úteis tanto nas desgraças públicas quanto nas particulares. Acreditavam que os males mais comuns que afligiam o homem eram a doença, a velhice, a pobreza, o exílio e, o maior deles, a

morte. Procuravam combatê-los tendo, para cada um, argumentos prontos, prévia e cuidadosamente preparados.

A *arte de consolar*, conforme colocação de Favez (1937:11), era uma ciência completa. Uma espécie de farmácia moral disposta na perfeição. Havia remédios apropriados para todos os males.

Gregos e romanos sempre foram obcecados pela idéia de que o homem é um ser transitório, destinado à morte. Talvez tenha sido esta o mais universal dos temas, se levarmos em consideração que constituía elemento de grande importância para as discussões filosóficas da época. Plutarco e Sêneca são considerados os dois médicos de alma que melhor souberam preparar essas “beberagens morais”.

O gênero literário Consolação foi cultivado por todas as grandes escolas filosóficas, insistindo o filósofo em permanecer fiel aos princípios de sua escola. O que se observa, no entanto, é que em linhas gerais, todas as Consolações se parecem. Marcada por um certo ecletismo, pode-se verificar que a arte consolatória, quando necessário, tomou empréstimos a várias correntes filosóficas.

Todas se caracterizam por um exagerado intelectualismo, em prejuízo do sentimento. Estavam submetidas quase que a um mesmo plano, geralmente assim concebido: *introdução*, na qual o autor anunciava o mal que tencionava tratar e os remédios que desejava aplicar; a *Consolação* propriamente dita, dividida em duas partes : a *primeira* tratava da pessoa aflita; a *segunda* voltava-se para as causas da aflição. Seguia, enfim, a *conclusão*.

Embora existissem divergências, aos poucos foi surgindo entre os autores de Consolações uma espécie de convenção que estipulava algumas medidas a serem seguidas. Uma questão preliminar, a que os consoladores antigos atribuíram certa importância, era aquela de saberem qual o momento mais oportuno para se dirigir ao aflito. Entendiam alguns ser preciso aguardar uma ocasião favorável e, apesar da fé que depositavam em sua sabedoria, declaravam ineficaz a Consolação, se ela não fosse oportuna. Era costume deixar passar a primeira tempestade da dor. Assim, Sêneca esperou, silencioso, três anos sem nada fazer sobre a obstinada dor de Márcia, que perdera seu filho Metílio.

Ad Marciam, I, 7:

Tertius iam praeteriit annus, cum interim nihil ex primo illo impetu cecidit...

(Três anos já se passaram e, entretanto, nada daquela primeira violência abrandou-se...)”

Das antigas artes: a arte de consolar

Outros, ao contrário, eram a favor de que o mal fosse atacado de imediato. Se alguém se visse impedido de realizar seu intento, sentia-se obrigado a desculpar-se pelo atraso ou, ao menos, justificá-lo. Outras medidas convencionais eram as que exigiam que os preceitos viessem antes dos exemplos e que as Consolações fossem calcadas em fatos históricos.

Ad Marciam, II, 1:

Scio a praeceptis incipere omnes qui monere aliquem uolunt, in exemplis desinere (...) quosdam ratio ducit; quibusdam nomina clara opponenda sunt et auctoritas quae liberum non reliquant animum.

(“Sei que todos aqueles que desejam exortar alguém começam com preceitos e terminam com exemplos (...) a alguns a razão conduz; a outros devem-se apresentar nomes ilustres e uma autoridade que não deixe livre o espírito.”)

Dados os fatos, seríamos levados a pensar que tenha faltado aos consoladores originalidade e que os mesmos se tenham submetido a uma imitação servil, sendo cada Consolação uma cópia fiel daquelas que a precederam. Isso, entretanto, não aconteceu. Apesar de os consoladores se terem submetido à influência do tradicional, existem diferenças notáveis entre as Consolações, chegando alguns de seus autores a promover uma renovação do gênero. Assim, Sêneca, exilado, aponta a Hélvia a natureza estranha de seu caso: consolar a própria mãe da infelicidade que atinge a ele mesmo.

Ad Helviam, I, 2:

Praeterea, cum omnia clarissimorum ingeniorum monumenta ad compescendos moderandosque luctus composita euoluerem, non inueniebam exemplum eius qui consolatus suos esset cum ipse ab illis comploraretur.

(“Além disso, embora investigasse todas as obras dos gênios mais ilustres, elaboradas para conter e aliviar as dores, não encontrava exemplos de alguém que tivesse consolado os seus, quando ele mesmo era por eles lastimado.”)

Os princípios filosóficos não atingiam a todos uniformemente. Era uma questão de sensibilidade. Sêneca assim se expressou:

Ad Marciam, II, 1:

Aliter enim cum alio agendum est.

(“É necessário, pois, agir de modo diverso, segundo as diferentes pessoas.”)

Havia, pois, nuances a serem observadas, o que fazia com que cada Consolação apresentasse algo de particular.

As Consolações de Sêneca, por exemplo, diferem das de Cícero. Este, mesmo tratando de filosofia, usava o método da argumentação e demonstração, próprio de um grande orador. Sêneca trabalhou segundo um esquema dramático, firme, com finalidade específica de penetrar o ânimo, o espírito alheio. Não estava preocupado em apresentar demonstrações sistemáticas.

A fê no poder e na virtude da Filosofia deu origem a uma ciência moral bastante rica, à qual encontramos filiados ilustres nomes. De maneira geral, todos os sábios que se preocuparam com o homem não negligenciaram suas paixões, angústias e desordens da alma, mas lutaram para evitar os exageros que de tais sentimentos pudessem decorrer, propondo encontrar argumentos capazes de atenuá-los. A Filosofia sabia, pois, como agir, escolhendo seus momentos, sendo cautelosa e ajustando seus ensinamentos à dor que pretendia curar.

Dos filósofos, o primeiro que tratou do gênero consolatório parece ter sido Demócrito, que escreveu vários livros sobre a “tranqüilidade de espírito”.

Das Consolações que chegaram até nós, sem dúvida, a mais antiga é, segundo Buresch (1886:9), *Axiócho* ou *Sobre a morte*. Em forma de diálogo, sua originalidade está no fato de consolar não uma pessoa em luto, mas alguém que se aflige diante da perspectiva da própria morte.

Tanto estóicos quanto epicuristas não negligenciaram o gênero Consolação. Entre os primeiros, podemos citar Crisipo (*Sobre as paixões*), Panécio (*Sobre o luto*) e Posidônio (*Sobre a dor*). Entre os epicuristas, destaca-se o próprio Epicuro, que endereçou a um amigo uma carta consolatória: *Sobre a morte de Hegesianax*.

Dentre os filósofos gregos, aquele que mais contribuiu para fazer da Consolação um gênero de relevo foi o acadêmico Crantor (330 – 280 / 70 a.C.), registra Fraile (1965:579). Em livro intitulado *Sobre o luto* e dirigido a Ipoclo, que perdera o filho, ofereceu à dor paterna tudo o que a Filosofia, depois de séculos, acumulara a respeito da vida e da morte. Esse tratado mereceu na Antigüidade extraordinária reputação, mantida até o fim do Império. A obra de Crantor resumia tudo o que a sabedoria grega havia produzido de mais salutar, apresentando uma cultura filosófica oriunda de fontes diversas e tornando-se ponto de apoio para aqueles que tencionavam abrandar suas dores. Infelizmente tal escrito não chegou até nós, mas, por meio de poucos fragmentos conservados e dos elogios acordes que os antigos lhe tributaram (Negro, 1945:XI), fica patente ter sido de grande importância em sua época e ter exercido influência sobre outros escritores de Consolações.

Das antigas artes: a arte de consolar

Na história desse gênero literário, aos filósofos sucederam os retores e sofistas, que emprestaram um ritmo bem diferente à estrutura da arte consolatória. Enaltecendo o sofrimento de maneira ímpar, tornavam-no mais suportável e, celebrando o defunto numa linguagem que parecia imortalizá-lo, ofereceram à dor uma doce satisfação e uma certa esperança.

Exercendo grande fascínio sobre os antigos, a Retórica ocupou significativo espaço ao lado da Filosofia. Não eram poucos os que, angustiados e desorientados pela dor, se entregavam às palavras harmoniosas e adocicadas, deixando o espírito enlevar-se por elas. Pode-se, por exemplo, imaginar a alegria e o orgulho que tomaram conta de Márcia ao receber a carta de Sêneca, na qual viu retratados, numa bela linguagem, o heroísmo de seu pai e as grandes virtudes do filho que ela chorava. Da mesma maneira, quando Hélvia recebeu do filho exilado a bela carta, com a qual procurava consolá-la por sua ausência, ela, por certo, foi tocada mais pelo talento que pelas razões expostas; foi em seu orgulho maternal, certamente, que encontrou o melhor consolo.

Entre os latinos, Sêneca é o mais fecundo escritor de Consolações, se considerarmos não só os textos conhecidos sob esse nome, mas também os vários tratados de alto teor consolatório: *Sobre a brevidade da vida*, *Sobre a tranquilidade do espírito*, *Sobre os remédios dos acontecimentos fortuitos* e as cartas enviadas a Lucílio, as quais, em grande parte, pertencem a esse gênero, como as: LXIII, LXXX, XCIII e CVII. No entanto, as genuínas Consolações, ou seja, aquelas que mais respondem às exigências da tradição consolatória, são três: *Ad Marciam* (A Márcia), *Ad Helviam* (A Hélvia) e *Ad Polybium* (A Políbio).

Impressionando a muitos pelo pensamento moral de suas cartas e tratados, Sêneca leva o homem a ignorar ou minimizar as coisas mais básicas que estão em seu coração e, mesmo diante de um aparente sacrifício da individualidade, a alcançar a nobreza.

As Consolações senequianas revelam grande coragem e uma atitude esperançosa do filósofo diante da vida. São ricas de fatos históricos, de exemplos, de pormenores que auxiliam na “reconstrução” da acidentada vida que levou; de reflexões filosóficas e políticas; de nobres pensamentos sobre os valores da vida; sobre a instabilidade das coisas humanas; sobre o dever de se considerar com serenidade a idéia da morte: presença inevitável em nossa vida, uma benção, um benefício ao ser humano, libertação de todas as dores.

Algumas passagens das Consolações:

Ad Marciam, X, 7:

Quod opus est partes deflere? Tota flebilis uita est.

(“De que vale chorar sobre detalhes? Toda a vida é digna de ser chorada”.)

Ad Marciam, XII, 4:

Circumfer per omnem notorum ignotorum frequentiam oculos, occurrent tibi passi ubique maiora.

(“Gira os olhos por toda a multidão dos conhecidos e desconhecidos, por toda parte encontrarás aqueles que sofreram desgraças maiores do que as tuas.”)

Ad Marciam, XXI, 2:

Uno modo multum est quod uiuimus: si satis est.

(“Uma só maneira existe de vivermos muito: se vivermos intensamente.”)

Ad Marciam, XXI, 7:

In hoc omnes errore uersamur, ut non putemus ad mortem nisi senes inclinatosque iam uergere, cum illo infantia statim et iuuenta, et omnis aetas ferat. Agunt opus suum fata; nobis sensum nostrae necis auferunt, quoque facilius obrepat mors sub ipso uitae nomine latet: infantiam in se pueritia conuertit, pueritiam pubertas, iuuenem senex abstulit. Incrementa ipsa, si bene computes, damna sunt.

(“Todos caímos neste erro de julgar que somente os velhos e os debilitados se inclinam para a morte, uma vez que já a infância, a juventude e todas as idades para lá nos conduzem. Cumprem os fados sua tarefa: tiram-nos a consciência de nossa morte e para que mais facilmente possa surpreender-nos, esconde-se a morte sob o próprio nome da vida: a puerícia absorve em si a infância, a adolescência absorve a puerícia, o velho leva embora o jovem. Os próprios progressos, se bem pensares, são prejuízos.”)

Ad Marciam, XXII, 1:

Labant humana ac fluunt, neque ulla pars uitae nostrae tam obnoxia aut tenera est quam quae maxime placet.

(“Vacilam e passam as coisas humanas e nenhuma parte de nossa vida é tão frágil ou perecível quanto aquela que mais nos agrada.”)

Ad Helviam, XI, 5:

Animus est, qui diuites, facit. Hic in exilia sequitur.

(“É a alma que nos torna ricos. Esta nos segue no exílio.”)

Ad Helviam, XIII, 6:

Nemo ab alio contemnitur nisi a se ante contemptus est. Humilis et proiectus animus sit isti contumeliae opportunus; qui uero aduersus

Das antigas artes: a arte de consolar

saeuissimos casus se extollit et ea mala, quibus alii opprimuntur, euerit, ipsas misérias infularum loco habet, quando ita affecti sumus, ut nihil aequè magnam apud nos admirationem occupet quam homo fortiter miser.

“Ninguém é desprezado por outrem, se antes não foi desprezado por si mesmo. Que esse tipo de ultraje seja próprio de um espírito baixo e vil; aquele que, porém, se levanta contra os mais cruéis golpes da sorte, e domina as desgraças pelas quais outros são abatidos, tem como auréolas as próprias desventuras, pois somos de tal forma constituídos que nada desperta tanto nossa admiração quanto um homem forte na desventura.”)

Ad Helviam, XVI, 1:

... nam te infinito dolore, cum aliquem ex carissimis amiseris, affici stulta indulgentia est, et nullo inhumana duritia: optimum inter pietatem et rationem temperamentum est et sentire desiderium et opprimere.

“... pois abater-se com uma dor infinita, quando se perde uma pessoa muito querida, é um estúpido gosto, e não abater-se em absoluto é uma dureza desumana: a melhor medida entre o sentimento e a razão é experimentar a dor e dominá-la.”)

Ad Polybium, IV, 2:

Lacrimae nobis deerunt antequam, causae dolendi.

“Faltar-nos-ão lágrimas antes que razões de chorar.”)

Ad Polybium, VI, 2:

Liberiora sunt omnia iis quorum affectus tegi possunt.

“Mais livres são as ações daqueles cujos afetos podem ser ocultados.”)

Ad Polybum, VI, 4:

Magna seruitus est magna fortuna.

“Uma grande sorte é uma grande servidão”.)

Dos pagãos o hábito chegou aos cristãos. O primeiro, obedecendo à cronologia, é Cipriano, no século III, seguido mais tarde pelos gregos: Gregório de Nazianzo, Gregório de Nissa e João Crisóstomo, e pelos latinos: Ambrósio, Jerônimo e Paulino de Nola, no século IV.

Estudos feitos por Favez (1937) tentam mostrar que Ambrósio, Jerônimo e Paulino de Nola se inspiraram não só na Bíblia, mas também nos seus

predecessores pagãos, que ainda exerciam fascínio muito grande, graças à força da filosofia de que estavam impregnados.

Enquanto o pensamento dos consoladores pagãos colocava em relevo a filosofia greco-romana, os consoladores cristãos calcaram suas razões no Evangelho, inspirando-se na pessoa do Crucificado. Daí podermos inferir que as Consolações cristãs apresentam uma estrutura externa e um estilo nos moldes pagãos, mas um conteúdo eminentemente cristológico. As diferenças existentes entre os textos pagãos e cristãos se devem ao fato de que foram escritos com base em divergentes pontos de vista e destinados a homens diferentes.

No século V, encontramos Boécio, o último filósofo romano, bastante conhecido por sua *Sobre a Consolação da Filosofia*, escrita em forma de diálogo, em que se alternam verso e prosa. Mesmo sendo considerado escritor cristão, Boécio não faz alusões expressas à Sagrada Escritura em sua Consolação e apresenta uma argumentação basicamente platônica. Ao lado de Santo Agostinho, é a autoridade decisiva da alta Idade Média. Bem mais tarde, no século XVII, temos a Consolação de Malherbe, endereçada a Monsieur du Pérrier, por ocasião da morte da filha e considerada como um dos primeiros textos do Classicismo francês.

O mérito supremo da arte consolatória foi o de preparar as pessoas para melhor receberem os males futuros, utilizando-se retoricamente da Filosofia, ao propor à dor física e moral o remédio por excelência: a paciência, se não o único recurso, pelo menos um refúgio indispensável. Todas as demais razões apresentadas pela Filosofia não conseguiram superar esse argumento que serviu de suporte básico. Tratava-se, pois, de uma arte preventiva. A advertência para um possível sofrimento foi muito salutar para os antigos, que, embriagados pelos prazeres, corriam o risco de serem sempre abatidos pela infelicidade, por não a considerarem como parte integrante da vida. Como à religião não competia a formação moral, aos sábios cabia fazer tais advertências, levando o homem a meditar sobre a vida e suas limitações, a refletir sobre sua condição nesta vida. Alguns, conforme a doutrina a que estavam sujeitos, pregavam a submissão às leis do destino ou à vontade divina. Outros chegaram a considerar a infelicidade como uma prova de virtude, como um privilégio ofertado ao homem pela Providência, para o exercitar, o purificar, o elevar à perfeição. É assim que Sêneca dirá, na *Epistula 94*:

Non pareo Deo, sed assentior

(“Não obedeco a Deus, mas concordo com ele.”)

A Filosofia teve, pois, o condão de revestir a paciência de uma grande serenidade e dar ao sofredor as seduções da glória, ao fazer surgirem razões dignas de admiração, credibilidade, aceitação e respeito.

Das antigas artes: a arte de consolar

Aos poucos a Consolação perdeu todo seu prestígio e força. A dor se mostrou desafiante, quando os argumentos utilizados para bani-la ou abrandá-la foram como que industrializados de acordo com os principais males a serem combatidos: doença, velhice, exílio, pobreza, morte, etc. A antiga medicina moral já não conseguia mais curar, uma vez que suas verdades, enfraquecidas, não atingiam as pessoas. Assim, sob o Império, Plínio, o jovem (*Martha*, 1896:188), em meio ao sofrimento, pediu a ajuda de um amigo, declarando que não lhe satisfiziam essas reflexões comuns que corriam o mundo. Precisava de razões não encontradas num livro:

“Nova aliqua sed magna.”

(“Dai-me altos pensamentos, pensamentos novos.”)

O estiolamento da Consolação como gênero constitui, no fundo, um signo de desagregação do mundo antigo, de suas estruturas políticas, econômicas, sociais.

A Consolação, como gênero, não desapareceu. “Evoluiu”, vindo a receber significações novas e preenchendo, talvez, um novo espaço no mundo que se abre com o advento do Cristianismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BURESCH, C. *Consolationum. A Graecis Romanisque scriptarum historia critica*. Lipsiae: Hirschfeldi, 1886.
- FAVEZ, Ch. *La consolation latine chrétienne*. Paris: J. Urin, 1937.
- FRAILE, G. *História de la filosofia*. Madrid: La Editorial Catolica, 1965, V.I.
- HOMÉRE. *L'Iliade*. Texte établi et traduit par Paul Mazon. Paris: Les Belles Letres, 1949.
- HOMÉRE. *L'Odyssée*. Texte établi et traduit par Victor Bérard. Paris: Les Belles Letres, 1947.
- HOMERO. *L Odisséia*. Commentada da Angelo Taccone, Torino: Societa Editrice Internazionale, s/d.
- MARTHA, C. *Les moralistes sous l'Empire Romain, philosophes et poètes*. Paris: Hachette, 1896.
- NEGRO, I. *Ad Marciam de Consolatione*. Napoli: Toumaso Pirondi, 1945.
- RAIJ, Cleonice F. de M. van. *As Consolações de Sêneca*. Dissertação de Mestrado, São Paulo: USP, 1986.
- SÊNÈQUE. *Dialogues. Consolations*. Texte établi et traduit par René Waltz, Paris: es Belles Lettres 1950, t. III.

CONHECIMENTO ESCOLAR: IDENTIDADE, SOCIEDADE E INTERDISCURSIVIDADE

Dulce Maria Pompêo de CAMARGO
Professora na Faculdade de Ciências
 Sociais e Pós-Graduação em Educação
 da PUC-Campinas

RESUMO

As pesquisas realizadas em dois projetos (Inajá e Tucum) de formação de professores leigos e posseiros, colonos e índios da região centro-oeste do Brasil têm contribuído para nossa reflexão acerca da relação senso-comum e conhecimento científico, especialmente na área de Ciências Sociais. Com base em experiências vivenciadas aprendemos que esses saberes têm de ser trabalhados de forma a buscar por meio dos conjuntos de discursos os efeitos das contradições ideológicas dos diferentes grupos sociais envolvidos nos projetos. Neste trabalho apresentamos, por meio da interdiscursividade, o processo educacional e a intencionalidade da ação formadora que caracterizaram esses dois projetos de formação de professores leigos, que, ao abordarem fronteiras culturais entre os diferentes grupos participantes, tornaram impossível aos sujeitos envolvidos pensarem a vida e o mundo da mesma forma que antes.

Palavras-chave: *Interdiscursividade. Conhecimento escolar. Formação de professores.*

ABSTRACT

The researches (Camargo, 1997 and 2000) carried out in two projects - Inajá e Tucum - to qualify "posseiros" (land trespassers), "colonos" (farm dwellers) and Indians in the central and western parts of Brazil, have contributed for our reflexion on the relationships between common sense and scientific knowledge, specially in Social Sciences. From lived experiences, we have learnt that such a knowledge has to be worked out, through different discourses, in order to seek the effects of the ideological contradictions displayed by the different social groups involved in the projects. In this study, we present, by means of interdiscursivity, the educacional process and the intervention in education which characterize both projects of qualification of non-graduated teachers, and which made it impossible for those involved to think life and the world, as they did before, when they approached the cultural frontiers between the different participating groups.

Key-words: *Interdiscursivity. School knowledge. Teachers' qualification.*

INTRODUÇÃO

Os Projetos Educacionais Inajá e Tucum, objeto de análise neste artigo e que se desenvolvem em Mato Grosso, têm por preocupação básica o desenvolvimento da consciência crítica e da cidadania. Desde o início dos anos 90 eles vêm habilitando várias turmas de índios, posseiros e colonos como professores leigos para o exercício do magistério. A iniciativa conta com recursos financeiros e humanos do Estado, das universidades, dos municípios consorciados e do Ministério da Educação.

O INAJÁ – primeiro projeto implantado, e que inspirou a criação de muitos outros projetos em Mato Grosso, originou-se de movimentos educacionais locais, desencadeados na região nordeste do Estado, a partir da década de 70. Trata-se de uma luta cultural e educacional, tão importante e tão forte como a luta local pela terra. Na área, é travada, ainda hoje, uma dura disputa pela posse e demarcação da terra entre posseiros, grileiros, colonos, assentados, latifundiários e índios.

Conhecimento escolar: identidade, sociedade e interdiscursividade

Esses Projetos/Cursos de Habilitação de Magistério se enquadram nas características do ensino supletivo por disporem de um regime especial de funcionamento: aulas ministradas nos períodos de férias e recessos escolares, por docentes de diferentes universidades, e atividades práticas nos períodos letivos, acompanhadas por monitores ou supervisores geralmente vinculados às secretarias municipais de Educação.

Os Projetos, ao adquirirem uma estrutura administrativa própria, estabelecem um calendário que permite ao cursista, nos três anos e meio de funcionamento previsto, permanecer em seu trabalho enquanto estuda. No período em que está lecionando, são desenvolvidas seis etapas intermediárias, com o acompanhamento dos monitores ou supervisores. Nessas etapas, o aluno/professor faz do próprio trabalho objeto de estágio supervisionado para elaboração de projeto de pesquisa que complementa sua formação. Nas férias e nos recessos escolares, participa de sete etapas intensivas, com aulas ministradas por docentes universitários.

Essa estrutura de curso, que considera tudo o que acontece na escola e que interfere no processo de apropriação e ampliação do saber, se respalda em uma concepção de mundo voltada para a ação/transformação. Implica, portanto, uma orientação que exige planejamento adequado, cuidadoso e crítico (Camargo, 1997).

Tal perspectiva justifica a opção por uma metodologia de trabalho que permite a abordagem integrada do mundo percebido pelo aluno. Além de romper com a fragmentação do conhecimento, respeita as diferentes formas de ver e ler o mundo, próprias de professores e de alunos de grupos sócio-culturais distintos. Tal opção, na área de Ciências Sociais, se fundamenta na etnometodologia, abordagem cada vez mais freqüente, mas nem por isso tranqüila, pois é permeada por uma grande variedade de correntes metodológicas e epistemológicas.

No entanto, o que importa é que essa experiência é importante, uma vez que a proposta filosófico-metodológica desses Projetos e a valorização da observação e experimentação inovam o cotidiano escolar, ao insistir *na prática do ensino integrado, sem programas e conteúdos pré-fixados* (Projeto Inajá - Relatório Final, 1991: 21).

No sentido de apresentar o trabalho desenvolvido na área de Ciências Sociais¹, no decorrer dos dois cursos, relacionaremos as diferentes instâncias metodológicas contidas nesta proposta: a pesquisa e o ensino.

A METODOLOGIA DO DESAFIO

Por envolver diferentes minorias étnicas, esses Projetos nos fizeram enfrentar, na disciplina de Ciências Sociais, especificidades espaço-temporais muito diversas. Apesar da busca teórico-metodológica constante, o trabalho que desenvolvemos ainda sofre na academia um processo discriminatório que supera a instância sócio-econômica e se estende, mais fortemente, no campo cultural. No sentido de combater esse preconceito, esclarecemos que nossa atuação tem como suporte uma nova rede epistêmica - Bachelard (1988); Foucault (1987 e 1995); Morin (1994) e Santos (1996) - que prioriza o papel do sujeito no processo, trabalhando, para isso, com o aleatório, o incerto, o indeterminado e o complexo. Essa perspectiva, baseada em Bachelard, permite incorporar à ciência, a presença da crise, do risco, do inesperado; e à aprendizagem, a positividade do erro. Nessa visão de mundo, cabe ao docente/pesquisador, mediador do processo, o exercício constante de vigilância epistemológica e da imaginação criadora.

Acreditamos que a opção por essa abordagem de natureza sociológica nos permitiu trabalhar em sintonia com a concepção teórico-pedagógica adotada. Sabíamos, desde o início, que as dificuldades com uma metodologia que se constrói no processo seriam muito grandes. Por exemplo, tivemos que trabalhar com histórias de professores que implicaram relatos de existência individual, reconstrução dos acontecimentos significativos e transmissão de experiências adquiridas, posteriormente inseridas no coletivo, sem deixar de incorporar as intenções iniciais dos narradores. Portanto, o recorte do material em busca da configuração social ocorreu sem que, no entanto, perdêssemos de vista que alguns comportamentos e valores culturais continuam persistindo, mesmo fora da organização social vivida pelo cursista no passado.

Foi com tal visão que planejamos todas as etapas dos cursos. Observações sistemáticas foram realizadas por nós, em inúmeras situações de sala de aula. Foram ouvidos, além dos cursistas, secretários de Educação, coordenadores, supervisores, pais e alunos do ensino fundamental. Com a variedade de informações que obtivemos, classificamos e analisamos o material, cruzamos e comparamos informações, levantamos novos questionamentos, tendo como base a coleta de dados e as categorias teóricas que nos fundamentaram, ainda que não de forma conclusiva.

O volume de material coletado e os avanços e recuos metodológicos que se fizeram necessários contribuíram para que, por meio do 'laboratório vivencial' (expressão de D'Ambrósio), onde estão contidos os fenômenos naturais e sociais que facilitam a articulação interdisciplinar, ampliássemos a visão do que é oficialmente proclamado como currículo². A proposta oficial do curso explicita

Conhecimento escolar: identidade, sociedade e interdiscursividade

muito bem que essa opção, além de valorizar tudo o que se nos apresenta, busca desenvolver as atividades previstas de forma diferenciada. Ressalta, ainda, a necessidade de construção do conhecimento no contexto escolar, a partir da observação da natureza e das relações sociais, o que exige a utilização de múltiplos procedimentos de análise e sistematização dos dados. Pela própria natureza plural dessa abordagem, pudemos observar, no decorrer do processo, situações de encontro/desencontro de aceitação/resistência e de consenso/conflito em todos os níveis.

Tais questões têm um alcance bastante extenso. Apesar das nossas preocupações constantes e do acompanhamento dado no decorrer dos cursos, não temos avaliado satisfatoriamente como essas questões interferem no processo de ensino-aprendizagem e como o conhecimento construído com os cursistas/professores é (re)elaborado nas salas de aula de ensino fundamental do sertão e das aldeias. Se admitirmos que cada criança e professor, a partir das experiências vividas e de seus referenciais pessoais, fazem do conhecimento que foi elaborado conjuntamente a sua própria síntese, admitimos, também, que esse mesmo conteúdo será (re)construído diferentemente em cada contexto de sala de aula. Então, como avaliar a dinâmica desse processo de construção individual/coletiva? Eis a questão!

Além do mais, as rápidas transformações, nos diferentes contextos sócio-econômico, político e culturais brasileiros, contribuem para que o Estado se configure, hoje, como uma nova área de fronteira agrícola³ do país, o que torna nosso trabalho ainda mais complexo. Temos pela frente uma conjuntura nacional em que as desigualdades estruturais tendem a ficar cada vez mais evidentes. A circularidade cultural e os impactos sociais dela decorrentes deverão ser, a longo prazo, violentos e penosos, principalmente nessa região, onde a população, proveniente de outros Estados do país, apresenta experiências muito diferenciadas de trabalho e de relação com a natureza e a terra.

Nossa tarefa se constituiu, portanto, em um enorme desafio. Tínhamos que avaliar o que aconteceu no decorrer do curso - planejamento e coleta de dados em serviço - e o que não aconteceu. Assim, trabalhamos com o vivido sempre presente e com a representação dos fatos em sintonia com o futuro.

CONHECIMENTO ESCOLAR: IDENTIDADE, SOCIEDADE E INTERDISCURSIVIDADE

A partir de nossa experiência, objetivamos ampliar, na medida do possível, as dimensões espaço-temporais e as relações sociais dos cursistas dos vários

projetos. O 'ir e vir', que deu suporte à metodologia adotada, muito nos auxiliou, tanto para o desenvolvimento e registro das atividades previstas em nosso planejamento, para a construção do conhecimento escolar, como também para uma reflexão contínua sobre nossa prática, o que permitiu a vivência criativa de um processo sempre em movimento.

Em geral, iniciamos o desenvolvimento dos conteúdos propondo a realização de relatos orais, para que pudéssemos nos conhecer melhor. Alguns autores⁴, que têm realizado estudos relacionando 'educação e imaginário social', consideram esses relatos importantes no processo educativo, uma vez que são uma forma de se conhecer as pessoas e grupos e de interpretar os acontecimentos relacionados à vida cotidiana.

Lembram os autores, ainda, que, na região rural, especialmente entre os índios, o imaginário grupal é fortemente marcado pelos símbolos da natureza e que as relações pessoais se caracterizam mais pela intensidade do que pela frequência, o que garante uma coesão maior entre eles, bem como a reafirmação e reinterpretção dos conceitos do grupo, ainda que sob interferência de idéias provenientes da realidade urbano-industrial.

O tema 'casa', por exemplo, acabou possibilitando diferentes relações com outros conteúdos da área de Ciências Sociais como: migração; história dos municípios; relações terra e trabalho e cultivo das tradições. Com a intenção de levá-los a preservar seus referenciais culturais, reiteramos a importância de cada povo registrar as histórias que são passadas de geração para geração. A organização temporal das informações coletadas se deu pela construção de linhas do tempo. Mas não nos limitamos à linearidade. Por meio do 'ir e vir', espaço-temporal, relacionamos acontecimentos, informações, datas e lugares contidos nos trabalhos dos índios, comparando-os aos dos demais cursistas.

Ao refletirmos acerca dos diferentes significados das experiências e dos conhecimentos relatados, surgem, invariavelmente, questões relacionadas às diferentes formas de representar o tempo.

Por exemplo, para os Tapirapé, que vivem na região nordeste de Mato Grosso, a pesquisa realizada por eles com os velhos da aldeia foi importante para que conhecessem a história das antigas 12 aldeias que existiam por volta dos anos 50: essa pesquisa muito contribuiu, em 1995, para a luta pela demarcação de uma nova área próxima ao Pará, pertencente a eles no passado. Nela, formaram uma segunda aldeia Tapirapé, cujo processo, entre eles, não foi tranquilo. Eis uma parte do relato:

...A pesquisa permitiu entender a separação. Cada aldeia tem uma história e um costume e uma forma de sobrevivência. Agora é cada

Conhecimento escolar: identidade, sociedade e interdiscursividade

vez fazer um jornal e trocar entre as aldeias. (Índio Tapirapé - Santa Terezinha).

Pelos relatos apresentados nos Projetos, percebemos ainda que as memórias das festas fora do espaço, do tempo cíclico e do trabalho, que os índios em especial têm vivenciado hoje, contribuem para que se distanciem do tempo histórico local e das suas próprias histórias. Segundo relatos, muitos deles estão com problemas com os filhos menores que não querem mais participar dos ritos de iniciação.

Conscientes dessa problemática, valorizamos os dados coletados relacionados ao tempo, à memória espacial e aos lugares simbólicos para as quais foram fundamentais o trabalho com as noções de lugar e de espaço vivido. Como cada etnia sente o tempo e o espaço de uma forma diferente, os lugares não são apenas realidades objetivas, uma vez que estão carregados de valores. Nessa perspectiva, o sentimento de pertencimento a um lugar, a uma região é um fator de delimitação do próprio espaço temporal, cultural, social, político e econômico, contribuindo também para a identidade de grupos e conquista da cidadania. A experiência nos mostrou que o apego à posse da terra duramente conquistada, ao mesmo tempo que diferencia, intensifica o sentimento de identidade coletiva.

Para melhor compreender essa questão, baseamo-nos no uso do termo 'discurso' utilizado por Foucault, centrado no contexto da linguagem e nas suas condições de produção.

As pesquisas por nós realizadas (Camargo, 1997 e 2000) têm contribuído para nossa reflexão acerca da relação senso-comum, conhecimento mítico e conhecimento científico. Aprendemos que esses saberes têm que ser trabalhados de forma a buscar, por meio dos conjuntos de discursos, os efeitos das contradições ideológicas dos diferentes grupos sociais envolvidos nos projetos.

Apesar de a perspectiva por nós adotada estar centrada em experiências singulares, ela não se desvincula de uma preocupação maior ligada à importância do aprendizado que se adquire no seio da comunidade de pertença, à busca do espírito crítico inventivo, de modo que novas visões e outras formas de saber sejam inseridas no processo de construção do conhecimento escolar.

Frente a isso, não podemos deixar de pensar a relação do conhecimento científico com outras formas de conhecimento. Quando começamos a trabalhar com outras culturas, sentimos de perto tanto a força do cientificismo, como sua fragilidade, ficando claro que o valor universal do conhecimento científico não era assim tão universal; que o conhecimento científico, para manter a hegemonia, tem suas formas particulares de fazer permanecer e impor a ciência como

conhecimento único, universal e permanente e que, portanto, não é apenas o conhecimento popular que é conservador.

Desde que a fronteira entre os diferentes conhecimentos ficou mais tênue, contraditoriamente, a lógica capitalista, berço da ciência moderna, encontrou novas formas de exclusão a determinados grupos sociais ao dificultar, por um lado, seu acesso ao conhecimento científico e, por outro, o exercício de seu próprio conhecimento, daí o preconceito com os saberes locais e com a pesquisa do cotidiano.

Após superar o impacto da ingênua experiência inicial e das generalizações apressadas (conforme alerta Bachelard), indagávamos o tempo todo:

Que contexto é esse no qual trabalhar?

Quem são os sujeitos desses projetos educacionais?

Quais conteúdos selecionar e trabalhar, e como trabalhá-los?

As respostas às duas primeiras perguntas estão diretamente ligadas à resposta da terceira. São muitos os sujeitos envolvidos: secretários de educação, supervisores pedagógicos, docentes universitários e diferentes alunos/professores: posseiros (alguns já assentados), grileiros, assalariados, colonos e índios de diversas etnias.

A heterogeneidade de espaços, tempos e vivências dos diferentes sujeitos envolvidos nos Projetos, leva-nos a perceber quão complexa e difícil é a resposta à terceira questão.

Como disse Gramsci, *o senso-comum não é uma concepção única, idêntica no tempo e no espaço...* (1966: 143). Se concordamos que o diálogo entre as diferentes formas de conhecimento é a saída possível, como dar sentido, significado à ciência, a quem tem outro olhar, outra cultura, outra visão de mundo?

Tomemos, como exemplo, o tema 'terra', para que possamos aprofundar mais as reflexões acerca dessas experiências e melhor fundamentar o título deste texto.

Hoje, no Brasil, trabalhar o tema 'terra' com as populações rurais é o mesmo que trabalhar em um campo minado, tais as armadilhas e o cuidado com que se deve caminhar e encaminhar o processo de construção do conhecimento (Martins, 1993:107-124).

Para as comunidades indígenas a terra significa mais do que o espaço para a subsistência. Ela representa o suporte da vida social e está diretamente ligada ao sistema de crenças e conhecimento. A terra e o território são, para

Conhecimento escolar: identidade, sociedade e interdiscursividade

essas comunidades, um recurso natural e sócio-cultural, ou seja, possuem um sentido completamente diverso da propriedade privada.

Por outro lado, o 'posseiro', que é excluído da propriedade da terra, considera-a não só como o espaço de produção de sua subsistência, mas também responsável por uma divisão de trabalho familiar muito específica, não baseada no trabalho assalariado. Sua situação se diferencia, portanto, da contradição capital-trabalho que ocorre na cidade. É ele o camponês expulso de outra terra, que se deslocou para novas frentes pioneiras (fronteira agrícola e econômica) onde abre a sua roça. O posseiro é aquele que se recusou a aceitar a emigração para a cidade, não sendo absorvido como assalariado pelas fazendas.

O 'grileiro' considera a terra uma mercadoria. Mediante falsificação de documentos, suborno e aliciamento de autoridades, utilização de jagunços, invade as terras devolutas e expulsa violentamente os pequenos agricultores, e mesmo os povos indígenas, para depois repassá-las aos grandes capitalistas.

Já para os 'assalariados' das fazendas ou 'peões', a terra é sinônimo de exploração intensa. Têm contratos temporários em regime de escravidão por dívida que nunca conseguem saldar, pelo transporte até a fazenda, a alimentação, o adiantamento em dinheiro para a família.

Os atuais 'colonos' do centro-oeste, em sua maioria, migraram do sul do país em busca de mais terras, pois a que tinham era insuficiente para todos. A opção foi participar de organizações cooperativas ou comprar terras de empresas colonizadoras, que visam à agricultura extensiva e à monocultura. Para esses 'colonos', a terra está ligada à idéia de trabalho, de família unida e próxima.

Os diferentes discursos que circularam, decorrentes desse processo, nos fizeram perceber que o impacto dos conteúdos trabalhados foi diferente nas várias comunidades. Relembrando Foucault, os discursos dos alunos/professores são constituídos historicamente em contexto de relações de poder específicas que invocam noções particulares de verdade. Acreditamos que, por isso, houve muitos problemas de preconceito por parte dos monitores e, também, um sério problema de disputa de poder entre os diferentes sujeitos, e em alguns casos dentro de uma mesma etnia.

Os discursos, no contexto de relações de poder específicas, historicamente constituídas, e invocando noções particulares de verdade, definem as ações e os eventos que são plausíveis, racionalizados ou justificados num dado campo (Gore in Silva, 1994: 9, 10).

As atividades que realizamos com o tema terra tiveram como objetivo principal o estudo e a compreensão da ocupação espaço-temporal realizada por eles, acabando por contribuir para um diálogo entre as culturas, o que provocou, em alguns casos, mudanças de posições e posturas nos diferentes sujeitos. Se de um lado percebemos um respeito maior para com as diferenças entre eles, de outro o conhecimento novo, resultante da relação senso comum, conhecimento mítico e conhecimento científico contribuíram para aumentar as competições e tensões internas.

Daí as dificuldades no diálogo entre as culturas: as lógicas e as necessidades são diferentes. Então, o que fazer nos diferentes contextos escolares com os alunos migrantes e suas famílias que não conseguem, em outro espaço-tempo, dar o mesmo significado à terra e às relações sociais? De que forma a terra em um espaço-tempo 'emprestado' é sentida e interpretada? Como esta se projeta no imaginário desses migrantes? De que forma representá-la e construí-la, enquanto um conhecimento escolar, no qual a fronteira entre ciência e cultura deve ser cada vez mais tênue?

Enquanto o professor não tiver definido claramente qual é sua concepção de ensino e aprendizagem, de construção do conhecimento, de visão de mundo, será difícil caminhar. Há a necessidade de se buscar descobrir e construir a sistematização do conhecimento possível dentro da multiplicidade de construções culturais e do emaranhado de relações existentes no espaço escolar. E, para isso, não há receita pronta, apenas pistas para que se possa construir o próprio caminho.

Pela construção do conhecimento devemos buscar articular a pluralidade e o confronto entre os diferentes saberes e seus sistemas de representação.

Neste texto, nos propusemos a apresentar, por meio da interdiscursividade, o processo educacional e a intencionalidade da ação formadora que caracterizaram esses projetos de formação de professores leigos que, ao abordarem as fronteiras culturais entre os diferentes grupos participantes, tornaram impossível aos sujeitos envolvidos pensarem a vida e o mundo da mesma forma que antes.

Nesse processo, no qual nada se perde, buscamos recolocar e repor questões antigas, só que de uma forma diferente. A construção do conhecimento, por ser interdisciplinar, não decorre apenas de propostas curriculares exteriores a nós. Ela exige envolvimento, criação, inovação, ousadia, aceitação do diferente, investigação, maturidade, o que torna mais complexa ainda a relação professor-aluno.

Como a prática pedagógica é única e intransferível, tal qual a história de vida do educador, não basta, como reforça Pombo (1993), o professor apresentar uma prática diferenciada se esta não for acompanhada da necessária reflexão

Conhecimento escolar: identidade, sociedade e interdiscursividade

geradora de saber e expressão intelectual. Nesse sentido, o que objetivamos foi contribuir para que os alunos pudessem vivenciar a própria libertação, enquanto sujeitos do conhecimento e instituintes de sua própria cidadania.

CULTURA E CONHECIMENTO

Diante do que significou para nós essa experiência - junto a professores leigos de Mato Grosso - e a avaliação que fazemos delas, estamos cada vez mais convencidos de que a separação e o desnível valorativo entre o conhecimento científico e o senso comum, nas diferentes práticas educativas e no processo de formação do professor, são o resultado de um mito de fronteira entre eles. Nessa perspectiva, chamamos a atenção para

a importância do imaginário e da cultura grupais para a compreensão da escola, porque permite apreender, através de suas manifestações, a complexidade e heterogeneidade das relações intersubjetivas e da cultura da escola não apenas quanto ao lado institucional, 'iluminado', mas também quanto ao lado instituinte, de 'sombra': as pequenas ações de todos os dias, os ritos consensuais e diferenciais, as manifestações afetivas de toda ordem, as transgressões e subversões a regras (Porto, in Em Aberto, 1994: 121).

Cada vez mais, as reflexões realizadas com base no material coletado (mitos, lendas e histórias de vida), e na teoria que nos dá suporte, reiteram que essas questões relacionadas à educação e à cultura estão intimamente vinculadas ao debate que ocorre com a memória e a história.

Se considerarmos as práticas educativas atuais, constataremos que estas, em geral, se utilizam do saber originário das culturas populares apenas como ilustração aposta à cultura dominante, veiculada oficialmente como única e verdadeira. Aceitamos a idéia de que essas práticas, que dissociam o senso comum do conhecimento científico, contribuem para provocar, nos educandos, uma sensação de perda dos referenciais do passado; dos sentimentos de continuidade e preservação e do sentido histórico da identidade que lhes é própria.

Nessa perspectiva, recuperamos nosso objetivo inicial, concordando com aqueles que acreditam que a crise de identidade vivida hoje pelo professor, índio e não-índio, está vinculada à crise de identidade pessoal, o que tem contribuído, sobremaneira, para o processo de desvalorização da profissão. Temos, portanto, que quebrar o mito da fronteira entre educação e cultura (Camargo, 2000). O conhecimento que o professor deve e pode adquirir vai mais longe. Nossa

contribuição não se esgota com esta reflexão, uma vez que nos sentimos sensibilizados em dar continuidade ao assunto.

NOTAS

- ⁽¹⁾ No Projeto INAJÁ, o trabalho contou com a participação da Profa. Dra. Ernesta Zamboni, FE/UNICAMP (em etapas do INAJÁ I e II); da Profa. Dra. Vera Lúcia Sabongi De Rossi, FE/UNICAMP (em etapas do INAJÁ I) e do Prof. Edson Bosco de Almeida, na época atuando na SEDUC/MT (em uma etapa do INAJÁ II). No TUCUM, trabalhei em parceria com a Prof^a Ms Maynara Oliveira da UFMT.
- ⁽²⁾ Por exemplo, no Inajá II, para trabalhar de forma integrada o saber proveniente da experiência dos alunos, foi incluída a disciplina 'Problemas e Soluções do Sertão do Araguaia' no currículo oficial, que acabou sendo chamada pelos cursistas e docentes de PSSA.
- ⁽³⁾ Trata-se de deslocamento da força de trabalho das regiões mais desenvolvidas, onde se dá a acumulação de capital para as áreas desocupadas. (CASTRO, S. et alii, 1994, pp. 31-47).
- ⁽⁴⁾ Damos destaque à publicação: "Educação e Imaginário Social: revendo a escola", **Em Aberto**, n^o 61, jan/mar 1994.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, M. C. *Uma Geografia para o Século XXI*. Campinas: Papirus, 1994.
- AUGÉ, M. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1992.
- BACHELARD, G. *A Poética do Espaço*. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- CAMARGO, D.M.P. *Mundos Entrecruzados: formação de professores leigos*. Campinas: Alínea, 1997.
- CAMARGO, D.M.P. "Conhecimento Escolar: o mito da fronteira entre a ciência e a cultura", in VEIGA e CASTANHO, *Pedagogia Universitária: a aula em foco*. Campinas, SP: Papirus, 2000.
- CARDOSO, R. (org.) *A Aventura Antropológica: teoria e pesquisa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- CASTRO, S. et alii, "A Colonização Oficial em Mato Grosso: a nata e a borra da sociedade", *Cadernos do NERU* (Número Especial). Cuiabá: EdUFMT, 1994.
- CERTEAU, M. de, *A Cultura no Plural*. Campinas: Papirus, 1995.
- COULON, A. *Etnometodologia e Educação*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- FAZENDA, I. (org.) *A Pesquisa em Educação e as Transformações do Conhecimento*. Campinas: Papirus, 1995.

Conhecimento escolar: identidade, sociedade e interdiscursividade

FORQUIN, J. C. *Escola e Cultura: as bases epistemológicas do conhecimento escolar*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.

FOUCAULT, M. *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

FOUCAULT, M. *As Palavras e as Coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

GRASMCI, A. *Concepção Dialética da História*, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966

GORE, J. "Foucault e Educação: fascinantes desafios" in SILVA, T.T.(org.) *O Sujeito da Educação: estudos foucaultianos*. Petrópolis: Vozes, 1994

INEP/Brasília, "Educação e Imaginário Social: revendo a escola", *Em Aberto*, ano 14, no. 61, jan/mar. 1994.

LE GOFF, J. "Memória", *Enciclopédia Einaudi* – 1. Porto: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1984: 11-50.

MARTINS, J.S. *A Chegada do Estranho*. São Paulo: Hucitec, 1993

MORIN, E. *Ciência com Consciência*. Portugal: Publicações Europa-América, 1994.

NÓVOA, A. (org.) *Vidas de Professores*. Porto ed., 1992a.

PAIVA, Rita, *Uma Inserção no Universo Bachelardiano: o alargamento da imaginação e a obsolescência do objetivismo na ciência contemporânea e na sociologia*, São Paulo, USP, 1997 (Tese de Doutorado).

PENIN, S. *A aula: espaço de conhecimento, lugar de cultura*. Campinas: Papirus, 1994.

POMBO, Olga, *Revista de Educação*, vol. III, nº 2, Universidade de Lisboa, dez. 1993.

PROJETO INAJÁ: "Relatório Final e Anexos", Cuiabá SEE/MT, 1991.

SANTOS, Boaventura S. *Pela Mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1996.

HISTÓRIAS DE VIDA EM JORNALISMO LITERÁRIO AVANÇADO

Edvaldo Pereira LIMA

Professor na Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo e
Diretor do Curso de Comunicação Social
da Universidade de Uberaba

RESUMO

*Artigo que combina um tom de crônica histórica, definições conceituais, reflexão filosófica e considerações epistemológicas, além do relato de desenvolvimento de uma proposta pertinente, coloca em discussão os perfis, o jornalismo literário e as histórias de vida. Em complemento, destaca a ligação do livro-reportagem com esses três outros temas. No aspecto histórico, levanta exemplos do desenvolvimento do gênero perfil, a partir da experiência da publicação periódica que o formatou e disseminou para o mundo, *The New Yorker*. Situa a produção da revista *Realidade*, exemplifica o emprego dessas formas narrativas por profissionais no Brasil e nos Estados Unidos. Destaca a produção acadêmica da Escola de Comunicações e Artes da USP em torno dessa constelação temática. Lança indagações para o futuro, sugerindo uma função nobre para as histórias de vida nesse momento dramático de necessária transformação da consciência humana.*

Palavras-Chave: *Jornalismo literário. Histórias de vida. Jornada do Herói.*

ABSTRACT

*This article, which is a combination of historical chronicle, conceptual definitions, philosophical reflection, epistemological assumptions and also the report of the development of a pertinent proposal, discusses **profiles, literary journalism and lifestories**. As a complement, it focuses the relationship between **book-journalism** and those three themes. As far as the historic aspect is concerned, it points out some examples of the development of the profile genre, from the experience in the periodical publication, responsible for its format and its dissemination in the world, **The New Yorker**. It places the production of the magazine **Realidade** and gives some examples of the use of such narrative forms by professionals both in Brazil and the United States. It highlights the academic production of *Escola de Comunicações e Artes, USP*, this thematic issue. It also asks some questions for the future, suggesting that there is a noble function for **lifestories** at this dramatic moment when the transformation of the human consciousness is a necessity.*

Key-words: *Literary journalism. Lifestories. The Hero's Journey.*

No agora já remoto ano de 1950, a revista norte-americana *The New Yorker* publica uma matéria antológica da notável repórter Lillian Ross. O texto ilustra com brilho a consolidação de um gênero jornalístico especialmente desafiador, e por isso mesmo empolgante. Lillian traça um sofisticado **perfil** do jornalista e escritor Ernest Hemingway, profissional que deixou registradas na história contribuições de vulto nessas duas esferas de expressão pública, a literatura e o jornalismo, que muitas vezes se digladiam, outras menos tantas combinam-se à maravilha, como primos em neurótica relação de amor e ódio. Um trecho da matéria, em tradução livre minha, pontua tanto o talento da narradora quanto a capacidade de elucidação compreensiva sobre o ser humano que o bom **perfil** pode proporcionar.

Seu novo livro começou como conto: “*Mas depois não pude parar: Transformou-se logo em romance*”, disse. “*É assim que começaram todos os meus romances. Quando eu tinha 25 anos, lia os romances de Somersault Maugham e de Stephen St. Vixen Benét*”. Riu rousamente. “*Eles escreviam romances e eu tinha vergonha que ainda não havia escrito nenhum. Então*

Histórias de vida em jornalismo literário avançado

escrevi "The Sun" quando tinha 27 anos, e o escrevi em seis semanas, começando no meu aniversário, 21 de julho, em Valência, e terminando em 6 de setembro, em Paris. Mas o romance era de fato ruim e reescrevê-lo levou quase cinco meses. Talvez isso encoraje escritores jovens, de modo que não precisem pedir conselhos a seus psicanalistas. Um analista escreveu-me, certa vez, O que aprendi dos psicanalistas? Respondi, Muito pouco, mas gostaria que eles tivessem apreendido o máximo que pudessem entender dos meus livros. Você nunca vê um lutador de boxe que atua em contra-ataque tomar a iniciativa da luta. Nunca tome a iniciativa do ataque se o seu oponente é do estilo que ataca, a não ser que possa sobrepujá-lo. Encurrele-o no canto do ringue, se puder, e agüente toda as pancadas que ele tiver para dar; para que você possa entrar na guarda dele. Abaixese do cruzado. Bloqueie um gancho. E contra-ataque um "jab" com tudo o que você for capaz. É a lição de Papa sobre os duramente aprendidos fatos da vida".

A maestria de Lillian, trazendo à tona iluminações preciosas sobre o protagonista de sua narrativa, exemplifica o nível de qualidade que o **perfil** já demonstra nessa época, cerca de três décadas depois de surgir no jornalismo como gênero próprio, burilado e lapidado como diamante na própria *New Yorker*. Ninguém sabe ao certo quando aparece pela primeira vez, mas é fato aceito, na comunidade jornalística dos Estados Unidos, que foi mesmo essa revista que deu ao gênero contorno próprio, lugar de honra no universo das categorias das mensagens jornalísticas. Faz parte do ideário do jornalismo uma desejável busca pela humanização. Em nenhum outro espaço do seu universo de possibilidades esse ideal é melhor cultivado do que no **perfil**, matéria de caráter biográfico que retrata concisamente momentos de uma vida, por meio de entrevistas, descrições, narrações de episódios marcantes.

O foco, aqui, é sobre o **perfil** na sua concepção original e plena. Nada a ver com a depauperação e distorção do gênero que vemos costumeiramente presentes na imprensa de nossos dias, salvo honrosas exceções.

Uma das causas dessa vulgarização é o encaixe forçado do gênero na modalidade de jornalismo que não tem condições de abrigá-lo com todas as virtudes potenciais que apresenta. O espaço por excelência do perfil é o **jornalismo literário**, escola de prática da reportagem e do ensaio jornalístico que se inspira em procedimentos de captação e narrativa da literatura para relatar o real. Pouco discutido nos meios acadêmicos, existente à margem da modalidade mais conhecida que é a escola que chamo de **jornalismo convencional** - a das fórmulas rígidas de estruturação de mensagens -, o **jornalismo literário** proporciona um olhar mais amplo e profundo sobre a realidade. Dentro dele, os **perfis** encontram condições adequadas para que o jornalismo cumpra uma tarefa

muito esquecida nos dias de hoje, especialmente na imprensa brasileira: ajudar-nos a entender quem somos, pelo olhar de espelho compreensivo sobre os nossos semelhantes, célebres ou anônimos.

A trajetória histórica do **perfil**, desde quando *The New Yorker* passou a investir honrosamente no gênero, caminha em paralelo e em sintonia mesclada com o **jornalismo literário**. A modalidade ganhou força quando jornalistas mais atentos tiveram a humildade de descobrir na história da literatura escritores que faziam verdadeiros trabalhos de repórteres, antes mesmo da reportagem ganhar o formato pelo qual a conhecemos, hoje em dia. Tom Wolfe, um dos ilustres representantes dessa corrente, destaca o legado de escritores do movimento conhecido por realismo social, como Charles Dickens e Balzac, que pesquisavam apuradamente, in loco, o universo dos personagens e cenários que lhes inspiravam na sua criação literária¹. Segue-se, daí, que repórteres atentos descobriram na literatura recursos técnicos de captação e expressão que respondiam melhor aos desafios de narrar o real do que as fórmulas engessantes do **jornalismo convencional**.

Muitos desses profissionais abertos ao casamento entre as duas formas de relato – a literatura e o jornalismo – da contemporaneidade impulsionaram, em acréscimo, o desenvolvimento do **livro-reportagem**, esse veículo de comunicação não periódica que abriga conteúdos jornalísticos não contemplados ou contemplados parcialmente pela mídia tradicional. Assim, **perfil**, **jornalismo literário** e **livro-reportagem** são três ingredientes de uma constelação diferenciada do universo jornalístico. Estendem o papel da mídia tradicional, complementam, noutra direção, as funções do jornalismo, enquanto sistema moderno de expressão pública do conhecimento contemporâneo. Permitem um aprofundamento impossível ou difícil de ser concretizado nas formas tradicionais.

Mas voltemos o foco central para o **perfil**. Com o passar do tempo, o gênero evolui, mantendo presença marcante em publicações periódicas abertas ao jornalismo mais arejado e em livros-reportagem. Sua presença é visível no jornalismo norte-americano contemporâneo. Não só grandes nomes, mas profissionais da nova geração fazem a tradição avançar. Um exemplo recente é a delicada, sutil abertura de uma matéria de Joan Acocella, publicada em 1998 em *The New Yorker*:

Chove, e Mikhail Baryshnikov está de pé num quintal de Riga, a capital da Letônia, apontando para duas janelas de canto, num velho prédio de estuque que provavelmente um dia fora amarelo. Com ele estão sua companheira, Lisa Rinehart, ex-dançarina do American Ballet Theatre, e dois de seus filhos – Peter, de oito anos, e Aleksandra, ou Shura, de dezesseis. Ele está mostrando a casa onde cresceu. “É um apartamento comunal soviético”, diz para as crianças. “Em

Histórias de vida em jornalismo literário avançado

um apartamento, cinco famílias. Mamã e papai têm uma sala no canto. Vêm? A janela grande. Mamã e papai dormem lá, a gente come lá, a mesa está lá. Tem o outro comodozinho, apenas duas camas, para o meio-irmão, Vladimir, e para mim. Nos outros cômodos, outras pessoas, outras famílias. Para quinze, dezesseis pessoas, uma única cozinha, uma privada, um banheiro, sala com banheira. Mas não tem água quente para o banho. Às terças e sábados, Vladimir e eu vamos com papai ao banho público”.

Eu abro a porta da frente do prédio e olho para dentro do corredor escuro. “Vamos subir”, sugiro. “Não”, responde. “Não posso”. Faz mais de um quarto de século desde que ele esteve aqui pela última vez.

O texto descortina uma realidade que diz tudo por si mesma. O narrador não precisa forçar o entendimento do leitor com reflexões. Basta exercer sua nobre função de repórter arguto, atento. Uma qualidade cujo olhar não se limita a celebridades. Pousa também com curiosidade, com empatia, afetuosamente, sobre figuras anônimas. E não apenas indivíduos. Abarca no escaneamento de compreensão da realidade grupos sociais inteiros. Como neste exemplo do mestre do gênero Gay Talese, um dos grandes narradores do real em atividade nos Estados Unidos:

Eles chegam nas cidades dirigindo carrões, e vivem em quartos de aluguel mobiliados, e bebem uísque em armadilhas de urso, e paqueram mulheres que logo esquecerão. Ficam só um pouco, somente até que tenham construído a ponte; então vão embora, de novo para outra cidade, outra ponte, unindo tudo exceto suas vidas.

Não possuem nenhum dos alicerces de suas pontes. São parte circo, parte ciganos – graciosos no ar, inquietos no chão; é como se a longa estrada lá embaixo carecesse da clara direção de uma luz de farol de oito polegadas cruzando o céu duzentos metros sobre o mar.

Quando não há pontes para construir, eles constroem arranha-céus, ou rodovias, ou usinas hidroelétricas, ou qualquer coisa que lhes prometa um desafio - e horas extra. Eles irão a qualquer lugar, dirigirão mil quilômetros dia e noite para ser parte de uma nova febre de construção. Eles consideram as cidades que explodem em febre de construção irresistíveis. É por isso que são chamados de “os febris”.

Talese conta que aprendeu a se interessar pelas histórias dos outros quando, menino, perambulava pela modesta alfaiataria do pai, imigrante calabrês residente numa cidadezinha de New Jersey, na Costa Leste dos Estados Unidos. Tanto o pai quanto a mãe – americana de origem italiana – tinham ouvidos sempre abertos, um ombro disponível para as amarguras e pequenas alegrias dos fregueses.

O local era um espaço de desabafo para os clientes, um extraordinário palco de desfile de histórias humanas que faziam o jovem tímido encantar-se. Sua primeira lição foi ouvir com respeito, ouvir com interesse empático genuíno. A segunda foi valorizar a vida das pessoas comuns, as que não encontram lugar nas páginas dos jornais nem nas telas da televisão. E seu primeiro mentor foi a mãe. Mentora que não apenas ouvia as histórias das freguesas, mas as ajudavam a refletir sobre o que contavam, tentando fazê-las ganhar luz sobre seus próprios processos emocionais e de pensamento enquanto passavam pela experiência que relatavam. Um procedimento que se transformaria em marca registrada do estilo de Talese quando, anos depois, tornar-se-ia famoso pelos **perfis** que escreve.

Na minha trajetória pessoal, o que me atraiu ao jornalismo foi a descoberta da grande-reportagem contextualizada e dos **perfis** inesquecíveis da revista *Realidade*. No fundo, também, um interesse pela vida das pessoas.

Permita-me o leitor ou a leitora um tom levemente autobiográfico, a partir deste ponto, como forma de apresentar o tema deste texto múltiplo, estruturado também com uma certa dose de crônica histórica, proposta conceitual, reflexão filosófica.

Estamos falando do período 1966-1968, época em que, adolescente, vivendo em Três Marias, às margens do Rio São Francisco, em Minas Gerais, sonho com um futuro mais amplo do que o meu horizonte imediato. Preparo-me, sem saber, para o destino de me aventurar sozinho para o exterior aos 17 anos. As páginas dos textos vibrantes da revista são um dos portões de acesso à imaginação ávida de percorrer mundo e povos.

Ali desfilam Roberto Carlos, num momento de angústia entre o fim da Jovem Guarda e a indagação do que fazer de sua carreira; Muhammad Ali, militante do movimento mulçumano norte-americano; Arrelia, o palhaço que há décadas é a alegria das crianças. Mas também estão presentes a parteira do interior, o mineiro de carvão de Santa Catarina, o matador de gado de Feira de Santana, o bóia-fria do oeste de São Paulo, o salineiro do Rio Grande do Norte. Roberto Freire, Narciso Kalili, Oriana Fallaci, Hamilton Almeida, José Carlos Marão, José Hamilton Ribeiro expõem retratos primorosos de um Brasil vivo, pulsante, de um mundo efervescente.

Anos depois, já professor da USP, tomo o meu interesse pelo jornalismo de profundidade para desenvolver uma Tese de Doutorado sobre o livro-reportagem, abarcando, como tema complementar, a proposta do **jornalismo literário**. A amplitude temática da Tese, por natureza uma proposta aberta à visão multidisciplinar, faz-me descobrir que os **perfis** são integrantes de uma família de modalidades de expressão, todas presentes no jornalismo contemporâneo, todas

Histórias de vida em jornalismo literário avançado

mantendo um grau de parentesco entre elas. Apenas os **perfis** parecem ser fenômenos exclusivamente jornalísticos, enquanto as **histórias de vida** e as **biografias** encontram versões próprias de formatação dentro do jornalismo e formatos diferenciados noutros setores, como na literatura de não-ficção praticada por outros profissionais, que não jornalistas, na sociologia, na psicologia, na história, na antropologia.

As **histórias de vida** são narrativas centradas em indivíduos ou grupos sociais, cujo objetivo é elucidar situações e questões bem demarcadas, prioritariamente interessadas em focalizar a participação humana no desenrolar da história contemporânea em movimento. Podem existir exclusivamente em torno da figura ou das figuras humanas selecionadas como eixo condutor da narrativa ou podem gravitar apenas em torno dos protagonistas, colocando em primeiro plano uma busca de compreensão contextual de uma situação. Nesse segundo caso, as **histórias de vida** apenas complementam, ilustram o tema que está sendo costurado pela narrativa. Como neste ótimo exemplo brasileiro:

Me mandaram sair prá fora. Apanhei a lamparina, botei em cima da mesa, abri a porta e botei o pé, assim prá fora. Tinha um sargento e outro sujeito da polícia, um de um lado da porta, outro do outro lado. Eu tava só de calçãozinho, e cumprimentei eles. Ai o sargento disse:

- Que boa noite o que, seu terrorista!

E eu disse:

- Ter...

*E foi **plan** aqui no meu peito, que eu fui bater lá longe na parede. Ai eles me pegaram pelas mãos e pelos pés e me sacudiram. Isso já foi em 74. Sei que me deram um monte de pancada, me jogaram lá dentro da C-10 e foram buscar outros. Não levavam a gente prá base, não. Foram direitinho prá mata como quem vai matar terrorista. Isso era três horas da manhã e foram soltar a gente às duas e meia da tarde, sem tomar uma xícara de café, nem dar uma pitadinha sequer num fumo. Era pau comendo solto. Me amarraram com as mãos cruzadas com os pés, passaram uma vara no meio e me penduraram de cabeça prá baixo. Volta e meia vinha um e dava botinada nas costas que a gente chegava a dar a volta por cima. Depois chegava outro e dava duas bofetadas de mãos juntas no ouvido que faziam **tóim**.*

Queriam que a gente dissesse que tava sustentando terrorista. Agora, veja o senhor, a gente mal tinha prá forrar o estômago e ia lá ter jeito de sustentar os outros. E eu dizia prá eles:

- Mata logo esse véio, não judia mais não! O senhor não diz que nós somos terrorista? Então mata logo, mas não judia.

A intensidade dramática, perceptível nesse exemplo, é uma qualidade desejável de textos dessa natureza.

No meu entender, os **perfis** são uma espécie de **história de vida**, cuja proposta é desenhar o retrato de um momento selecionado, atual, do(s) protagonista(s). Naturalmente, elementos do passado surgem aqui e ali para contextualizar o presente, tal como esboços do futuro aparecem, ocasionalmente. Mas o foco central da narrativa é o presente.

Também entendo que as **histórias de vida**, fora do padrão dos **perfis**, podem centrar baterias em episódios escolhidos da trajetória humana do protagonista ou amplificar essa trajetória, buscando o entendimento de uma vida inteira. Nesse último caso, já passamos com fluidez para o território das **biografias**, muitas das quais, hoje em dia, produzidas por jornalistas, no Brasil, em livros-reportagem de grande envergadura, como são os trabalhos de Ruy Castro e Fernando Morais.

Na evolução da minha carreira de docente e pesquisador na Escola de Comunicações e Artes da USP, após o doutorado, deparo-me com certas limitações do próprio **jornalismo literário**. Apesar da exuberância estilística dessa corrente e de sua aptidão para a captação cálida do real, encontro um certo envelhecimento de sua visão de mundo. Os valores de fundo, os alicerces epistemológicos que sustentam seu olhar não têm acompanhado, na maioria dos casos, os extraordinários avanços de compreensão da realidade que as ciências de ponta têm produzido. Propostas da física quântica, da Teoria dos Hemisférios Cerebrais, da psicologia humanista – desde Jung até Ken Wilber, passando pela psicossíntese de Roberto Assagioli e pela linha arquetípica de James Hillman -, da Teoria Gaia e dos campos morfogenéticos alteram profundamente nossa base de entendimento do mundo, da Natureza, de nós próprios. Estimulam nossa consciência saltar de um patamar puramente racionalista (portanto reducionista, fragmentador, parcial, distorcido) para uma plataforma integradora, onde a razão e a intuição, a emoção e a lógica combinam-se numa oitava superior de compreensão. Somos impulsionados a mutar nossa perspectiva de uma âncora exclusivamente fundamentada no pensamento linear, quase estático, endurecido, para um fluir processual de pensamento complexo. Recebemos a oferta de um novo conjunto de paradigmas de compreensão, a transdisciplinaridade, onde navegam em interação de múltiplo diálogo as ciências, as artes, a filosofia, as tradições.²

Procurei incorporar elementos dessas novas bases epistemológicas, assim como procedimentos práticos decorrentes, numa modalidade de reportagem e

Histórias de vida em jornalismo literário avançado

ensaio que denominei **Jornalismo Literário Avançado**. Sou pesquisador que evita para a academia um papel reativo, puramente analítico e passivo com relação às ocorrências do mundo extra-muros das universidades. Concebo, como meu papel, a tarefa de sugerir caminhos experimentais para a comunidade externa. Professo a fé na capacidade potencial dos centros avançados de estudo, pesquisa e desenvolvimento dos núcleos de conhecimento de ponta em gerar propostas práticas, aplicáveis em instâncias inovadoras da ação na sociedade como um todo. Pus-me a campo, nas disciplinas de pós-graduação que tenho tido a oportunidade de conduzir, na ECA, nas orientações de Dissertações de Mestrado e Teses de Doutorado, para semear essas sementes de um novo olhar e um novo fazer que transportam legados da experiência acumulada humana – a maturação do **jornalismo literário** ao longo do tempo -, mas renovam e acrescentam conteúdos transformadores. Daí o **Jornalismo Literário Avançado**.³

Agregado ao Núcleo de Epistemologia do Jornalismo da ECA, um oásis de ousadia inovadora conduzido pelo brilho pioneiro de Cremilda Medina, dei passos adiante, após mapeado o **Jornalismo Literário Avançado**, construindo um novo território específico em seu interior. Procurei trabalhar uma forma própria de elaboração metodológica das **histórias de vida**. Uma ação que está em progresso, quando escrevo este artigo, já apresentando características bem definidas.

Uma delas, fundamental, é a incorporação de elementos da Jornada do Herói. Dentro da vontade de atualizar as **histórias de vida** com conteúdos pertinentes a uma abordagem inspirada no conceito de pensamento complexo, deparei-me com uma maravilhosa proposta em que se combinam princípios da psicologia de Carl Gustav Jung e dos estudos mitológicos de Joseph Campbell.

Jung legou à humanidade o conceito de que além da consciência e inconsciência pertencentes à esfera do indivíduo, nossa espécie é também movida pelo consciente e pelo inconsciente coletivos. Por essa esfera coletiva circulam os arquétipos, padrões e modelos inspiradores de comportamento, de diretrizes para a ação humana e para a realização dos nossos propósitos mais profundos, enquanto seres participantes da grande evolução cósmica que envolve a existência da humanidade, do planeta Terra, movidos por uma força intrínseca de ampliação de suas possibilidades e de conquista gradativa, no caso dos humanos, de graus cada vez mais sofisticados, porém integrados, de auto-conhecimento.

No firmamento dos arquétipos, o herói é uma figura de destaque. É um o ser chamado a evoluir, a se auto-conhecer por meio das ações e dos desafios que é obrigado a enfrentar, a conquistar um nível amplificado de compreensão da

existência, a transformar em benefício para si e para os outros os resultados da sua ação.⁴

Campbell, por sua vez, constatou que o herói é conteúdo arquetípico universal, existente em todas as culturas, em todas as épocas. Há variações externas de suas características, conforme a cultura e a era, mas intrinsecamente manifesta-se um padrão universal. Para realizar-se, o herói é chamado a um processo de aventura, de mergulho em territórios desconhecidos, seguindo etapas identificáveis de uma trajetória. Depara-se com personagens variados, porém universais, como o aliado, o adversário, o mentor. Enfrenta situações típicas, como a do teste supremo. A isso denomina-se Jornada do Herói⁵.

Essa promissora combinação de conteúdos gerou um método de trabalho para a estruturação de narrativas, na indústria cinematográfica. Descubro, nas minhas pesquisas, que um consultor de roteiros de Hollywood, Christopher Vogler, sistematizara uma abordagem prática, balizadora. Constato de que modo a proposta vem orientando a produção de cineastas de prestígio como George Lucas e Steven Spielberg. As séries clássicas e atuais *Guerra nas Estrelas*, *Indiana Jones* e *O Senhor dos Anéis* são exemplos bem sucedidos do emprego desse método de trabalho.⁶

O passo seguinte que tomei foi adaptar experimentalmente o método à minha proposta em progresso de **histórias de vida**, no âmbito do **Jornalismo Literário Avançado**. A Jornada do Herói passa a ser um conjunto conceitual e estrutural da proposta metodológica para narrar vidas de pessoas reais, de carne e osso. Método que, diga-se de passagem, não se esgota na Jornada.

Creio que é padrão costumeiro, na jornada de um pesquisador universitário, a partir de um certo momento de trajetória, seu trabalho ampliar-se para um empreendimento coletivo. Outros pesquisadores ou orientandos agregam-se em torno de sua linha central de estudos, mapeando em conjunto convergentes aspectos de um campo sob foco.

Tenho tido a oportunidade de fazer um pouco disso, unindo ao redor do interesse comum pelo *livro-reportagem*, pelo **jornalismo literário** e pelas **histórias de vida** um pequeno grupo de pesquisadores em formação. Em outras situações, tenho podido colaborar em alguma medida influenciadora com os trabalhos de orientandos de outros colegas pesquisadores da pós-graduação em jornalismo da ECA. Fora da USP, uma oportunidade de experimento no nível de graduação está em andamento na Universidade de Uberaba, Minas Gerais, onde assumi a Direção do Curso de Comunicação Social tempo atrás.

Gradualmente, resultados promissores começam a ocorrer. Como sou pesquisador que procura aliar a teoria à prática, adoto uma linha de ação que

Histórias de vida em jornalismo literário avançado

exige de orientandos e estudantes a produção de trabalhos que combinam essas duas faces de uma mesma realização. Pedras preciosas em burilação surgem, como este trecho de Ana Taís Martins Portanova Barros:

Pedra Luiza mete a mão no lixo para ajudar o Brasil a ser impávido colosso, fazendo economia e já na ponteira, vem a energia. Uma tonelada de papel reciclado precisa só da metade da energia para fazer uma tonelada de papel convencional. E se estamos falando de sucata ferrosa, dá para economizar 70% da energia que se usaria para a produção de lingotes a partir de minérios de ferro. A reciclagem de alumínio chega a economizar 95% da energia, sendo que a emissão de gases e efluentes poluentes é quase zero.

Energia, é isso de que somos feitos e o que a Pedra Luiza precisou quando ficou desempregada, separada do marido, três meninas para cuidar, Camila, Flávia e Renata, esperando o de comer, o de vestir. “Não vou nem escolher emprego”, e lá se foi ela fazer ficha na usina de compostagem da Vila Leopoldina, lá onde vai parar 7% do lixo dos paulistanos, passa resto de comida, casca apodrecida, tudo quanto é coisa fedida. Tem alguém que bota a mão ali, alguém precisa fazer isso, ainda bem que não é Pedra, não sei se teria coragem, mas depois a gente acostuma com tudo na vida. Daí Pedra foi trabalhar com lixo seco, R\$0,96 por hora, R\$235,00 por mês.

Prosseguindo nessa trilha de combinar teoria e prática, um tempo depois desse texto Ana Taís concluiu sua Dissertação de Mestrado, que resultou no livro *Jornalismo, Magia, Cotidiano* (Canoas: Editora da ULBRA, 2001). Mais recentemente, pude orientar a Dissertação de Sérgio Luiz Villas Boas, cujo resultado para o grande público é o livro *Biografias & Biógrafos: Jornalismo Sobre Personagens* (São Paulo: Summus, 2002). Na escola de aliar a teoria à prática, Sérgio traça o **perfil** do ex-jogador de futebol e comentarista de televisão Tostão. Também em breve – poucas semanas após concluir este texto -, Monica Martinez deverá estar defendendo a Tese de Doutorado da qual sou mentor. Orientei-a no seu próprio desafio de elaborar a “Jornada do Herói: Estrutura Narrativa Mítica para Construção de Histórias de Vida”, uma proposta de experimento dessa abordagem na produção de textos de estudantes de jornalismo.

Do Núcleo de Epistemologia do Jornalismo e de outros centros de pesquisa da ECA têm brotado trabalhos igualmente significativos, todos contribuindo para a expansão de um processo de disseminação das abordagens de **jornalismo literário** e **histórias de vida**. São os casos das Dissertações de Mestrado de Raul Osório Vargas (“A Reportagem Literária no Limiar do Século 21”), de Alex Criado (“Repórteres Pioneiras: Resgate da Trajetória de Três Jornalistas Através

da História Oral”, breve em livro) e de Dimas Antônio Künsch (já publicada em livro pela Annablume de São Paulo: *Maus Pensamentos: Os Mistérios do Mundo e a Reportagem Jornalística*).

Faz parte da estratégia de disseminação também incentivar essas abordagens, em grau simplificado, na graduação em jornalismo, buscando incentivar talentos promissores. Na ECA, um bom exemplo recente é o TCC – Trabalho de Conclusão de Curso – de Denise Casatti (“Moinhos de Vento de Dulcinéia: História de Vida de uma ex-Presidiária”, em breve também em formato de livro, pela Com-Arte, do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA). Na Universidade de Uberaba, onde pudemos introduzir na habilitação em jornalismo esses instrumentos de trabalho e contar com o apoio em equipe, como docentes contratados, de alguns dos pós-graduandos da ECA, resultados também promissores são sementes espalhadas desse enfoque renovador, cremos. “Anjos da Vida”, livro-reportagem de Mariângela Camargos, foi finalista do Grande Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo, 2000 e recebeu menção honrosa na Expocom daquele ano, que também concedeu menção honrosa ao livro-reportagem de Mônica Cussi, “Duas Faces do Jornalismo”. Na Expocom do ano seguinte, foi a vez de Larissa Vieira receber menção honrosa por “Jardineiros do Amor”.

Se este é o estado da arte atual, do trabalho de fomentação inovadora que temos podido fazer a partir do Núcleo de Epistemologia do Jornalismo da ECA, qual é o desafio futuro em progresso das **histórias de vida** e das narrativas em profundidade do jornalismo? Que tendências podem emergir?

A passagem por um estágio pós-doutoral na Universidade de Toronto, o ano passado, levou-me a constatar como está diversificado o emprego das **histórias de vida** enquanto método de narrativa e de pesquisa qualitativa na América do Norte, especialmente no Canadá. Há variações interessantes no uso do método, em campos distintos como a educação, a administração de empresas. Na linha com a qual mais me afino, já está incorporado um procedimento em que o narrador também coloca-se visível na própria narrativa, enquanto descobridor reflexivo da sua própria trajetória, ao debruçar-se sobre a vida de alguém. Protagonista e narrador estão associados numa trajetória de descoberta, ao longo do texto. Gosto dessa abordagem. E gosto do distanciamento que os pesquisadores canadenses têm conseguido das fórmulas reducionistas, racionalistas em excesso de construção de histórias de vida. Intuição, emoção e razão caminham juntas.

Também na América do Norte cresce o conceito de “literatura criativa de não-ficção”, que incorpora narrativas típicas do **jornalismo literário** e das **histórias de vida**. Na medida em que críticos muito arraigados da tradição jornalística bem ortodoxa combatem a produção de narradores da estirpe altamente

Histórias de vida em jornalismo literário avançado

qualificada de Gay Talese, por exemplo, considerando-a “não jornalística” (por fugir dos ditames estreitos do jornalismo convencional), esse e outros profissionais cansaram-se de tentar convencer os críticos. Talese, por exemplo, já não mais chama seu trabalho de “jornalístico”, simplesmente para evitar dores-de-cabeça fúteis. Denomina-o “literatura da realidade”, e estamos conversados. Ao mesmo tempo, proliferam as iniciativas – cursos, inclusive em nível de Mestrado – de reflexão, aprendizado e produção da “literatura criativa de não-ficção”.

A meu ver, ou o jornalismo no Brasil demonstra elasticidade cultural para incorporar essa tendência inovadora, ou teremos aqui também uma “literatura criativa de não-ficção” que rejeitará qualquer conexão formal com a atividade jornalística. Se isso ocorrer, quem sairá perdendo será o jornalismo, por falta de flexibilidade e visão.

Ao mesmo tempo, tramitando no âmbito do jornalismo ou como “literatura criativa de não-ficção”, as **histórias de vida** têm um papel cada vez mais preponderante a desempenhar, neste conturbado mundo nosso em busca de transformação. Reinvidico uma postura proativa para as **histórias de vida**, como instrumentos de resignificação de quem somos, enquanto seres individuais e espécie coletiva.

Estamos num processo dramático de esforço de ampliação de consciência. Já não nos servem os parâmetros exclusivamente racionalistas, pois os efeitos colaterais de sua ação funesta estão dolorosamente visíveis nos inúmeros problemas aparentemente insolúveis da civilização contemporânea, como os danos ecológicos desastrosos, a violência do homem contra o homem, a falência dos regimes políticos atuais, a incompetência generalizada global no combate à miséria no planeta, a corrupção galopante nos escuros corredores dos negócios e nas ante-salas do poder.

É momento de revisão e reescritura da história. É momento de aprendizado dos discursos de realidade que todas as culturas têm para compartilhar, principalmente aquelas rejeitadas até agora pela visão racionalista preconceituosa, praticante da arrogância míope que destrói e espezinha o diferente. E não temos muito tempo. Damos um salto de qualidade a uma perspectiva integradora, ampliada, de recompreensão da realidade, ou afundamos na falência do projeto da civilização humana na face da Terra⁷.

As **histórias de vida**, espero, podem vir a ser instrumentos despertadores da iluminação profunda de quem somos, de fato, do que podemos fazer na gestão do nosso próprio destino como co-criadores do futuro, em parceria com as forças pulsantes e construtivas do universo. As vidas de muitas pessoas iluminadas, famosas ou anônimas, estão exatamente aguardando narradores sensíveis e

inteligentes o suficiente para espelharem, nas narrativas de suas vidas, aquilo que é semente potencial em cada um de nós. Heróis potenciais somos todos, na dimensão exata da maior aventura que pode ser contada: a jornada do indivíduo desde a consciência ilusória do pequeno ego, adormecido, para o magnífico estado em que se descobre ser desperto, intensamente vivo, participe consciente da grande dança cósmica que é a existência.

NOTAS

- (1) Menção a conteúdo de *The New Journalism* (Londres: Picador, 1980), de Tom Wolfe, em meu livro *Páginas Ampliadas: O Livro-Reportagem Como Extensão do Jornalismo e da Literatura* (Campinas: Unicamp, segunda edição, 1995).
- (2) A Tese de Doutorado foi publicada no formato de livro com o título de *Páginas Ampliadas*.
- (3) Citação de *A Guerrilha do Araguaia* (São Paulo: Alfa-Omega, 1978), de Palmério Dória, Sérgio Buarque, Vicent Carelli e Jaime Sautchuk em *Páginas Ampliadas*, op. cit.
- (4) Algumas obras que abrem corações e mentes para esse novo olhar: *O Ponto de Mutação*, de Fritjof Capra (São Paulo: Cultrix, s/d); *Transdisciplinaridade*, de Ubiratan D'Ambrosio (São Paulo: Palas Athena, 1997), *A New Science of Life*, de Rupert Sheldrake (Londres: Flamingo, 1987); *Gaia: A New Look at Life On Earth*, de James Lovelock (Oxford: University Press, 2000), *O Manifesto da Transdisciplinaridade*, de Basarab Nicolescu (São Paulo: Triom, 1999); *Ciência com Consciência*, de Edgar Morin (Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996).
- (5) Uma síntese da formulação inicial da proposta do **Jornalismo Literário Avançado** está em meu artigo "Da Vigília ao Sonho Lúcido", in *Saber Plural: Novo Pacto da Ciência 3*, organizado por Cremilda Medina e Miton Greco (São Paulo: ECA/CJE/CNPq, 1994).
- (6) Uma boa síntese do pensamento de Jung encontra-se em *Jung: O Homem Criativo*, de Luiz Paulo Grinberg (São Paulo: FTD, 1997).
- (7) Obras fundamentais que abrem uma nova perspectiva sobre o ser humano e sentido de sua existência: *El Proyecto Atman: Una Visión Transpersonal del Desarrollo Humano* (Barcelona: Kairós, 1989), de Ken Wilber, e *The Perennial Philosophy* (Nova York: Harper & Row, 1970), de Aldous Huxley.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACOCELLA, Joan. "The Soloist", in *Life Stories: Profiles from The New Yorke*, Nova York: Modern Library, 2001
- CAMPBELL, Joseph. *O Herói de Mil Faces*. São Paulo: Cultrix/Pensamento, s/d.
- LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas, o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*, 2ª ed. Campinas: Unicamp, 1995.
- MARTINS, Ana Taís. "Vamos Dançar?" In *Econautas: Ecologia e Jornalismo Literário Avançado* (Canoas-São Paulo: ULBRA-Fundação Peirópolis, 1996), coordenado por Edvaldo Pereira Lima.

Histórias de vida em jornalismo literário avançado

ROSS, Lillian. "How Do You Like It Now, Gentlemen?" In *Life Stories: Profiles from The New Yorker*, editado por David Remnick. Nova York: Modern Library, 2001.

TALESE, Gay. "The Bridge". In *The Literature of Reality*, por Gay Talese e Barbara Lounsberry. Nova York: HarperCollins, 1996.

TALESE, Gay. "Origins of a Nonfiction Writer". In *The Literature of Reality, Nova York: Harper Collins, 1996.*

VOGLER, Christopher. *The Writer's Journey: Mythic Structure for Storytellers & Screenwriters*. Studio City: Michael Wiese, 1992.

MÍDIA, PODER ECONÔMICO E GLOBALIZAÇÃO

Fernando MATTOS
Professor no Centro de
Economia e Administração
da PUC-Campinas

RESUMO

Este artigo apresenta uma avaliação crítica do papel das empresas de comunicação nas últimas décadas e defende a idéia de que a crescente relação comercial e financeira dessas empresas com segmentos importantes da economia globalizada vem impedindo que as informações e fatos sejam interpretados de maneira a preservar o compromisso com a ética e com o direito dos cidadãos à pluralidade do debate sobre os mais variados assuntos, notadamente o debate sobre Economia e sobre a Geopolítica Internacional. Essa postura das empresas de mídia choca-se frontalmente com os compromissos do Jornalismo em seus primórdios, qual seja o de defender a Liberdade e estimular a Democracia.

Palavras-chave: Poder Econômico. Globalização. Comunicação.

ABSTRACT

This article presents a critical evolution of the role of communication enterprises in the last decades and defends the point of view that the growing business and financial relationship between those enterprises with important

segments of globalized economy is becoming an obstacle for the facts and the information to be interpreted according to the ethics and the citizens rights to the plurality of opinions on the varied topics, specially on Economy and International Geopolitics. Such a position goes against journalism commitments, such as to defend liberty and to stimulate Democracy.

Kew-Words: Economic Power. Globalization. Communication.

Artigo recente publicado pelo New York Times¹ revela que o Pentágono planeja divulgar informações, verdadeiras ou não, para agências de notícias internacionais com o intuito de “formar opinião” na imprensa mundial e pressionar países em que os Estados Unidos tenham interesses estratégico-militares e/ou econômicos. Segundo esse artigo, as Forças Armadas americanas, depois do 11 de setembro, criaram o Escritório de Influência Estratégica, com sede no Pentágono, que terá vigoroso aporte de recursos financeiros.

Segundo constataram os serviços de inteligência americanos, os EUA têm perdido apoio no mundo ocidental depois que decidiram declarar a chamada “guerra ao terror”, a qual tem por alvo especialmente os países islâmicos. A “guerra de informações” não se limitará, porém, às fronteiras do mundo ocidental, devendo ter também o objetivo de influenciar os países com os quais mantêm hostilidades, buscando angariar, mesmo neles, algum tipo de apoio político ou de, pelo menos, minar sua resistência – conforme fizeram enquanto o Afeganistão ainda era governado pelos Talebans, ao jogarem panfletos e ao veicularem informações por certas frequências de rádio que podiam ser captadas no país que estavam bombardeando.

Essa estratégia de “contra-informação”, é bom ressaltar, não representa uma postura inédita de atuação do Estado americano. O escritor Gore Vidal, por exemplo, conhecido crítico da sociedade americana e de suas estruturas de poder, está entre os pensadores americanos que denunciaram o clima de perseguição política e de exploração reinantes na época do Macartismo² no auge da Guerra Fria. Naquele período, segundo o pensador, a mídia e os meios políticos conservadores americanos criaram e difundiram o mito de que os soviéticos poderiam invadir os EUA a qualquer momento. Isso justificou, ainda de acordo com Vidal, um expressivo aumento de impostos, cobrados especialmente das classes médias, que financiaram os investimentos do Estado americano na indústria bélica do país, iniciando a criação de gigantescos arsenais militares para se defenderem

Mídia, poder econômico e globalização

de um país que, no final dos anos 40, e ainda no início dos anos 50 (no auge do Macartismo) estava apenas se reconstruindo após o encerramento da II Guerra Mundial - e que não possuía recursos de qualquer natureza (financeira, bélica, de mobilização militar/social etc.) para efetuar eventuais ataques à já então maior potência mundial.

Desde pelo menos essa época, ressalta Vidal, a indústria das comunicações joga a favor dos interesses da grande indústria de armamentos e também, de modo geral, dos interesses econômicos, militares e estratégicos consolidados em torno do Estado americano.

O papel desempenhado pelos serviços de informação dos Estados Unidos, com a cumplicidade da mídia internacional, e da mídia americana em especial³, tem merecido severas e consistentes críticas de diversas entidades e publicações importantes em todo o mundo. Merecem especial destaque as provenientes dos colaboradores do jornal francês *Le Monde Diplomatique* (que tem tiragem de cerca de 300 mil exemplares no total de suas edições, publicadas em nove línguas, entre elas o português). Em entrevista recente, Ignácio Ramonet, renomado jornalista e intelectual francês, denuncia a recente "tirania da comunicação"⁴, pela qual, segundo ele, a mídia televisiva e a mídia impressa distorcem a interpretação de fatos e "criam" verdades em temas ligados à geopolítica internacional e aos interesses dos grandes negócios privados com o intuito de defender sempre os interesses estratégicos e/ou econômicos dos grandes Estados Imperiais (especialmente dos EUA) ou de grandes grupos privados. Essa postura tirânica, segundo Ramonet, ameaça e enfraquece a Democracia e o sagrado direito dos cidadãos à pluralidade de opiniões. O autor ainda salienta que, embora não exista mais uma censura explícita nos meios de comunicação (conforme havia na Europa em tempos de guerra ou na América Latina em tempos de ditaduras militares ou civis), ela ocorre, na prática, graças ao crescente comprometimento das grandes redes de comunicações com os negócios privados (em muitos dos quais elas participam diretamente como acionárias) ou com os interesses estratégicos de grandes Estados Nacionais com segmentos dos negócios privados (como no caso da ligação histórica dos diferentes governos dos EUA com a indústria bélica, conforme se pode notar, atualmente, no governo de George W. Bush).

Esse comprometimento das grandes empresas de comunicação com os negócios privados (e, portanto, com certos interesses de Estado que muitas vezes permitem altos lucros a certos setores da Economia), salienta Ramonet, tem provocado, nos últimos tempos, uma acelerada deturpação do papel da Imprensa - que surgiu, durante a Revolução Francesa, com um objetivo definido: defender a Liberdade. Na verdade, o que Ramonet está denunciando em seu livro e em seus artigos recentes é que a globalização dos negócios e a participação das

grandes empresas privadas de comunicação em porções significativas dos negócios privados globalizados têm sido responsáveis pela falta de compromisso da Imprensa com a informação, a qual tem estado, cada vez mais, relacionada com decisões de mercado e não com o objetivo de informar o cidadão, suscitar o debate de idéias e de defender a Liberdade e a Democracia. Dessa forma, a mídia (não apenas os jornais e TV's, mas também as novas formas de veiculação das informações, como as agências de notícias ligadas à internet – as quais, diga-se de passagem, muitas vezes são propriedade de empresas ligadas aos grupos de mídia impressa ou televisiva já existentes) passa a servir cada vez mais aos seus interesses privados e/ou aos de seus principais anunciantes, esmagando o espírito crítico presente na essência dos primórdios do Jornalismo. Isso coloca obstáculos quase que intransponíveis ao debate sobre idéias, novas visões de mundo e novas alternativas de organização política e econômica das sociedades. E também esmaga a pluralidade cultural, ao transmitir insistentemente, de forma indistinta, a todos os países do mundo, imagens espetaculares e formas de agir, de vestir-se e de comportar-se ligadas aos países dominantes do capital midiático – notadamente os EUA.

A presença da mídia nos negócios financeiros, nos negócios de entretenimento e na esfera da Publicidade tem criado situações que prejudicam a Democracia e a Cidadania. No caso da indústria do entretenimento, por exemplo, podemos citar um recente caso ocorrido na Argentina para ilustrar os conflitos que surgem decorrentes do fato da mídia estar cada vez mais entrelaçada com os negócios privados e comprometidos com interesses relativos a esses negócios, e não com a informação fidedigna. No país vizinho, as transmissões de futebol são todas elas feitas em redes de canais fechados, por assinatura. Essas empresas negociam os direitos de exclusividade das imagens dos jogos com a federação nacional de futebol (AFA) e não se dispõem a liberar os sinais para a TV aberta, impedindo que a maioria da população do país possa acompanhar os jogos dos campeonatos locais e os da seleção nacional de futebol. O ex-presidente Menem, alguns anos atrás, decidiu obrigá-las a liberar as transmissões, pelo menos, das partidas da seleção Argentina, dada a importância dos jogos para a tradição cultural do país (amante do futebol, como todos sabem); tal decisão foi tomada sob forte pressão da opinião pública, em favor da garantia do direito dos cidadãos argentinos de acompanhar os jogos de sua seleção nacional.⁵

Fenômenos como o mencionado têm se tornado cada vez mais comuns nos mais diversos países do mundo. A globalização dos negócios muitas vezes manifesta-se em interpenetração acionária das grandes empresas de mídia com empresas dos diversos setores de atividades, que vão desde clubes de futebol até empresas de software ou outros segmentos de alta tecnologia da chamada “nova

Mídia, poder econômico e globalização

economia". Isso tem afetado, em particular, o debate sobre Economia conduzido pelas redes de TV, rádio e pelos jornais de grande circulação. Ou seja, é no debate sobre Economia que se faz sentir de forma ainda mais evidente a "tirania" de que falamos. Isso ocorre não apenas nos EUA, mas também na Europa⁶ e nos países periféricos de imprensa "livre". No caso brasileiro, conforme pudemos perceber nos anos mais recentes, a avaliação das grandes redes de TV sobre o processo de privatizações das telecomunicações (principalmente) mostrou sua face mais tendenciosa (e nada ética) ao enaltecer processos de venda de empresas estatais nos quais tinham interesses privados claríssimos, pois que participavam como compradoras.

Essa relação cada vez mais íntima entre os órgãos de Imprensa e os negócios privados representa a marca mais importante das recentes transformações do mundo dos negócios globalizados.

Aliás, o próprio debate sobre globalização tem sido muito mal conduzido pela mídia. A suposta "novidade" representada pela economia globalizada tem servido, freqüentemente, para justificar tanto as mudanças nas formas de funcionamento dos mercados financeiros quanto para pressionar os países periféricos a abrirem seus mercados consumidores para mercadorias produzidas por empresas instaladas nos países desenvolvidos.⁷ Deve-se ressaltar, entretanto, que o processo de globalização econômica, na verdade, vem ocorrendo há alguns séculos, conforme lembram diversos autores. Desde pelo menos os Descobrimentos, no século XVI, a economia mundial encontra-se em contínuo processo de integração (Fernandes, 1997). Entretanto, nos anos mais recentes, com a revolução tecnológica operada no setor de telecomunicações e com o surgimento de novos setores de atividades ligados à "nova economia" (ampliação do número de acessos à internet, ampliação da "sociedade em rede" etc.), vem-se operando uma verdadeira revolução nas oportunidades de negócios, que tem tido inclusive o poder de alterar algumas das formas básicas de funcionamento do capitalismo. A "nova economia" permitiu o surgimento de diversas oportunidades de investimentos nas novas tecnologias de transmissão das informações e também nos negócios "instantâneos" operados no âmbito dos mercados financeiros internacionais, ligados 24 horas por dia, on-line (a qualquer momento do dia existe uma bolsa de valores em pleno funcionamento; elas vão se fechando e abrindo conforme a sucessão dos fusos horários e estão todas interligadas eletronicamente).

É importante ressaltar, entretanto, que as mudanças verificadas não são resultado apenas de uma revolução tecnológica que surge do acaso e que daria oportunidades iguais a todos e que democratizaria o acesso às informações (conforme apregoam alguns dos intelectuais e/ou analistas conformados com a atual ordem internacional e fascinados pelas novas tecnologias). Todas as mudanças

ocorridas na geração, veiculação e utilização das informações resultam também das formas de atuação política dos Estados Nacionais, especialmente dos EUA, na conformação da atual ordem internacional.

A atuação política dos Estados Nacionais deve ser avaliada com mais cuidado se quisermos entender os condicionantes presentes na crescente interligação entre empresas do setor financeiro, empresas da “nova economia” e empresas de comunicações (mídia, de modo geral).

No atual século, a ampliação da interdependência entre as economias nacionais tem aumentado desde o encerramento da Segunda Guerra Mundial, mas tomou novo impulso a partir dos anos 80, quando os governos de Margareth Thatcher e Ronald Reagan (respectivamente, na Grã-Bretanha e nos EUA) promoveram diversas reformas liberalizantes, especialmente nos mercados financeiros, aumentando as facilidades para o movimento de capitais entre os países e ampliando as possibilidades de negócios dos diversos segmentos do setor bancário nos mercados internacionais.

Nesses últimos vinte anos, foram removidos diversos controles de movimentação de capitais que haviam sido constituídos logo após a Segunda Guerra Mundial, quando o pensamento liberal não era hegemônico. Ao encerrar-se o conflito mundial, em 1945, os líderes políticos reconheciam que era preciso construir uma nova ordem internacional, capaz de criar mecanismos para a recuperação das economias européias devastadas pela guerra e, em última instância, capaz de evitar os erros cometidos após a Primeira Guerra Mundial, na Conferência de Versalhes, que impôs pesadas reparações à Alemanha – fato que, sem dúvida, é o maior responsável pelo surgimento do nazismo nesse país. Em 1945, era consensual que seria preciso haver maior solidariedade entre os países e reforço da importância da Democracia nas nações.

Essa preocupação geral com a consolidação da Democracia e com a retomada da prosperidade econômica serviu como pano de fundo para todas as decisões relacionadas à legislação e às normas adotadas para moldar o funcionamento de todas as esferas das sociedades desenvolvidas. Na esfera econômica, por exemplo, foram criados mecanismos para que o setor financeiro fosse controlado em suas funções, colocando-o especialmente a serviço da produção, ou seja, com o objetivo precípua de gerar recursos para os empresários investirem no setor produtivo e gerarem empregos.

Na esfera social, o grande marco foi a consolidação do Estado de Bem-Estar Social, que serviria como um “colchão” amortecedor das tensões sociais decorrentes do comportamento cíclico do mercado capitalista: foram significativamente ampliados os recursos de transferências sociais dos Estados

Mídia, poder econômico e globalização

Nacionais para famílias de baixa renda e para trabalhadores desempregados, protegendo-os contra momentos recessivos, que ocasionam aumento do desemprego e redução da renda das famílias.

Criaram-se, também, serviços públicos de educação e saúde cada vez mais amplos, inclusivos e democráticos, permitindo gerar segurança social às populações dos diversos países desenvolvidos e gerando paz social que desestimulava o ressurgimento de idéias extremistas como as que haviam dado origem ao nazismo e ao fascismo – ambos derrotados ao final de conflitos e que mereceram repúdio popular na Alemanha e na Itália. Os partidos de esquerda, decisivos na resistência contra os regimes totalitários que haviam levado a Alemanha e a Itália à guerra, tiveram papel importante também na construção da nova ordem social, baseada em uma economia próspera (geradora de empregos e de redução das desigualdades sociais) e na consolidação do Estado de Bem-Estar Social.

No campo da Cultura, os Estados Nacionais trataram de valorizar as manifestações de pluralidade de idéias e de tolerância, além de intervirem para garantir, minimamente, o acesso democrático às informações veiculadas pela mídia. Diversos países ergueram regras claras para evitar a monopolização dos meios de comunicação, impedindo que um mesmo grupo privado ou um mesmo empresário fosse proprietário, ao mesmo tempo, de cadeias de rádio, TV e de publicações impressas⁸.

A partir dos anos 80, porém, com a ascensão do pensamento neoliberal nos EUA e na Grã-Bretanha, começaram a ser promovidas mudanças institucionais importantes nos diversos aspectos ressaltados anteriormente. No que se refere ao campo econômico⁹, mais especialmente no setor financeiro, foram criadas normas que facilitam a movimentação do grande capital financeiro muitas vezes em busca de lucros extraordinários em operações especulativas, que geram ganhos astronômicos sem gerar sequer um posto de trabalho. Esses segmentos privados dos mercados financeiros passaram também a poder injetar recursos em diversas áreas de atividades¹⁰, inclusive nas empresas de mídia – cujas regras de funcionamento foram continuamente flexibilizadas para permitir novas oportunidades de negócios ao setor privado¹¹. Nesse contexto, a notável evolução tecnológica (impulsionada por investimentos, em princípio, realizados pelos Estados Nacionais na indústria bélica, durante a corrida armamentista da Guerra Fria, mas que se tornam, a seguir, apropriados pelos setores privados¹²) amplia as possibilidades de negócios e a geração de novos hábitos de consumo, sendo que, na área da comunicação, esse fenômeno se faz ainda mais presente, dada a importância estratégica da mesma e a dinâmica inovadora que lhe é peculiar. É por isso que se torna tão freqüente a presença de capitais de grandes redes de comunicação e de

setores dos mercados financeiros em empresas do segmento da “nova economia”, muitos dos quais geradores de serviços que foram sendo crescentemente privatizados nos países capitalistas desenvolvidos e nos países capitalistas da periferia do capitalismo (como o caso do Brasil).

Tal fenômeno, estimulado, como vimos, por políticas de desregulamentação promovidas pelos governos dos países capitalistas desenvolvidos (inicialmente nos EUA e na Grã-Bretanha, mas depois nos demais países, muitas vezes sob influência ou pressão dos pioneiros) promoveu a superposição de interesses entre empresas do setor financeiro, de mídia e da “nova economia”. É por isso que, com o tempo, tem-se notado uma crescente predileção das grandes empresas de comunicação pela ditadura do “pensamento único” em Economia – ou seja, a negação de espaço e voz para os pensadores críticos da ordem neoliberal que vem sendo rapidamente construída nos últimos 20 anos. Conforme lembra Gill (1993), a ideologia neoliberal é a ideologia dos mercados financeiros. E dizemos mais: é a ideologia dos grupos financeiros que lucram com a desregulamentação dos mercados financeiros e com as políticas capitaneadas por Estados Nacionais que, na verdade, abdicaram, nas décadas mais recentes, de suas prerrogativas de realizarem políticas econômicas que visem ao crescimento econômico, à prosperidade socioeconômica e, no limite, à Democracia. Os grupos econômicos privados que se aproveitam das vantagens trazidas pela globalização (tal qual foi concebida pelos países ricos, especialmente os EUA) muitas vezes têm seus interesses comerciais envolvidos ao mesmo tempo nas empresas de comunicação, dadas as amplas possibilidades de interpenetração da participação acionária em diferentes empresas de diversos setores de atividades.

Em suma, o que afirmamos neste ensaio é que as mudanças geopolíticas e institucionais ocorridas na ordem econômica internacional e a mudança de valores trazida pela ascensão do pensamento liberal, após algumas décadas em que essa ideologia econômica havia sido relegada ao ostracismo (durante o pós-guerra, mais especialmente, desde a segunda metade dos anos 40 até meados dos anos 70, quando o capitalismo viveu período de enorme prosperidade, tendo merecido da literatura econômica o epíteto de “Anos Dourados”(Hobsbaum, 1995)), trouxeram consigo uma ameaça à Democracia, consubstanciada na mudança dos objetivos que haviam animado os primórdios do surgimento da Imprensa, conforme lembra Ramonet em seus escritos mais recentes. A lógica privada dos negócios e de suas oportunidades infinitas assume posição protagônica não apenas na comunicação, mas também em outras áreas que afetam o comportamento humano, como as Ciências da Vida¹³ e em atividades que, ultimamente, têm cada vez mais submetido à lógica mercantil, como a religião e o lazer (o usufruto do tempo livre).

Mídia, poder econômico e globalização

Isso tudo gera contradições que, muitas vezes, humilham os sentimentos de segmentos mais organizados e conscientes das sociedades democráticas dos países desenvolvidos, dando origem a manifestações de oposição à nova ordem internacional e de repúdio ao “comando” exercido pelos valores econômicos sobre todas as esferas da vida.

NOTAS

- (1) Reproduzido em UOL Mídia Global, em 19 de fevereiro de 2002.
- (2) Política de perseguição perpetrada pelas autoridades americanas contra supostos ou reais defensores do pensamento comunista nos EUA. O Senador McCarthy era o principal incentivador da perseguição aos comunistas, dando nome ao movimento.
- (3) Esse comentário pode parecer contraditório com o fato de termos aberto este ensaio ressaltando que o NYT (talvez o maior símbolo da mídia impressa americana) publicou notícia denunciando interesses do Estado americano em espalhar notícias falsas ou interpretar tendenciosamente notícias verdadeiras na imprensa internacional. Mas o curioso é que tal fato parece ser a exceção que confirma a regra, ou seja, o poder de formação de opinião e de criação de mitos capitaneado pela mídia americana é tão expressivo, que ela pode se dar ao luxo de, em algumas situações, até mesmo a “denunciar” certas atitudes do centro de poder americano, sem com isso provocar a mínima possibilidade de que a sociedade se mobilize contra essas atitudes.
- (4) Nome de seu livro recente, lançado no Brasil pela Ed. Vozes.
- (5) Isso mostra claramente a falácia do argumento dos turiferários da “nova sociedade da informação” criada pela internet pelas TV’s por assinatura. No limite de seus arroubos ideológicos pró-privatização do espaço público e no fascínio pelas novas tecnologias, esses ideólogos ressaltam a suposta democracia da rede de grandes provedores de internet e de redes de TV por assinatura, sem levar em conta que as informações e os sinais de satélite são propriedade privada e que a programação veiculada pela mídia é decidida pelos proprietários das empresas de geração das imagens. E que o acesso dos usuários é pago, sendo, portanto, restrito apenas a algumas pessoas – as que podem pagar.
- (6) O caso francês é denunciado em livro recentemente editado no Brasil, intitulado “Os novos cães de guarda”, de autoria de Serge Halimi.
- (7) A recente decisão americana de proteger sua indústria de aço revela a falácia dos argumentos de que a abertura comercial total seria “benéfica” para os países subdesenvolvidos e os levaria a ter maior prosperidade econômica e maior competitividade industrial. Em recente artigo (Jannuzzi e Mattos, 2001), comentamos que a participação brasileira nas exportações mundiais vem caindo rapidamente nos anos mais recentes, justamente quando o país decidiu realizar uma abertura comercial descuidada, concedendo aos nossos parceiros comerciais mais vantagens do que eles têm concedido a nós. O renomado sociólogo argentino Atilio Borón (1996) comenta que a participação da América Latina no conjunto das exportações mundiais vem caindo nas duas últimas décadas, enquanto que a participação do continente no conjunto das importações mundiais tem crescido expressivamente, o que revela que, após o processo de abertura comercial implementado pelos países da América Latina, o que houve, na verdade, foi a expansão dos mercados a serem explorados por empresas estrangeiras exportadoras para nosso continente. Não houve o propalado aumento de competitividade de nossas empresas no comércio globalizado; pelo contrário, o peso de nossas exportações no mundo caiu e houve uma onda (que ainda está em curso) de falências de empresas nacionais e aumento do desemprego industrial.
- (8) Soa irônico pensar que, atualmente, na Itália, um dos países mais regulamentados a respeito da propriedade dos meios de comunicação no pós-guerra, o primeiro-ministro seja um magnata das comunicações, que, além de controlar a parcela mais expressiva do capital privado no setor, também tem ingerência política sobre a estrutura de redes de TV (RAIUNO, RAIDUE, RAITRE), cuja grade de programação tem sido um exemplo de razoável respeito à diversidade política e cultural e ao debate das idéias.

- ⁽⁹⁾ No que se refere ao aspecto social, representado pelo arranjo institucional do Welfare State, foram conduzidas regras de “flexibilização” de seu funcionamento (por exemplo, redução dos recursos destinados ao seguro-desemprego, redução do ritmo de crescimento dos serviços sociais etc.), com o intuito de reduzir custos para empresas e Estados; no campo cultural, trava-se uma incessante batalha entre os interesses comerciais das grandes empresas de entretenimento e os defensores de empresas locais c/ou de tradições culturais regionais ou nacionais. São inúmeros os exemplos, mas podemos destacar a resistência de organizações francesas contra a penetração de filmes americanos, pressionando constantemente o governo francês a impor ou manter cotas e regras para a influência cultural de filmes estrangeiros (especialmente americanos) no mercado cinematográfico francês.
- ⁽¹⁰⁾ O mercado financeiro passou a ser bastante controlado no contexto da reconstrução da ordem internacional do pós-guerra e uma das formas principais de controle se dava na sua segmentação, ou seja, às diversas entidades financeiras eram vedados certos tipos de investimentos em áreas em que não fossem especificadas pela legislação, justamente para tentar obstaculizar a especulação financeira e manter o setor financeiro a serviço principalmente do financiamento dos investimentos produtivos.
- ⁽¹¹⁾ Em diversos países, as restrições ao direito de propriedade das diferentes modalidades das empresas de comunicações foram relaxadas nas últimas décadas e continuam sendo até hoje. No caso do Brasil, por exemplo, tivemos, nas últimas semanas, a aprovação da entrada de capital estrangeiro nas empresas de comunicação.
- ⁽¹²⁾ Noam Chomsky está entre os críticos que protestam contra a transferência do conhecimento científico inicialmente concebido nos órgãos militares americanos (e financiados, portanto, com recursos públicos advindos da cobrança de impostos de toda a população) para segmentos da indústria privada de software e hardware americana e para as grandes redes de internet, exploradas privadamente.
- ⁽¹³⁾ Cf. Mattos (1998b), onde comento as contradições entre os interesses privados envolvidos nas experiências com seres humanos, com a possível utilização dos mesmos na criação da vida através de clonagens. Esse ensaio baseou-se em palestra que proferi no Instituto de Teologia da PUC de Campinas, em novembro de 1997.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, C. *A regra do jogo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- AUBENAS, F. e BENASAYAG, M. *La fabrication de l'information: les journalistes et l'idéologie de la communication*. Paris: La Découvert, 1999.
- BORÓN, A. *A sociedade civil depois do dilúvio neoliberal*. In: SADER, E. e GENTILI (org.). *Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado Democrático*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- CARRION, R.K.M. e VIZENTINI, P.G. (org.) *Globalização, neoliberalismo e privatizações: quem decide este jogo?* Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1997.
- CARTA, M. Prefácio ao livro “*A regra do jogo*”. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- CHOMSKY, N. *11 DE SETEMBRO*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- CHOMSKY, N. *Profit over People: neoliberalism and global order*. NY/Toronto/London : Seven Setories Press, 1998.

Mídia, poder econômico e globalização

- CHOMSKY, N. *Democrazia e mercato nel nuovo ordine mondiale*. In: LUZI, J. (org.). *Miseria della Mondializzazione*. Roma: Strategia della Lumaca Edizione, 1996.
- DAO, J. E SCHMITT, E. *Pentágono planeja plantar notícias falsas na mídia internacional*. Site da UOL, notícia retirada e traduzida do New York Times. 19 de fevereiro de 2002.
- GILL, S. *Neo-Liberalism and the shift towards a US-centered transnational hegemony*. In: OVERBEEK, H. *Restructuring Hegemony in the Global Political Economy: the rise of transnational neo-liberalism in the 1980s*. New York: Routledge, 1993.
- GNETTI, C. *"La nostra idea de globalizzazione"*. Attualità. (interview a Sergio Cofferatti). [www.rassegna.it/attualita/gennaio-giugno/G8/cofferati_G8.htm] 2002.
- GOWAN, P. *"Neoliberal Cosmopolitanism"*. New Left Review. Sept/Oct 2001
- GREIDER, W. *One World, Ready or Not : The Manic Logic of Global Capitalism*. New York: Ed. Simon & Schuster. New York.
- HALIMI, S. *Os novos cães da guarda*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.
- HOBBSAWM, E. *Era dos Extremos - o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HOBBSAWM, E. (1995). *"A crise atual das ideologias"*. In: SADER, E. (org.).
- JANNUZZI, P. M.; MATTOS, F. A. M. (2001). *"Duas décadas de conjuntura econômica, desemprego industrial e de inserção de profissionais da informação no mercado de trabalho"*. Campinas: Transinformação, 2001.
- LUZI, J. (org.) *Miseria della Mondializzazione*. Roma: Strategia della Lumaca Edizione, 1996.
- MANN, M. (2001). *"Globalization after September 11"*. New Left Review. Nov/dec 2001.
- MATTOS, F. A. M. (1998a). *"Retrospectiva histórica do processo de globalização financeira"*. Revista Cultura Vozes. Número 1, ano 92, volume 92.
- MATTOS, F.A. M. (1998b). *"Globalização da Economia e a deterioração da ética"*. Cadernos do IFAN. Número 19, 1998. Publicação da Universidade São Francisco (USF).
- MENDES, M. *"Noam Chomsky encanta seus discípulos"*. Jornal Zero Hora (Porto Alegre - RS). 02 de fevereiro de 2002.

Fernando MATTOS

RAMONET, I. *A Tirania da Comunicação*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.

REVISTA DE COMUNICAÇÃO. *Entrevista com Mino Carta*. Ano 14, número 51, abril de 1998.

SADER, E. e GENTILI (org.) *Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado Democrático*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

SADER, E. (org.) *O mundo depois da queda*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

VIZENTINI, P.G. (org.): *Globalização, neoliberalismo e privatizações: quem decide estejogo?* Porto Alegre: EdUFRGS.

A INFORMAÇÃO CIENTÍFICA NO NOTICIÁRIO: UM ESTUDO DOS MECANISMOS DE REFORMULAÇÃO LINGÜÍSTICA INFLUENTES NO DISCURSO JORNALÍSTICO DE DIVULGAÇÃO

Francisco Rolfsen BELDA
Professor de Jornalismo na Faculdade
de Filosofia, Ciências e Letras de
Catanduva

RESUMO

Com a influência e os impactos que exercem nas esferas de interesse da sociedade, temas científicos têm sido projetados a posições estratégicas nos noticiários. Este trabalho propõe uma abordagem teórica do discurso jornalístico de divulgação científica baseada, sobretudo, nas Ciências da Linguagem, buscando contribuir para o estabelecimento de uma metodologia própria para o estudo desse objeto. A partir da caracterização de um campo jornalístico para a divulgação das ciências, é proposto um exame dos processos de reformulação lingüística empreendidos sobre o discurso de especialidade, considerando especialmente os mecanismos de substituição lexical e de narrativização incidentes no discurso jornalístico. Foi, portanto, objetivo deste estudo fornecer um instrumento de pesquisa capaz de indicar até que ponto os enunciados mediáticos mantêm precisão

semântica ao se referirem a termos e conceitos de especialidade.

Palavras-chaves: *Jornalismo Científico. Linguagem. Reformulação Textual.*

ABSTRACT-

Because scientific topics have inflence and impact in society, they have taken strategic positions in the news. This work aims to give a theoretical approach of the journalistic discourse of scientific publishing based mainly on Language Sciences, in order to contribute towards a methodology adequade for the study of this issue. It starts with the characteristics of a journalism area for scienses publishing, and then it proposes an examination of the processes of linguistic rephrasing made on the discourse of specialty, taking into special consideration the mechanisms of lexical substitution and narrating reccurent in journalistic discourse. Thus purpose of this study is to supply a research tool which is able to indicate up to what point mediating statements maintain semantic precision when they refer to terms and concept of speciality.

Key-words: *Scientific Journalism. Language. Textual Rephrasing.*

INTRODUÇÃO

Temas relacionados à ciência e à tecnologia vêm tendo sua influência potencializada em várias esferas de atuação humana, situação que os leva a ocupar com progressiva frequência e particular destaque o âmbito dos discursos mediáticos. Nos últimos anos, o avanço de pesquisas em áreas diversas, e em particular a de biotecnologia, trouxe uma série de implicações sócio-éticas que induzem e fomentam um debate ampliado, fazendo da imprensa um foro privilegiado de divulgação e apreciação de informações especializadas. Tal panorama implica o estabelecimento de um amplo e complexo processo de mediação dos discursos interessados em ciência com o objetivo de estimular a formação de uma consciência pública crítica e bem informada. Em âmbito jornalístico, proliferam editorias e cadernos especializados, ao mesmo tempo em

A informação científica no noticiário: um estudo dos...

que crescem as iniciativas de formação de profissionais especializados e de pesquisa acadêmica na área (Caldas e Macedo, 1999).

No entanto, apesar desses avanços, parecem ser ainda escassas ou pouco difundidas as referências capazes de proporcionar quadros metodológicos abrangentes e eficazes para a análise de enunciados jornalísticos sobre temas científicos. Este trabalho propõe reflexões que, em seus limites, visam contribuir para o estabelecimento de uma metodologia apropriada a esse objetivo. A proposta aborda especialmente as formas de relato de resultados e processos de pesquisa, formas caracterizadas pelas estruturas narrativas/descritivas das peças de divulgação¹. Para examiná-las, foram abordados alguns mecanismos textuais pelos quais o discurso científico é *reformulado* de forma a adaptar-se a uma linguagem mais genérica, própria aos públicos não-especializados².

O arcabouço teórico deste trabalho foi constituído pela sistematização de saberes referentes às lógicas simbólicas (de representação) dos campos jornalístico e científico. Recorreu-se à Lingüística para a seleção de instrumentos de análise textual do discurso de divulgação e foram colhidas referências complementares na Sociologia e na Filosofia das Ciências, de forma a mapear-se inter-relações entre as formas de significação do discurso jornalístico e os modos de se conceber, nesse âmbito, o conhecimento cientificamente determinado.

Não há, com isso, a intenção de se construir um roteiro metodológico que contemple de forma completa o objeto visado, tendo em vista sua complexidade e a diversidade de variáveis a serem mais especificamente exploradas. De uma forma geral, este estudo visa auxiliar a busca por uma compreensão aprofundada dos mecanismos lingüísticos que convergem na construção do discurso jornalístico de divulgação científica e, assim, contribuir para a ampliação dos estudos na área.

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM CAMPO JORNALÍSTICO

Temas científicos se projetam nos noticiários à proporção dos impactos e implicações que exercem nas relações sócio-político-econômicas e das reflexões que provocam acerca dos valores norteadores do desenvolvimento humano. Segue-se o pressuposto de que o público tenha direito a informações que influenciem sua vida, a novos dados capazes de redefinir saberes estabelecidos ou cuja obtenção tenha envolvido verbas públicas, de interesse dos contribuintes. Conforme aponta Lage (2001:122), “a reportagem de ciência e tecnologia cumpre

algumas funções básicas: informativa; educativa; social; cultural; econômica; político-ideológica. Ao informar, complementa e atualiza conhecimentos e, nesse sentido, educa; ao transmitir conhecimento, atua sobre a sociedade e a cultura, determinando escolhas econômicas e, no fim, opções político-ideológicas”.

Segundo Nóbrega (s/d), ao atender a essas demandas, os veículos jornalísticos também operam um discurso de legitimação de si próprios enquanto órgãos que devem “concorrer para a formação do cidadão”, rompendo as barreiras de “complexidade” e de “opacidade” que se interpõem à comunicação social. Para isso, esses veículos tenderiam a construir em torno dos temas científicos um “campo de inteligibilidade próprio aos meios de informação”, buscando “a verificação, a contradição, a comparação de fontes” para garantir a “transparência” da informação (*ibidem*). Trata-se, portanto, de um processo de mediação, e não de simples transmissão de informações: a imprensa se apropria de saberes científicos, os processa segundo lógicas que lhe são próprias para, enfim, os socializar como um novo discurso.

Cumprir tal função exige uma postura crítica em relação aos discursos captados, de forma a considerar-se a apropriação ideológica que setores interessados do espectro sócio-político-econômico fazem do conhecimento científico. Esses discursos deveriam ser, assim, colocados em perspectiva, interpretados; o conhecimento que representam deveria ter suas implicações reveladas, ser contraposto a outras formas de saber e inserido em um contexto sistêmico, em meio a outros discursos e pontos de vista. Eis, provavelmente, a distinção mais fundamental entre o jornalismo científico e outras formas de divulgação, difusão ou disseminação de conhecimento.

No entanto, essa criticidade não implica o estabelecimento de uma oposição entre o jornalista e seus interlocutores especialistas. Como ressalta Medina (1982:156-157), o jornalista é um intermediário ativo, que “não precisa saber discutir no mesmo nível do entrevistado, [mas] precisa saber questionar, perguntar, exigir explicações compreensíveis a todos, chamar à realidade social uma fonte que, por sua profissão, está condicionada a um universo fechado”. Nesse sentido, condena-se a atitude do repórter que “se inibe e fica mudo diante da sapiência sagrada de um especialista que, de repente, adquire o direito também sagrado de cifrar seus conteúdos exóticos num exercício de retórica desviante, em um monólogo acintoso à comunicação coletiva. (...) Se o jornalista insistir em linguagem especializada (a determinada pela fonte), não desaparecerá a situação de monólogo – apenas um monólogo a dois” (*ibidem*:157).

A informação científica no noticiário: um estudo dos...

O OBSTÁCULO LINGÜÍSTICO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Considerada a natureza mediadora da ação jornalística, emergem alguns aspectos lingüísticos que se interpõem à divulgação da ciência. Tornar compreensível um saber específico a um universo de leitores não-especializados³ requer a definição de um código comum a partir de formas distintas de significação. De um lado figura a opacidade dos discursos científicos, marcados por sua estrutura e terminologia particulares, às vezes obscuras; de outro lado, o discurso jornalístico, que deve ser claro, inteligível a um público genérico e ao mesmo tempo preciso. Demanda-se um processo de “tradução intralingual” ou de “reformulação” (Jakobson, 2000:64) que possibilite transportar significações científicas para um universo de linguagem aceitável no campo jornalístico sem, contudo, adulterar-se os conceitos referenciais, o que ocasionaria a falsificação do conteúdo científico original, um “ruído semântico” no discurso de divulgação (Centro Interamericano..., 1976:157). Para Nóbrega (*op. cit.*), tal adulteração se define pela introdução no discurso de divulgação de “elementos que o macrotexto científico⁴ necessariamente não comporta e que muitas vezes vão de encontro a construções/estruturas credenciadas pelos cientistas”. Perderia-se, assim, a referenciação.

Em sua busca, o pesquisador do discurso de divulgação deve, portanto, associar o saber lingüístico a esse macrotexto, contendo as bases conceituais específicas do conhecimento divulgado, para que sejam contrastadas as relações de coerência e precisão inerentes à semântica do texto examinado. No plano estrutural da linguagem, tratado neste trabalho, o obstáculo lingüístico da divulgação científica faz com que a questão se desloque para o mapeamento de estratégias textuais que garantam que a reformulação lingüística empreendida implique um mínimo de perda de precisão, ou perda de *cientificidade*, no âmbito jornalístico. Essa tarefa, porém, deve começar pela identificação de algumas especificidades do discurso científico referencial.

A linguagem científica se caracteriza especialmente por sua alta *precisão semântica*, traço relacionado aos ideais de “adequação empírica”, “consistência”, “poder explicativo” e “certeza” que norteiam a aceitabilidade lógica das teóricas científicas (Lacey, 1998:62), conforme apontando por autores do CIMPEC: “Posto que a ciência tem uma maneira própria de observar os fenômenos e de mostrar as relações que há entre eles, o cientista está obrigado a descrever suas observações com a maior clareza e exatidão possíveis”⁵ (Centro Interamericano..., *op.cit.*:163).

Essa linguagem derivada da atividade experimental científica se enquadra em um nível extremo de *significação descritiva* (em oposição às significações

expressivas e sociais), a partir da qual as proposições assumem uma relação definida de veracidade ou falsidade⁶ (Lyons, 1987:138). Jacobi (1987:61) identifica como consequência desse condicionamento o funcionamento da linguagem científica segundo uma *lei de bi-univocidade* – cada conceito ou noção possuiria apenas um nome e, reciprocamente, cada palavra teria um só referente –, o que lhe confere um caráter *monosêmico*, ou *monorreferencial*, proporcionando plena adequação entre significado e significante (*ibidem*:64).

Dessa especificidade resulta a dificuldade de se encontrar na linguagem comum, de tendência polissêmica, termos e formas discursivas mais genéricas e ao mesmo tempo capazes de dar significação a conceitos e procedimentos científicos sem, contudo, adulterá-los. A transposição desse obstáculo, por meio do deslocamento lingüístico que lhe é inerente, provavelmente implique algum grau de flexibilização semântica. Aliás, como lembra Lage (*op.cit*:123-124.), “o texto jornalístico não é e nem pretende ser exato” (...) e “os graus de precisão são distintos, quando se consideram o público a que se destina o cientista e o público a que se destina o jornalista”. Nesse caso, exatidão e precisão extrema – em plano vocabular, numérico ou de descrição processual – restringiriam a comunicação a um círculo fechado de receptores.

É preciso um meio termo entre a restrição e o ruído, uma forma de promover a reformulação discursiva com um rigor tal que se evite a falsificação dos conceitos referenciais. De um ponto de vista teórico que considere a noção de obstáculo lingüístico, é preciso, então, fazer com que se revelem as relações de aproximação e distanciamento semântico mantidas entre as redes de significação desses diferentes universos lingüísticos, o que talvez levaria o pesquisador, diante de um corpus específico, a conhecer até que ponto o discurso jornalístico mantém rigor conceitual sobre seus referentes científicos.

ESTRATÉGIAS DE REFORMULAÇÃO DISCURSIVA

Ao examinar estratégias textuais de transposição desse obstáculo lingüístico, Nóbrega (*op. cit.*) distingue dois recursos discursivos principais: o de *substituição lexical* – usado para generalizar, em plano vocabular, a terminologia específica do conhecimento a ser divulgado – e o de *narrativização* – meio de explanação sobre processos científicos em níveis mais amplos do contexto enunciativo. Esse trabalho considera cada um deles separadamente.

A informação científica no noticiário: um estudo dos...

Substituição lexical: identidade, similaridade e similitude semântica

A reformulação em nível lexical ocorre, basicamente, a partir da substituição de termos de especialidade, suportes de conceitos específicos do campo científico, por um vocabulário mais genérico, próprio ao domínio cognitivo do público da divulgação.

Uma das relações semânticas mantidas entre redes lexicais de significação é a de sinonímia, que pode ser entendida enquanto “identidade de significados” (Lyons, *op.cit.*:143). Para o autor, a sinonímia absoluta – lexemas com a “mesma distribuição” e o “mesmo significado descritivo, expressivo e social” em todos os seus “contextos de ocorrência” – estaria “restrita a um vocabulário altamente especializado que é puramente restritivo” (*ibidem*:143-144), sendo, assim, impossível de ser mantida em reformulações que envolvam diferentes níveis de especialização de linguagem.

Da mesma forma, Jakobson (*op.cit.*:65) propõe a impossibilidade de haver “sinonímia” em traduções intralinguais por não haver “equivalência completa” no âmbito das palavras. “Uma palavra ou um grupo idiomático de palavras (...) só pode ser plenamente interpretada por meio de uma combinação equivalente de unidades de código, isto é, por meio de uma mensagem referente a essa unidade de código” (*ibidem*), ou seja, uma operação metalingüística.

No entanto, restaria para o propósito da divulgação científica o que Lyons (*op.cit.*:145.) chama de sinonímia descritiva ou referencial: “os lexemas podem ser descritivamente sinônimos mas ter significado expressivo e social diferente”. Tal espécie de sinonímia, por ser incompleta, não caracterizaria uma relação de *identidade* de sentido entre os lexemas envolvidos na reformulação. Em vez disso, ela é considerada uma relação substitutiva que faz parte do sentido de cada um desses lexemas (*ibidem*:150), entre os quais não haveria mais que uma relação de *similitude*.

Uma relação semântica intermediária, de *similaridade*, pode ser mantida no processo de reformulação lingüística a partir do recurso a operações metalingüísticas, ou seja, à faculdade de se usar a linguagem para “falar acerca dessa linguagem” e, assim, poder “revisar e redefinir o vocabulário empregado” (Jakobson, *op.cit.*:67). “A similaridade das significações relaciona os símbolos de uma metalinguagem com os símbolos da linguagem a que ela se refere. A similitude relaciona um termo metafórico com o termo a que substitui” (*ibidem*:61).

A aplicação dessas reflexões ao campo operacional da divulgação científica se encontra formulada na obra de Jacobi (*op.cit.*). Ele propõe uma abordagem de orientação lexical sobre o discurso de divulgação, fundando-a na idéia de

termos-pivô, isto é, palavras ou expressões sintagmáticas da linguagem científica em torno das quais incidem os mecanismos de reformulação. Para compreender o fundamento lingüístico dessa mobilidade terminológica, Jacobi identifica e examina alguns desses mecanismos, tais como (*ibidem*:65-70):

- a) *dupla-denominação*: substituição de termos que suportam conceitos científicos já popularizados e/ou observáveis e que receberam denominação correlata na linguagem comum, caracterizando uma relação de sinonímia descritiva;
- b) *co-referência*: emprego de uma expressão equivalente ao termo-pivô para evitar repetições dentro de trechos mais amplos enunciados;
- c) *definição*: expressão do significado do termo-pivô; o autor identifica ocorrência de definições por demarcação analítica, por apontamento de causas e conseqüências e por recursos analógicos;
- d) *paráfrase*: re-expressão do termo-pivô por uma expressão tida como equivalente.

Excetuando-se os casos de dupla-denominação, em que o termo científico é substituído por um lexema com o qual manteria relação de *similitude semântica*, os demais mecanismos citados remetem, em certa medida, à capacidade do enunciado de se referir aos processos de significação do código lingüístico que utiliza, o que define uma operação metalingüística e, assim, segundo Jakobson (*op.cit.*:61), uma relação de *similaridade* entre o sentido dos lexemas envolvidos na reformulação.

Narrativização

As estratégias de narrativização na divulgação científica, segundo Nóbrega (*op.cit.*), podem ser consideradas procedimentos discursivos variantes das estratégias de comunicação científica em âmbito didático. Sua finalidade seria expor o sentido processual e lógico do fenômeno científico, buscando para isso formas textuais para se “seriar problemas”, “seqüenciar operações”, “projetar esquemas explicativos” e “ilustrar os fenômenos com recursos visuais que concretizam objetos abstratos referidos no texto”. Ainda segundo a autora, “todos esses elementos são recursos que não se encontram necessariamente no macrotexto científico de referência” e devem ser entendidos como “estruturas de comunicação ora eficazes ora improdutivas”, conforme o rigor conceitual que mantém sobre discurso científico.

Se for possível dizer que a necessidade de substituição lexical na divulgação científica decorre da alta especificidade das terminologias científicas, a importância

A informação científica no noticiário: um estudo dos...

da narrativização se relacionaria, por outro lado, à opacidade derivada do caráter *formalizado* ou *abstratizado* dos discursos de especialidade, o que, aliás, condiciona mesmo a sua terminologia.

Como aponta Nóbrega, o discurso científico não faz referência direta à realidade acessível aos sentidos de um observador comum; trata-se antes “de um diagrama explicativo, de uma operação formalizadora do real, segundo as preocupações do observador” especialista. Ou seja, “[no discurso científico] o real é menos compreensível que cognitivamente analisável”, e esse discurso, em vez de se referir ao que é observável, “limita-se a selecionar um número limitado de pontos (marcas, marcos) entre os quais tece relações estáveis e lógicas” (*ibidem*). Decorrem dessa condição as características de *impessoalidade*, *neutralidade emotiva*, *sistematização terminológica*, a *forma escrita* e a já citada *precisão semântica* do discurso científico, conforme atribuições de Jacobi (*op.cit.*: 60-64).

Assim, transpor as significações do discurso científico para o universo lingüístico de um público não especializado implica tornar essas significações menos formalizadas e abstratas, mais concretas e observáveis. Nesse ponto cumpre papel fundamental uma série de recursos discursivos de narrativização, conforme apontados por Nóbrega (*op.cit.*).

O primeiro deles seria a *reconstituição histórica* do acontecimento científico a ser divulgado. Trata-se do relato das etapas sucessivas que condicionaram a obtenção, em âmbito especializado, do conhecimento em questão. Ainda sob o mesmo prisma podem ser inseridas as referências sobre desdobramentos e aplicações potenciais desse saber, um dos focos, aliás, que condiciona a própria atribuição de interesse jornalístico à matéria. Deve-se atentar, sobre isso, para a distinção entre os domínios da ciência básica (ou pura), da pesquisa científica voltada à geração de tecnologia e, ainda, do emprego ou apropriação econômica de tecnologia, bem como para eventuais resultados discordantes obtidos no curso dessas pesquisas.

Nesse recurso de reconstituição histórica, entendemos que cabe ao divulgador, enquanto mediador de discursos, também avaliar as variáveis sociológicas e metodológicas que, em âmbito científico, conferem confiabilidade ao conhecimento produzido⁷, já que “a obtenção de conhecimento científico confiável é o produto final de um complexo curso de ação que envolve numerosas e variadas interações com outros seres humanos, instituições e coisas e profundas transformações das coisas e da própria sociedade” (Lacey, 2002), e não uma consequência inerente apenas à lógica ou à natureza específica das ciências.

Outro recurso de narrativização identificado na divulgação científica é o de *personalização dos fatos*, em oposição à impessoalidade que caracteriza os discursos científicos referenciais. De uma forma geral, o discurso de divulgação científica tende a apoiar-se mais em torno de pessoas ou personagens (apresentados como sujeitos da obtenção do conhecimento) do que em torno de processos mais amplos e grupais (tidos como instrumentos da obtenção do conhecimento). É possível que, em certa medida, essa personalização crie um efeito de sentido no qual a confiabilidade do conhecimento se desloca para a credibilidade individual do sujeito de sua obtenção, restando em plano secundário as variáveis sociológicas e metodológicas citadas por Lacey (*ibidem*). A esse recurso se alia o de *dramatização*, que cria, no plano da narrativa jornalística, uma representação ilustrada, figurada, dos processos de pesquisa que levaram a uma descoberta ou a um avanço científico. Em conjunto, esses dois recursos parecem designar o que Lage (*op.cit.:125*) considera “a forma mais usual de humanizar a informação científica”, ilustrando-a “com narrativas históricas ou anedóticas”.

Nóbrega (*op.cit.*) também identifica um recurso particular de reformulação das cadeias discursivas próprias à linguagem científica em uma estrutura destinada a captar a atenção do leitor não-especializado, o que se daria, segundo a autora, principalmente por meio de *relações analógicas*. “A analogia (...) é uma estratégia que faz parte de outros recursos que tendem a colocar os fenômenos abstratos em superposição com fatos da vida diária: a ciência deixa de ser um universo hostil, incompreensível, para parecer (virtualmente) presente no nosso meio” (*ibidem*).

Contribuiria, por fim, para as estratégias de narrativização a *interpretação do progresso científico* que é mantida em âmbito mediático. Nóbrega (*ibidem*) relaciona esse processo a uma ótica progressista, “teleológica”, pela qual o conhecimento científico seria apresentado no discurso jornalístico como algo orientado em função de uma causa final definida. Note-se, porém, que tal interpretação da ciência não é a única possível. A uma concepção progressista da ciência – que creia na obtenção progressiva e cumulativa de conhecimento – pode se contrapor, por exemplo, uma concepção crítica, de orientação sociológica, que refute a idéia de progressão considerando a incomensurabilidade de diferentes paradigmas. E a esta poderia se opor outra concepção, que talvez supusesse o realismo lógico acima das variáveis sociológicas, e assim por diante⁸.

Desse ponto surgem algumas questões relevantes: Quais formas de interpretação do conhecimento científico influenciam ou condicionam o discurso jornalístico de divulgação? A que concepções da ciência se associam essas interpretações? Como elas se manifestam no discurso jornalístico? Possivelmente,

A informação científica no noticiário: um estudo dos...

depende do desenvolvimento dessas questões uma análise que associe as estruturas lexicais e narrativas aos processos de atribuição de interesse e de juízos de valor que concorrem à construção do discurso jornalístico de divulgação. Um estudo que considere as concepções da ciência como bases fundadoras da dimensão interpretativa do jornalismo científico seria, talvez, de particular eficácia para o exame das formas de seleção e angulação temática, bem como dos artifícios de argumentação e persuasão incidentes no noticiário, busca esta que, no entanto, extrapola os limites deste trabalho⁹.

CONCLUSÃO

As idéias expostas parecem contribuir para a sistematização de uma metodologia apropriada à análise dos mecanismos lingüísticos influentes no discurso jornalístico de divulgação científica, e, em especial, dos mecanismos de substituição lexical e de narrativização nele incidentes. Nesse sentido, é possível concluir que um estudo contrastivo entre as formulações textuais do noticiário e as afirmações do discurso científico possa levar o pesquisador a conhecer até que ponto a linguagem jornalística mantém precisão ao se referir a termos e conceitos de especialidade, notando-se algumas relações de proximidade e afastamento semântico entre esses dois universos discursivos.

Tais instrumentos lingüísticos, porém, não são e nem poderiam ser considerados suficientes para uma caracterização global dos processos formadores do discurso jornalístico de divulgação. Tendo-os selecionado para um exame dirigido, este trabalho procurou desenvolver tão somente algumas possibilidades de aprofundamento teórico a partir de uma abordagem específica. O desenvolvimento de uma cultura de pesquisa sistemática na área ainda espera novas abordagens que envolvam não apenas o campo lingüístico, mas que explorem também suas inter-relações com esferas da Sociologia, da Filosofia, da Psicologia Social e Cognitiva, entre outros saberes associados às ciências e ao jornalismo.

NOTAS

⁽¹⁾ Partimos da percepção de que o discurso jornalístico de divulgação científica se determina, basicamente, por processos de atribuição de interesse jornalístico (seleção temática e angulação da pauta), relato de resultados e processos de pesquisa (desenvolvimento narrativo/descritivo) e atribuição de juízos de valor (apreciação opinativa do tema).

⁽²⁾ Essa abordagem constitui um dos focos de nosso trabalho pesquisa (em andamento) para obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, pela Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP).

- (3) A respeito do público-alvo dos discursos sobre ciência na imprensa, ver Jon MILLER. Reaching the attentive and interested publics for science. In: Sharon FRIEDMAN et alii. *Scientists and journalists. Reporting science as news*. Washington: American Association for the Advancement of Science, 1986.
- (4) Segundo a autora, o macrotexto se define por ser pressuposto e implícito no discurso científico, na medida em que este vem apenas estender, avançar ou modificar um universo macro-textual já produzido e que é constantemente reativado no ato da escritura.
- (5) Tradução livre do original em espanhol.
- (6) Sobre a "semântica das condições de verdade", ver volume 5.6 da obra de Lyons (*ibidem*).
- (7) Sobre confiabilidade do conhecimento científico, ver Bruno LATOUR. *A esperança de Pandora: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos*. Bauru: Edusc, 2001. Ver também Hugh LACEY, *opus cit.*, 1998.
- (8) Para um breve painel sobre diferentes concepções da ciência, ver Newton FREIRE-MAIA. *A ciência por dentro*. Petrópolis: Vozes, 1991.
- (9) Essas inter-relações são outro foco de nossa pesquisa na ECA/USP (Cf. nota número 2).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CALDAS, Graça & MACEDO, Mônica. "A formação de jornalistas científicos no Brasil". *Pesquisa Fapesp*, São Paulo, n. 47, out.1999.
- CENTRO INTERAMERICANO PARA LA PRODUCCIÓN DE MATERIAL EDUCATIVO Y CIENTÍFICO PARA LA PRENSA & ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS. *Periodismo educativo y científico*. Quito: Ed. CIESPAL, 1976.
- JACOBI, Daniel. *Textes et images de la vulgarisation scientifique*. Berne: Lang, 1987.
- JAKOBSON, Roman. *Linguística e comunicação*. 17. ed. São Paulo: Cultrix, 2000.
- LACEY, Hugh. *Valores e atividade científica*. São Paulo: Discurso Editorial, 1998.
- LACEY, Hugh. "Ciência e democracia; ensaios sobre a realidade dos estudos científicos". *Folha de S. Paulo*, 09-02-2002, Jornal de Resenhas, p. 6.
- LAGE, Nilson. Reportagem Especializada. In: *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- LYONS, John. *Lingua(gem) e lingüística: uma introdução*. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 1987.
- MEDINA, Cremilda. *Profissão jornalista: responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.
- NÓBREGA, Maria do Socorro. *Ciências e mídia: a difusão do conhecimento*. São Paulo, Universidade de São Paulo, s/d. (Fichas didáticas).

LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA: EDUCAÇÃO PARA A CIDADANIA

*Os cidadãos civilizados não são produto do acaso,
mas de um processo educativo (Karl Popper).*

Graça CALDAS
Professora do Programa de
Pós-Graduação em Comunicação Social
da Universidade Metodista de São Paulo

RESUMO

A percepção do papel educativo da mídia na formação da opinião pública e geração de uma consciência crítica é fundamental numa sociedade moderna, em que os meios de comunicação de massa exercem um fascínio crescente sobre as mentes e corações, moldando e fabricando consensos. Nesse sentido, refletir sobre o processo de produção da informação e sobre a relação entre a mídia e a educação é tarefa inadiável para a construção da cidadania. A leitura crítica da mídia na sala de aula é, portanto, parte inerente do processo educativo e exige uma ação interdisciplinar entre educadores e comunicadores.

Palavras-chave: Mídia. Educação. Cidadania.

ABSTRACT

The perception of the educative role of the media in the shaping of the public opinion and the generation of the

critical consciousness is paramount in a modern society, where mass media exert a growing fascination over the minds and the hearts shaping and building consensus. Thers, to reflect on the process of information production and on the relationship between the media and education is a task not to be delayed if we think of constructing citizenship. The critical reading of the media in a classroom is, therefore, part of the educational process and it requires an interdisciplinary work between educators and communicators.

Key-works: Media. Education. Citizenship.

No processo de leitura crítica da mídia, o exercício pleno de uma cidadania ativa só se configura no momento em que existe uma compreensão clara do papel da indústria cultural e do educador (professor e jornalista) como agentes mobilizadores e transformadores. Num momento em que a informação é vista como *business*, nada mais oportuno ao trabalho dos jornalistas e educadores do que assumirem uma postura realmente científica na tarefa de ajudar a interpretar a polissemia das vozes contidas na mídia, em lugar de apenas utilizá-las como fonte adicional de informação. Para que essa informação se transforme em conhecimento é essencial a percepção do *modus operandi* da mídia. Dessa forma será possível contribuir para decifrar as armadilhas do discurso competente presente na mídia pela voz de diferentes atores sociais representantes de diferentes segmentos e ideologias.

Utilizar as notícias veiculadas pela mídia no processo de aprendizado na sala de aula é uma exigência do mundo moderno e exige uma reflexão crítica permanente de seus leitores. Isso porque a informação é elaborada e reconstruída a partir de recortes e pontos de vista de múltiplos interlocutores. Decifrar o mundo vivido do mundo relatado e interpretado é parte inerente ao processo de educação com vistas à cidadania. Dessa forma, comunicadores e educadores estarão trabalhando para que a educação formal e a informal transformem-se, de fato, em educação plural.

Na leitura crítica da mídia, a linguagem constituída a partir de um “mundo editado” (Baccega, 1994:7), após passar por inúmeros “filtros”, encerra uma série de sentidos que precisam ser decodificados para serem apreendidos. É preciso ainda ficar atento à construção da linguagem e à ideologia presente em cada fala. Como mostra Santaella (1996: 330-331)

Toda linguagem é ideológica porque, ao refletir a realidade, ela necessariamente a retrata. (...) As linguagens que dão corpo às

Leitura crítica da mídia: educação para a cidadania

ideologias, na dimensão de cada cultura historicamente determinada, trazem inevitavelmente as marcas da posição política dos agentes sociais. (...) Não há linguagem possível, conseqüentemente, que não seja um feixe inicial de tensões políticas.

Conscientizar as pessoas por meio da mídia e com o apoio da escola, da família e do ambiente profissional é pressuposto para uma sociedade emancipada. Nesse sentido, o desenvolvimento de uma postura científica para saber captar, observar e analisar os fatos é aprender a “ler”, decodificar, decifrar, encontrar um sentido nas aparências. Procurar as causas e o contexto em que os fatos acontecem. É, ainda, perceber e entender as relações entre os fatos com um visão histórica e interdisciplinar.

O mito da objetividade da informação já foi há muito abandonado. Na prática, o ideal da objetividade é uma utopia perseguida, mas nunca alcançada, uma vez que, desde a coleta de dados, a observação dos fatos, do relato da declaração do outro à construção da notícia, inevitavelmente, ocorre uma construção de sentidos que vai além da realidade observada. A própria seleção do verbo introdutório da opinião relatada encerra sentido, como ensina Marcuschi (1991: 75,78 e 84). Para ele, a própria escolha do verbo utilizado no discurso jornalístico implica sua modalização e interpretação. “A hipótese que tento defender é a de que a ação dos verbos hierarquiza, reforça, discrimina, classifica etc, os autores das respectivas opiniões relatadas”. Ainda segundo Marcuschi, a neutralidade jornalística é impossível, porque “a parcialidade se dá na introdução do discurso alheio, seja como interpretação, seleção ou avaliação (...) Dessa forma, o termo “informação”, no caso da opinião informada, é sempre a apresentação de um discurso interpretado”.

Da mesma forma, a seleção dos verbos de opinião explicita e dá sentido ao discurso jornalístico. Koch (1996: 160) lembra que, “conforme postula Paulo Freire, o aluno necessita ser preparado para tornar-se o sujeito do ato de ler. Para tanto, é preciso que ele se torne apto a apreender a significação profunda dos textos em que se defronta, capacitando-se a reconstruí-los, a reiventá-los”.

Mas o ato da leitura não se dá de forma neutra. É preciso aprender a ler os múltiplos significados presentes na linguagem por meio da interpretação de suas marcas. Para a compreensão do texto, além das aparências, é necessário estar atento às marcas da enunciação que se encontram modalizadas por diferentes operadores argumentativos, cuja escolha determina o sentido pretendido pelo autor.

Aqui é importante recuperar a noção do caráter dialógico do discurso presente em Mikhail Bakhtin, para quem o discurso não é individual “porque se

constrói entre pelo menos dois interlocutores que, por sua vez, são seres sociais”, como explica Barros in Brait (1997:33).

Para que a leitura crítica da mídia, na sala de aula, se efetive, é fundamental, porém, seguir os ensinamentos de Freire (1996:15 e 25), para quem “*formar* é muito mais do que puramente *treinar* o educando no desempenho de destrezas” e “ensinar não é *transferir conhecimento*, mas criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção”. Para ele ensinar exige: rigorosidade metódica; pesquisa; respeito aos saberes dos educandos; criticidade; estética e ética; a corporificação das palavras pelo exemplo; risco; aceitação do novo e rejeição a qualquer forma de discriminação; reflexão crítica sobre a prática e o reconhecimento e a assunção da identidade cultural.

Para que a leitura crítica da mídia se efetive é preciso, portanto, entender o processo de produção e recepção da notícia, os múltiplos sentidos da linguagem levando em consideração os ensinamentos de Freire. Na verdade, como lembra Giroux (1986:32), “uma teoria da educação para a cidadania terá que combinar crítica histórica, reflexão crítica e ação social”. Ou ainda, como mostra Rousseau (1958:300), “formar o cidadão não é uma tarefa para um dia e, para contar com eles quando homens, é preciso instruí-lo ainda crianças”. O exercício da cidadania tão decantado no mundo moderno implica, portanto, aquisição de uma consciência social para poder realizar uma nova leitura da realidade e com isso transformar o indivíduo em sujeito histórico de seu tempo.

PAPEL DA MÍDIA

Os meios de comunicação interagem continuamente no cotidiano do cidadão. No imagiário popular, o que importa é como a mídia descreve, interpreta, fotografa e divulga o mundo. Se não saiu na mídia não aconteceu. A mídia pauta o mundo e forma ou deforma mentalidades. Mas qual seria o real papel da mídia? Para muitos tem função informativa e de entretenimento. Outros reconhecem seu potencial e papel educativo. Como funciona, porém, essa imensa indústria cultural que influencia diretamente o comportamento das pessoas? Como atua na construção de valores e crenças? Quais as diferenças fundamentais entre informação, conhecimento e opinião? Como construir uma opinião autônoma a partir das informações veiculadas na mídia? Qual o papel da escola na leitura crítica da mídia? O ponto de partida é compreender que, na mídia, o fato relatado é uma versão do fato observado. É um recorte frágil e distorcido da realidade.

Leitura crítica da mídia: educação para a cidadania

Na sociedade moderna, as múltiplas formas de transmissão de informação e o volume de dados veiculados instantaneamente, ao mesmo tempo em que democratiza o fluxo dificulta cada vez mais o processo de compreensão do receptor atordoado diante de múltiplas fontes de informação e ideologias associadas. As informações são selecionadas de acordo com os mais variados critérios: por meio das pessoas que as produzem - os jornalistas; os editores - responsáveis por sua publicação ou não e, finalmente, os empresários dos meios de comunicação, quase sempre representantes do poder, a quem servem de acordo com os interesses políticos e econômicos e não necessariamente segundo os princípios da responsabilidade social da informação.

O objetivo suposto da informação é a formação da opinião pública. Entretanto, a coletividade, em geral, pouca influência exerce na produção e seleção dessa informação, que nem sempre coincide com seus interesses e necessidades. Embora o discurso jornalístico pretenda descrever o real, não existe neutralidade da informação sequer na descrição desse real, que passa pela ótica do relator. Por outro lado, a fragilidade da notícia pode ocorrer também por determinação da linha editorial da empresa jornalística ou por deficiência na formação do jornalista, que não consegue articular o processo de produção da notícia a suas implicações sócio-econômicas e políticas. A fragmentação da informação termina, então, por comprometer a notícia, dificultando a compreensão e a percepção crítica da opinião pública.

A influência da mídia na formação da opinião pública tem sido objeto de vários estudiosos que atestam o poder daqueles que detêm a informação e particularmente dos que controlam os veículos de comunicação tais como: (Sodré, 1981), Caparelli (1982), Guareschi (1981), Herz (1991), Caldas (1988,1995), Almeida Filho (1976), Leal Filho (1988), Marcondes Filho (1984), Keane (1991), Bagdikian (1983), Gonzaga Mota (2002).

A divisão do saber é um problema fundamentalmente político e está diretamente vinculado à democratização do acesso aos meios de comunicação. Mas não basta o acesso, é necessário, também, o domínio desse saber. Foucault (1972) evidenciou a importância do saber nas relações de poder, desmitificando a neutralidade do conhecimento. Para ele, o discurso é o espaço do jogo estratégico e polêmico, razão pela qual não pode ser analisado simplesmente do ponto de vista lingüístico, como uma relação de dominação e de assujeitamento.

Referindo-se particularmente à mídia, van Dijk (1992) mostra que, em sociedades modernas, o acesso à mídia é, provavelmente, um dos instrumentos mais importantes de poder e domínio, face à enorme influência dos meios de comunicação de massa. Segundo ele, uma das tarefas cruciais da análise crítica

do discurso é justamente dar conta das relações entre discurso e poder social a partir de sua *práxis*.

A indústria cultural foi também analisada pelos teóricos da Escola de Frankfurt como Adorno e Horkheimer (1969), que estudaram as relações de dominação e de poder presentes nas sociedades capitalistas desenvolvidas. Eles apontaram, na época, a debilidade da sociedade civil em reagir aos aparelhos ideológicos do Estado, como reprodutores da ideologia dominante, cuja concepção foi elaborada por Althusser.

O conceito de ideologia de Althusser (1974) inclui como aparelho ideológico do Estado (AIE) o sistema de diferentes igrejas, o sistema político de que fazem parte os diferentes partidos, o sistema sindical, o sistema escolar e o sistema de informação (imprensa, rádio, televisão etc), que “funcionam de modo massivamente prevalente pela ideologia”. Gramsci (1979), por sua vez, colocou em evidência a função hegemônica do Estado e suas relações com a indústria cultural. Esses autores são fundamentais para se entender o papel hegemônico da indústria cultural e particularmente dos meios de comunicação.

O modelo de gestão capitalista da comunicação em que a informação é vista apenas como mercadoria contribui para uma nova forma de colonização social em que os cidadãos são meros consumidores. A mundialização dos hábitos e comportamentos em função da mudança da cultura livresca para a cultura midiática, imagética, resulta em armadilhas da informação compartilhada e na formação do pensamento uniforme.

Como explica Ramonet (1999: 8)

Essa máquina da comunicação moderna, acompanhada de uma volta dos monopólios, traz inquietação aos cidadãos, e com razão. Eles se lembram das advertências feitas outrora por George Orwell e Aldous Huxley contra o falso progresso do mundo administrado por uma polícia do pensamento. Eles temem a possibilidade de um condicionamento sutil das mentalidades em escala planetária. No grande esquema industrial concebido pelos donos das empresas de lazer, cada um constata que a informação é antes de tudo considerada uma mercadoria, e que esse caráter prevalece, de longe, sobre a missão fundamental da mídia: esclarecer e enriquecer o debate democrático.

Por outro lado, nas sociedades modernas, a teoria da dependência não mais se aplica, na sua totalidade, à comunicação. A complexidade da indústria cultural e suas intrincadas redes de poder exigem hoje análises interdisciplinares.

Leitura crítica da mídia: educação para a cidadania

No caso brasileiro, essa teoria pôde ser aplicada com maior ênfase, no período militar, quando os meios de comunicação estavam submetidos à censura prévia. Hoje, no entanto, a recepção da informação não se dá mais de forma inteiramente passiva face ao crescente processo de organização social. Entretanto, a credibilidade da informação passa pelo conhecimento dos grupos midiáticos e de suas relações com o poder político e econômico.

Não basta, portanto, ensinar os alunos a lerem as matérias veiculadas nos meios de comunicação para uma compreensão da realidade. É necessário, sobretudo para os jovens novos leitores e telespectadores cobiçados pelas empresas de comunicação, explicar que o mundo real é bem mais amplo, contraditório e complexo do que o enquadramento fugaz da notícia apresentado na tela da televisão, do computador ou das páginas de jornais e revistas; que o simulacro, a representação do real não podem ser substituídos pela experiência vivida e refletida. É a partir da análise dos discursos jornalísticos de cada segmento midiático e no confronto deles que se torna possível a compreensão das relações de poder.

Como mostra Certeau (1982:66-77), a articulação da história com um lugar dado é a condição de uma análise da sociedade.

Toda pesquisa historiográfica se articula em um lugar de produção sócio-econômico, político e cultural. Implica um meio de elaboração, que está circunscrito por determinações próprias: uma profissão liberal, um posto de observação ou de ensino, uma categoria de letrados etc. Ela está, pois, submetida a imposições, ligada a privilégios, enraizada em sua particularidade. É em função deste lugar que se instauram os métodos, que se delinea uma topografia de interesses, que os documentos e as questões, que lhes serão propostas, se organizam.

Para propiciar um entendimento claro do funcionamento da mídia é preciso formar leitores e telespectadores capazes de compreender o mundo em que vivemos. Um mundo caleidoscópico, que se apresenta em forma de mosaico sem nexos, que vive transfigurando e refigurando o espetáculo da vida como se confundisse com os reality shows, os big brothers que invadem cada vez mais as casas dos telespectadores.

Se é verdade que a multiplicidade e a segmentação de veículos traz novas opções de acesso à informação, observamos, também, novas e sofisticadas formas de controle da produção a partir da concentração crescente da indústria da comunicação. Nesse mundo multimídia em que tudo se articula, a fragmentação da informação para obedecer à lógica dos suportes midiáticos termina por confundir a opinião pública.

DE CIDADÃOS A CONSUMIDORES

No mundo midiático, digital, instantâneo, a informação é cada vez mais estilizada, pasteurizada e os fatos recortados da realidade sem nexos, sem contexto, sem passado, sem história, sem memória, numa destruição clara da temporalidade, como se o mundo fosse um eterno videoclipe. Dessa forma, mais confundem do que esclarecem e mais deformam do que formam. A indústria cultural ou da consciência precisa ser desvelada na sala de aula, onde é necessário entender que a mídia condiciona não *pelo* que informa, mas *como* informa.

Para acabar com o consenso fabricado é necessário redescobrir o mundo real. Não se trata aqui de demonizar o uso da mídia, mas entender claramente seus potenciais e limites. Trata-se de transformar os clientes em cidadãos, de acabar com o fetiche da mercadoria, da religião do consumo, da atualização do “*up grade*”, de deixarmos de ser zumbis culturais e nos transformarmos em cidadãos.

O exercício da cidadania passa, porém, pela compreensão dos conflitos naturais de interesses existentes entre os patrocinadores da mídia, que visam ao lucro, proprietários que buscam a preservação de suas relações de poder e os jornalistas, que lutam cotidianamente pela descrição e interpretação do real.

RECEPÇÃO CRÍTICA

A leitura e recepção crítica da mídia implica, portanto, saber ler, decodificar, interpretar e encontrar sentido nas aparências. Procurar as causas e o contexto do acontecido. Perceber as relações estruturais com uma visão histórica e interdisciplinar. Entender que as relações com os meios não se dão de maneira unívoca e que quem controla os meios tem o domínio de seus efeitos, daí a importância de múltiplas visões para a formação e conformação das opiniões.

O grande desafio da escola moderna é manter sua capacidade de educar as crianças e jovens para o mundo em que vivem, onde os apelos persuasivos da comunicação interferem diretamente no processo do aprendizado. É atuar junto aos alunos no processo de aprender a pensar. O aprendizado cidadão, que converte a informação em conhecimento, é fruto de reflexão, não se dá automaticamente pela repetição mecânica da informação apreendida, mas pela informação discutida, contextualizada, repensada, reelaborada, reconstruída. É a possibilidade de se transformar a sala de aula em produção do conhecimento, do aluno em autor como participante da re/construção da informação.

Leitura crítica da mídia: educação para a cidadania

Como lembra Baccega (1998: 8):

O conhecimento é um processo que prevê a condição de reelaborar o que vem como um "dado", possibilitando que não sejamos meros reprodutores; inclui a capacidade de elaborações novas, permitindo reconhecer, trazer à superfície o que ainda é virtual, o que, na sociedade, está ainda mal desenhado, com contornos borrados. Para tanto, o conhecimento prevê a construção de uma visão que totalize os fatos, inter-relacionando todas as esferas da sociedade, percebendo que o que está acontecendo com cada uma delas é resultado de uma dinâmica que faz com que todos interajam, dentro das possibilidades daquela formação social, naquele momento histórico; permite perceber, enfim, que os diversos fenômenos da vida social estabelecem suas relações tendo como referência a sociedade como um todo. Para tanto, as informações – fragmentadas – não são suficientes.

No processo de aquisição do aprendizado cidadão, os meios de comunicação são ferramentas importantes na sala de aula. Ao pesquisar conteúdos informativos veiculados na mídia, o aluno, sob a orientação do professor, poderá refletir sobre o mundo relatado e o mundo vivenciado. Saber ler, entender e questionar o autor, é essencial no mundo moderno. Como observa Demo (2001:89), "o aluno que aprende a pesquisar, aprende a aprender". A porta de entrada do conhecimento é, portanto, aprender a aprender, para aprender a pensar e a fazer sua própria história.

Como os meios de comunicação fazem parte de nosso cotidiano, é necessário aprender a lê-los para que a informação veiculada adquira um sentido histórico. Saber ler implica entender que a notícia é uma realidade construída e uma forma de conhecimento mediada por diferentes interlocutores. O conhecimento sistemático e formal é necessário, mas não garante a cidadania. O papel da escola vai além dos conteúdos programáticos prescritos em diferentes disciplinas. Passa pela articulação desse conhecimento com o contexto social em que vive o educando para que a informação ganhe sentido.

A leitura crítica da mídia exige educadores e comunicadores que ajudem os leitores a descobrirem o mundo fora das "telas" para a construção de um saber ao mesmo tempo coletivo e autônomo e de uma cidadania ativa e transformadora. A cidadania crítica num mundo desterritorializado, virtual, sem fronteiras, mediado pela comunicação digital, que transforma os fatos, as relações, os processos, em imensos hipertextos, implica um olhar político, participativo. Dessa forma estaremos nos transformando em historiadores do cotidiano e sujeitos de nossa própria história.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTHUSSER, L. *Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado*. Lisboa. Ed. Presença-Martins Fontes, 1975.
- BAGDIKIAN, H. Bem. *The Media Monopoly*. USA: Beacon Press, 1983.
- BACCEGA, Maria Aparecida. *Comunicação e Linguagem*. Discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.
- BRAIT, Beth (org.). *Bakhtin, dialogismo e construção do sentido*. Campinas: Ed. Unicamp, 1997.
- CALDAS, Graça. *Comunicação Educação e Cidadania: o papel do jornalismo científico*. In *Produção e Circulação do Conhecimento*, v. 2, GUIMARÃES, Eduardo (org.), Campinas: Ed. Pontes, 2002.
- CALDAS, Graça *O Discurso Nuclear no Brasil*. Dissertação de Mestrado. UESP, São Bernardo do Campo: 1988.
- CALDAS, Graça. *O Latifúndio do Ar: Mídia e Poder na Nova República*. ECA/USP, São Paulo: Tese de Doutorado, 1995.
- CAPARELLI, Sergio. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982.
- CERTEAU, Michel de. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense, 1982.
- Código de Ética do Jornalista Brasileiro: Site do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo. <www.sjisp.org.br>
- DEMO, Pedro. *Conhecimento moderno: sobre ética e intervenção do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- DEMO, Pedro. *Saber pensar: Guia da Escola Cidadã-Instituto Paulo Freire 6*. São Paulo: Cortez, 2001.
- FARIA, Maria Alice e ZACHETTA Jr, Juvenal. *Para ler e fazer o jornal na sala de aula*. São Paulo: Contexto, 2002.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Autonomia*. Saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- GIROUX, Henry. *Teoria crítica e resistência em educação*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- GRAMSCI, Antonio. *Os intelectuais e a Organização da Cultura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.
- GUARESCHI, Pedrinho.(org.). *Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética*. Petrópolis, Petrópolis: Vozes, 2000.

Leitura crítica da mídia: educação para a cidadania

- HERZ, Daniel. *A história secreta da Rede Globo*. Porto Alegre: Ortiz S/A, 1991.
- HORKHEIMER, W e ADORNO, Theodor W. *A indústria cultural*. In Costa Lima, Luiz (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Saga, 1969.
- KOCH, Ingedore G. Villaça. *Argumentação e Linguagem*. São Paulo: Cortez, 1996.
- MACONDES Filho, Ciro (org.). *Imprensa e Capitalismo*. São Paulo: Kairós, 1984.
- MARCUSCHI, Luiz Antonio. A ação dos verbos introdutórios de opinião. In *Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo: ano XIV, nº 64, janeiro/julho de 1991.
- RAMONET, Ignacio. *A tirania da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Obras completas*. Porto Alegre: Globo, 1958.
- SANTAELLA, Lúcia. *Produção de linguagem e ideologia*. São Paulo: Cortez, 1996.
- SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala. Função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1981.
- VAN DIJK. T.A. *News as Discourse*. Hillsdale, NJ. Erlbaum, 1988.

MÚSICA POP, ESPETÁCULO E MITO: QUESTÕES DE TEMPO E ESPAÇO

Herom VARGAS

Professor nos cursos de Comunicação na
Universidade Metodista de
São Paulo e IMES-São Caetano do Sul

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de analisar as ligações entre os espetáculos contemporâneos de rock e música pop e os rituais míticos nos aspectos referentes à percepção e configuração do tempo e do espaço. Trataremos de uma semiótica da música pop, priorizando a análise dos elementos que envolvem a cena do show e sua estrutura de sentido. A argumentação se guiará pelos conceitos de espaço e tempo operativos e pelos estudos sobre a estrutura do mito realizados por Mircea Eliade e Eleazar Meletinsky.

Palavras-Chave: *Rock. Música pop. Espetáculo. Mito.*

ABSTRACT

This article aims at analysing the connections between rock and pop music contemporary spectacles and mythical rituals as far as time and space perception and configuration are concerned. Pop music semiotics will be dealt with, the analysis of those elements that involve the show scene and its meaning structure will be given priority. The discussion will follow operating space and time concepts and the studies of myth structure made by Mircea Eliade and Eleazan Meletinsky.

Key-words: *Rock. Pop Music. Spectacle. Myth.*

As semelhanças entre os espetáculos musicais, em especial os de rock e música pop, e as cerimônias rituais mítico-religiosas são facilmente detectadas no âmbito formal. Os aspectos mais evidentes referem-se ao músico no palco em um nível de altura acima da platéia, ao ambiente muitas vezes fechado e com uma decoração específica e ao público, com a atenção voltada para o palco e o artista à sua frente.

Carlos Calado (1990: 24), citando Jean Duvignaud, aponta três aspectos básicos do liame entre o jazz e o cerimonial:

“... a ‘solenidade do lugar’, que garante a credibilidade ao evento; a separação espacial entre atores e público, como se os atores fizessem parte de um mundo sagrado; e, finalmente, a particularidade da língua falada no teatro (...) que se contrapõe à linguagem comum dos espectadores.”

Sendo apenas formais, tais aspectos cênicos aparecem nessa comparação de forma extremamente imediata, deixando de fora questões importantes como as correlações entre esse formato e os aspectos de espaço, tempo, êxtase, tipo de fruição e a mitificação do artista, elementos tão significativos na estruturação do ritual quanto os ligados aos aspectos formais.

A aproximação do cerimonial religioso com o teatro já é muito antiga. Na verdade, as raízes do teatro encontram-se vinculadas a processos religiosos. Na Grécia antiga, a tragédia marcou suas origens míticas nas manifestações de Dioniso e dos sátiros embriagados pelo vinho dançando ao seu redor (Brandão, 1984). O desenvolvimento posterior do teatro marcou uma constante separação dessa origem e ampliou sua autonomia fazendo surgir o que chamamos modernamente de “artes dramáticas”. No “ritual” do teatro, separa-se de maneira clara o que é religioso do que é artístico, mesmo que na forma mantenham-se várias semelhanças. No teatro percebe-se muito mais o texto, a cenografia, a atuação dos atores e outros elementos constitutivos da linguagem cênica, do que os dados ligados às questões simbólicas cerimoniais. Se no ritual mítico encena-se um fato “verdadeiro” acontecido num tempo pregresso, nas origens do mundo (Eliade 1989 e 1992), no teatro constrói-se um duplo da vida real, uma figuração sabidamente falsa da realidade, apesar de todas as técnicas dramáticas do naturalismo e de boa parte do público reconhecer-se nas cenas apresentadas.

É possível abrimos um parêntese para dizer que não é assim em todo teatro, sobretudo se pensarmos nas experiências das vanguardas com um teatro mais performático, no qual o naturalismo tradicional cede lugar a apresentações mais catárticas e o experimentalismo em relação às linguagens extrapola o simples

Música pop, espetáculo e mito: questões de tempo e espaço

“ilusionismo” da cena. Vide, como exemplo, as manifestações dadaístas e surrealistas do início do século.

No caso do espetáculo de música pop há um diferencial significativo. As pessoas (na maior parte jovens) vão aos shows no intuito de presenciarem um evento em nada realista, quase mágico, onde o naturalismo ou a figuratividade (para tratarmos nos termos da visualidade espetacular) não encontram espaço exato e concreto. Sabe-se que os músicos são pessoas de carne e osso, mas há artifícios que anulam essa sensação de concretude e que demonstram um forte processo de mitificação do artista: sua imagem física se transforma (é exemplar o caso de rara excentricidade das alterações físicas de Michael Jackson), suas roupas são incomuns, o gestual não é aquele repetido cotidianamente, o microfone e os instrumentos que empunham transformam-se em objetos “mágicos” orientadores do processo ritual, suas vidas cotidianas são envolvidas em mistérios e idiossincrasias etc. A separação espacial entre palco e platéia, a distância simbólica imposta pela mídia e todos os efeitos visuais e de iluminação no espetáculo favorecem esse processo de mitificação, que, no teatro e nas artes cênicas, não ocorre do mesmo jeito – a não ser, obviamente, se algum espetáculo teatral tomar essa forma específica como proposta cênica.

O espetáculo possui artifícios de forte identificação entre artista e público que, em geral, não passam pela identificação naturalista de um personagem no sentido dramático tradicional. O personagem pressupõe um substrato de existência concreta e identifica-se com algo já existente – é sua *persona* (no teatro grego antigo, era a máscara utilizada pelo ator para definir o personagem e seu estado emocional de tristeza, alegria, susto), seus objetos e ações. No caso do músico no espetáculo, a identificação passa pela sua presença quase como um ídolo totêmico, modelo mítico de herói a servir como referencial ideológico e comportamental, até chegar à fruição do espetáculo-ritual baseada no êxtase corpóreo, na dança e no frenesi visual de efeitos, luzes, cores e movimentos. Quanto à concepção do músico como ídolo, é possível detectar as alterações nos comportamentos cotidianos, nas vestimentas e nas visões de mundo provocadas pela imitação que a juventude faz dele, numa tentativa de aproximar-se desse herói. Trata-se de um fenômeno de sacralização da figura humana, que se transforma em uma referência ética. Como constata Barthes (1989: 20), quando comenta o espetáculo de massa do *catch*, conhecido no Brasil como “luta livre”: “No ringue, e no mais profundo da sua ignomínia voluntária, os lutadores são deuses, porque são durante alguns instantes a chave que abre a Natureza, o gesto puro que separa o Bem do Mal e desvenda a figura de uma Justiça enfim inteligível.”

Nosso objetivo, neste artigo, é mapear as ligações estabelecidas entre o espetáculo na música pop e os rituais míticos, principalmente no que se refere às

questões de percepção do tempo e do espaço. E isso porque normalmente se vê apenas as relações formais mais imediatas entre o espetáculo e um evento cerimonial, teatral. Esse imediatismo se justifica pelos limites que a forma cerimonial enseja. Não que esteja errado, pois os aspectos de teatralidade são presentes e importantes. No entanto, há detalhes encobertos por essa visão que outro enfoque poderia fazer aparecer mais claramente.

Carlos Calado (1990) analisa a música popular como espetáculo cênico discutindo o jazz como música visual e espetacular por natureza. O interesse do autor encontra-se nos vínculos formais traçados por esse gênero musical com o teatro. Calado indica não só os aspectos cênicos formais do artista no palco, mas também a performance, as roupas, os "personagens" encampados pelos músicos dentro das várias fases pelas quais passou o jazz desde o início do século até hoje. A pesquisa é original e consegue dar conta de várias fases do gênero e suas relações com determinado estilo de espetáculo, indo da mera presença do músico no palco em sua expressão individual, como no jazz tradicional, até o estabelecimento de um verdadeiro personagem com sua performance e suas roupas, como no jazz contemporâneo.

Para nosso objetivo, o trabalho de Calado possui limites. O autor está interessado no espetáculo apenas como configuração cênico-dramática, o que os rituais míticos extrapolam por suas próprias categorias culturais e semióticas. Se pensarmos nos aspectos simbólicos e nas relações de sentido que os indivíduos travam com o universo mítico, os dados formais da cena do espetáculo tornam-se superficiais. Assim, ao tratar de uma semiótica da música pop, pensando esse gênero não somente pelas análises musicais e/ou literárias (práticas muito comuns dentro dos estudos sobre música popular¹), mas nas interfaces entre letra e o texto sonoro e espetacular, fundamental é aprofundar a análise dos aspectos que envolvem a cena e sua estrutura de sentido, não descartando sua construção enquanto uma conjunção de elementos simbólicos próximos dos rituais míticos.

Daí nossa proposta de tentar entender os fenômenos da percepção do tempo e do espaço ritual (fruição, dimensionamento, dinâmica etc.) no momento do show, utilizando as concepções de mito trabalhadas por Mircea Eliade (1989 e 1992) e Eleazar Meletinsky (1987).

RITUAL, MITO E SOCIEDADE

Há uma visão "apocalíptica" que trata os shows musicais contemporâneos como eventos de extração fascista, nos quais as pessoas e suas individualidades sucumbem às determinações das massas seguindo cegamente seus ídolos não só

Música pop, espetáculo e mito: questões de tempo e espaço

nas roupas e gestos, mas também em seus ideais e visão de mundo. Um raciocínio análogo faz-se com relação aos meios de comunicação de massa, entendidos como instrumentos bestializadores da existência individual reduzindo as consciências individuais a uma média amorfa e acrítica. Este último argumento, típico de alguns teóricos da chamada Escola de Frankfurt, já foi amplamente criticado. Não nos referimos à crítica superficial daqueles que Umberto Eco (1990) chamou de “integrados”, mas àqueles que desvendam possibilidades crítico-criativas dentro e a partir dos meios de comunicação.

Assim, ver os espetáculos de música pop apenas nos aspectos massificadores é ser tão “apocalíptico” como os “frankfurtianos”. É claro que os espetáculos, assim como os rituais e o próprio mito, servem como mantenedores da ordem social, mas sempre em consonância com a sociedade que cria esses mesmos mitos e rituais. Esse dado funcional do mito foi descrito por vários teóricos. Meletinsky (1987: 197) diz que o “... mito explica e sanciona a ordem social e cósmica vigente numa concepção de mito própria de uma dada cultura e explica ao homem o próprio homem e o mundo que o cerca para manter essa ordem.” E conclui que “... um dos meios práticos dessa manutenção da ordem é a reprodução dos mitos em rituais que se repetem regularmente.”

Já Mircea Eliade (1992) trata os mitos como arquétipos, paradigmas que os homens criam e procuram seguir para construir um todo social e simbólico harmônico, em que se estabelece, sobretudo nos mitos cosmogônicos, a transformação do caos primordial – das “trevas” e da desordem – em um cosmo organizado – em “luz” e ordem.

Na verdade, todos os tipos de rituais míticos servem, uns mais e outros menos, para uma certa conformação razoavelmente ordenada da sociedade. Os espetáculos não fogem a essa regra. Ao contrário, fazem desse conceito uma chave fundamental para sua existência. A cultura de massas, constituindo a *cultura* ocidental contemporânea (Eco 1990), utiliza esse aspecto como padrão de controle social e de retorno lucrativo para a indústria cultural. Mas, ao mesmo tempo, não podemos tratar essa aparente imobilidade de forma fechada impedindo possíveis alterações nesses padrões. Como todo mito é “profundamente social e até mesmo sociocêntrico” (Meletinsky 1987: 197) e como em todas as sociedades é comum a existência de vários graus de anormalidades, distorções de comportamento ou erros na transmissão de informações, até os mitos são aptos a se ajustarem às flutuações que a todo momento sacodem as estruturas supostamente coesas da ordem.

Nesse caso, é fundamental termos uma noção mais fluída sobre a funcionalidade do ritual e as dinâmicas do mito e do próprio ser humano. Se nas

marcas evolutivas do homem o *erro* encontra-se sempre presente, como é o caso das mutações genéticas (erro que promove uma alteração nem sempre negativa para a escala evolutiva - Morin 1988), então os mitos e rituais também se ligam, em forma e conteúdo simbólicos, a essa fluência muitas vezes errática.

Com o espetáculo, é possível trabalharmos com tais possibilidades. Admiti-lo de maneira dualista como ordem ou desordem é um tipo de raciocínio superficial. Incluí-lo no erro, no estranho e, ao mesmo tempo, num constante movimento de busca de ordenação, mesmo que relativa, transitória ou fugaz, é uma possibilidade de análise mais positiva.

Assim, afirmar que a estrutura espetacular é massificada e fascista significa manter o tom “apocalíptico” e ignorar o que ela proporciona ao homem contemporâneo em termos de experiência sensorial, privilegiando uma fruição mais epidérmica, catártica e superficial, comportamento esse qualificado por alguns como *pós-moderno* (Jameson 1997; Baudrillard, 1993; Santos, 1986). As análises “apocalípticas” quase nunca definem seus objetos por categorias desse tipo. Procuram enquadrá-los em suportes conceituais mais fechados, impossibilitando o erro, a dubiedade, a manifestação surrupiante do corpo. Por isso, conseguem no máximo detectar, como apontamos, os aspectos mais imediatamente formais do espetáculo enquanto um cerimonial, sobretudo porque rendem-se com menos força às amarras das análises mais racionalizantes.

O que se coloca a nós é como desvendar elementos menos aptos a esses esquadrinhamentos. As questões do tempo e do espaço no espetáculo pop nas confluências com o mito e suas respectivas percepções nos parecem um fio condutor fundamental, pois, se escapamos um pouco dos estudos meramente formais, ampliamos a discussão de uma semiótica do espetáculo e da música pop, gênero musical contemporâneo visual e corporal por excelência.

ESPAÇO E TEMPO OPERATIVOS

Um dos estratos mítico-ritualísticos recuperados pelo espetáculo pop são as configurações do tempo e do espaço. Para introduzir nossa argumentação, sugerimos a citação de um trecho de Junito de Souza Brandão (1984: 11) sobre as origens míticas da tragédia grega:

“... os devotos de Dioniso, após a dança vertiginosa (...), caíam desfalecidos. Nesse estado acreditavam sair de si pelo processo do (...) ‘ékstasis’, êxtase. Esse sair de si, numa superação da condição humana, implicava num mergulho em Dioniso e este no seu adorador

Música pop, espetáculo e mito: questões de tempo e espaço

pelo processo do (...) 'enthusiasmós', entusiasmo. O homem, simples mortal, (...), 'ánthropos', em êxtase e entusiasmo, comungando com a imortalidade, tornava-se (...) 'anér', isto é, um herói, um varão que ultrapassou o (...) 'métron', a medida de cada um. Tendo ultrapassado o métron, o anér é, ipso facto, um (...) 'hypocrités', quer dizer, aquele que responde em êxtase e entusiasmo, isto é, o ATOR, um outro" (os grifos são originais).

O trecho indica o processo de envolvimento do ator promovido pela dança estática, fazendo-o transcender sua condição humana pela incorporação do vinho e de Dioniso. O fato de ele "sair de si", ultrapassar seus limites físicos individuais, redundando em uma revisão radical das suas condições concretas de vida e existência. O ritual aponta para essa revisão à medida que impõe novas condições de existência dentro do momento ritualístico, inibindo condicionamentos ou exacerbando novas sensibilidades. Os aspectos do tempo e do espaço – dimensionamento, dinâmica, percepção, exploração, ultrapassagem, distração – são alguns elementos que participam dessa revisão.

O espaço partilhado pelo indivíduo no ritual está limitado pela definição de um *espaço operativo* onde o cerimonial se efetiva. O fato de ser *operativo* significa, em primeiro lugar, que todos os objetos e conceitos inscritos nesse local são incorporados e transformados de acordo com o que o ritual define como importante para sua manutenção e, conseqüentemente, a sociedade estabelece como simbolicamente fundamental para sua existência. Os objetos corriqueiros e cotidianos utilizados freqüentemente de forma funcional são transformados e ganham um valor devido à sua inserção no ritual. O grau de valor imputado a tais objetos depende diretamente de sua presença e do tipo de participação realizada no ritual.

É para isso que Eliade (1992: 17-18) chama a atenção quando fala no processo de "saturação do ser" que perpassa os objetos nos rituais:

"Os objetos ou atos adquirem valor e, ao fazer isso, tornam-se reais, porque participam, de uma forma ou outra, de uma realidade que os transcende. (...) O objeto surge como receptáculo de uma força exterior que o diferencia de seu próprio meio e lhe dá significado e valor."

Em segundo lugar, essa *operatividade* se dá pela transformação do espaço profano, cotidiano, em espaço ligado ao ritual, conferindo-lhe um grau de sacralização que não é compartilhado com quaisquer outros locais.

Assim, esse espaço operativo – junto com os objetos e atos inerentes a ele – qualifica-se a partir da presença de uma determinada preparação que o

transforma de espaço profano em ritualístico. Essa transformação se baseia na determinação do *centro* que define, orienta e dá valor aos objetos e pessoas circunscritos pelo espaço ritualístico de acordo com a posição ocupada em relação ao centro do ritual. Definir-lhe o centro significa elevar o lugar a uma posição de destaque, nicho do território a ser protegido, diferenciado, e onde vigoram apenas as leis específicas da existência espetacular: os limites físicos do lugar, a dança estática, uma singular simbologia visual, determinada fluência do tempo. Daí a importância real da definição do centro como marca concreta e real, pois mantém e dá sentido à vida da comunidade: “Chegar ao centro equivale a uma consagração, uma iniciação; a existência profana e ilusória de ontem dá lugar a uma nova, a uma vida que é real, duradoura, eficiente” (Eliade 1992: 27).

No espetáculo, a definição do espaço profano em um *topos* ritualístico se dá praticamente da mesma forma. A escolha do local, sua delimitação e preparação tendo em vista o “cerimonial” são procedimentos sacralizadores do espaço profano. Há lugares específicos para isso, onde a própria construção e existência já lhe dão a configuração mítica do ritual. Mesmo assim, um teatro ou praça pública podem ser transformados em palco e platéia, bastando para isso que seus parâmetros espaciais sejam adaptados, definitiva ou temporariamente. Após determinado o local, ele se transforma em modelo, referencial dos acontecimentos musicais e comportamentais em seu raio simbólico de ação. Transformado em ponto de referência, esse espaço torna-se “sagrado”, “supremo”, não como “melhor”, “evoluído” ou “superior”, mas no intuito de estabelecer ou simplesmente reafirmar os paradigmas mais gerais da sociedade, suas possibilidades e limites.

Ao compartilharem desse *topos* singular, a partir da dança especificamente, os indivíduos mudam seus figurinos, modificam seus comportamentos pela cadência rítmica, mobilizam músculos, articulações e posições impossíveis na vida cotidiana, embriagam-se para comungar o êxtase, ultrapassam suas medidas e forçam seus próprios limites. O metabolismo dos corpos modifica-se inevitavelmente, pois a fruição orgânica do evento supera os padrões racionais de contemplação. O corpo é tomado pelo andamento e pelo alto volume das músicas, a sensibilidade epidérmica vem à tona, o suor aflora e a circulação sanguínea intensifica seu fluxo. O corpo em dança não encontra limites nem em si próprio e nem em seu entorno. Ele se movimenta até onde a dinâmica frenética e desmedida de seus membros o pode levar. O contato ou o choque com outro corpo é parte dessa vivência. Sua fronteira de existência – o “ser” – é a fronteira do espetáculo.

A esse respeito, é possível pensar nas danças em shows de *punk rock*, nas quais os “espectadores” pulam juntos esbarrando-se uns nos outros, até de maneira violenta. São “espectadores” porque não se trata do espectador que apenas

Música pop, espetáculo e mito: questões de tempo e espaço

vê, mas daquele que reage fisicamente ao som. Definitivamente, a visão não é mais o único sentido humano potencializado no espetáculo. Veja, por exemplo, a dança *pogo*, inventada por Sid Vicious, baixista do grupo *punk* Sex Pistols: "... arrancar as correntes e dançar segurando-as fortemente na mão e dando correntadas diretas em volta de seu espaço" (Bivar, 1982: 60).

Radicalizando a argumentação, poderíamos propor que na entrada dos shows se inscrevesse a palavra *saída*, pois adentrar esse espaço operativo significa muito mais *sair* do espaço profano da vida, do caos, e comungar com o sagrado, ultrapassando os limites do corpo, no cosmos organizado.

Eliade indica que esse processo de transformação do caos em cosmos, ou seja, do espaço profano em sagrado, tem a ver com um *retorno* ou forma de recuperação do ato primordial, iniciador da sociedade, e que encontra no ritual uma maneira de reconstituí-lo. Um processo paralelo e conseqüente ocorre com o tempo. No ritual, segundo Eliade (1992: 28-29),

"... cada espaço consagrado coincide com o centro do mundo, da mesma forma que a hora de qualquer ritual coincide com o momento mítico do 'princípio'. Através da repetição do ato cosmogônico, o momento concreto, no qual a construção tem lugar, é projetado para o tempo mítico, in illo tempore, quando ocorreu a fundação do mundo. Assim, a realidade e a durabilidade de uma construção ficam garantidas, não apenas pela transformação do espaço profano em espaço transcendental (o Centro), mas também pela transformação do tempo concreto em tempo mítico."

No ritual, sendo repetição figurada e simbólica de uma cosmogonia, apesar de entendida como real, o tempo concreto seqüencial e sua sensação individual e social ficam suspensos. A linearidade temporal irreversível comum ao tempo histórico – tipo passado-presente-futuro – é desmantelada em prol do tempo ancestral de recuperação constante dos "primórdios", de constante regresso ao que caracteriza o tempo mítico. Se o ritual, por um lado, retomando o instante da criação, interrompe o momento por nós entendido como presente, por outro, instaura com a cerimônia um estado de *presente contínuo*, tornando esse tempo *operativo* juntamente com o espaço ritualístico, ou seja, valorado conforme o ritual. Assim, o tempo mítico do ritual mostra-se mais como efetivação da forma cíclica do "eterno retorno". A sociedade, no intuito de manter a coesão e as estruturas reais e simbólicas, reforça, pelo ritual, a sensação do presente contínuo demonstrado pelos rituais de origem. O "retorno" constante desenvolve os ciclos de vida – lunares, por exemplo – que estruturam a sociedade, numa tentativa de eliminar o tempo profano caracterizado como irreversível e linear – histórico – e instaurar nesses momentos ritualísticos uma contração de temporalidades e um

quase absoluto congelamento do momento, transformando sua aparente fluência retilínea numa sensação de suspensão momentânea ou de dinâmica cíclica.

“Esse eterno retorno revela uma ontologia não contaminada pelo tempo e pela transformação. Do mesmo modo como faziam os gregos, (...) também faziam os primitivos, conferindo ao tempo uma direção cíclica, anulando assim sua irreversibilidade. Tudo começa de novo, no princípio, a cada instante. O passado nada mais é do que uma prefiguração do futuro. Nenhum acontecimento é irreversível, e nenhuma transformação é final. (...) O tempo só torna possível o aparecimento e a existência das coisas. Não exerce uma influência final sobre sua existência, já que, ele próprio, passa por uma constante regeneração” (Eliade 1992: 79-80).

MITO: DO CENTRO AO MOSAICO

Podemos fazer duas objeções a essa idéia da substituição do tempo histórico pelo cíclico. Por um lado, é errôneo entender o tempo histórico como simplesmente linear. Ligada ao pensamento positivista do século XIX, essa visão apaga inter-relações de paradigmas e nuances entre ocorrências semelhantes em locais distintos. Ela mantém também os aspectos teleológicos presentes na teoria hegeliana da história vista como realização empírica do Espírito.

Por outro, conforme Meletinsky (1987: 206), não se pode deduzir

“... que a mitologia seja um instrumento de luta, de superação da história e do tempo histórico profano (...). A própria oposição entre sagrado e profano não é absoluta: no modelo extremamente estático de época mítica há traços de uma concepção sincrética do tempo como esfera da causalidade (...), como campo da oposição elementar entre o ‘antes’ e o ‘agora’, o passado e o presente” (o grifo é nosso).

Meletinski (1987: 206) conclui ainda que tal concepção “... é uma extrema modernização que está em consonância com certa posição filosófica anti-histórica do século XX”.

Contudo, apesar das objeções, é inegável que a tese de Mircea Eliade dá um grande passo na interpretação da estrutura de sentido dos rituais míticos e, no nosso caso, um auxílio na análise dos espetáculos contemporâneos de música pop. Se alterarmos levemente o foco e atentarmos para uma determinada percepção ou sensação do tempo, é lícito identificarmos formas diferenciais de sensibilidade coletiva no espetáculo. A noção de tempo condensado, suspenso, cíclico e/ou

Música pop, espetáculo e mito: questões de tempo e espaço

como presente contínuo coaduna-se com o ritual exatamente por compartilhar o aspecto operativo que toma conta do espaço ritualístico. É essa fruição do tempo que dá ao ritual a nova conformação do espaço, dos objetos e atos que compreende.

No espetáculo, a fluência do tempo se dá de maneira muito próxima à utilização do espaço. Quando se entra no espetáculo e começa-se a perceber os sons (volumes, dinâmicas e texturas), os movimentos e as imagens figuradas no palco e na plateia, o indivíduo tende a ser arrebatado de sua normalidade. O tempo não se estrutura de acordo com a profusão linear, compasso a compasso, dos sons nas músicas, nem muito menos como a simples seqüência de canções do show. A concepção de tempo em jogo é a da fruição física sem limites, de uma fluência desmedida. O corpo em dança não se dá conta da passagem dos segundos e minutos, como também não discerne o espaço que seus movimentos abarca. As temporalidades passam a ser sentidas pelas batidas cardíacas, pelo fluxo sangüíneo, de maneira distraída. Os aspectos de linearidade resumem-se simplesmente às seqüências do fluxo e do metabolismo corporal e não ao tempo do tipo histórico.

É possível, ainda, dizer que há uma *compressão de momentos*, pois a suspensão da configuração linear promove a forma cíclica, condensando as múltiplas temporalidades em um *eterno presente*, fruto da intensa valoração promovida pela operatividade que o espetáculo causa ao tempo. Podemos também, como hipótese, pensar na superação da forma cíclica: se concebemos que essa conformação tende a uma situação acabada e racional – as idéias de regularidade e harmonia do círculo –, é fácil entendermos a constante condensação dos momentos em um *mosaico*, forma mais fluente, menos regular e, por isso, móvel e criativa. Voltando à idéia de que o mito subentende não a absolutização da ordem, mas, como produção humana, incorpora dados erráticos, podemos entender o tempo mítico como *mosaico* que implode a noção funcional de espetáculo como ritual, pois subentende um conceito menos estático de mito em que não se encontram aspectos de regularidade e harmonia.

Por fim, afirmamos que a *distração* promove a suspensão da percepção tradicional do tempo e do espaço e dá lugar a um eterno e constante prazer, numa ação de simples manutenção dos movimentos. Assim, se o espaço é transfigurado e suas fronteiras colocadas em xeque, se os músculos e suas capacidades são colocados à prova, se até a lei natural da gravidade é arranhada pelas tentativas lúdicas do corpo em superá-la, a percepção linear das temporalidades cai por terra à medida que o êxtase toma conta dessa fruição imediata do tempo.

NOTA

(1) Como os importantes estudos de Luiz Tatit (1987 e 1996) e José Miguel Wisnik (1979/80).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland. *Mitologias*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- BAUDRILLARD, Jean. *À Sombra das Maiorias Silenciosas*. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- BIVAR, Antonio. *O Que é Punk*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BRANDÃO, Junito de Souza. *Teatro Grego: tragédia e comédia*. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1984.
- CALADO, Carlos. *O Jazz como Espetáculo*. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. 4ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- ELIADE, Mircea. *Aspectos do Mito*. Lisboa: Edições 70, 1989.
- ELIADE, Mircea. *O Mito do Eterno Retorno*. São Paulo: Mercury, 1992.
- JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1997.
- MELETINSKY, Eleazar. *A Poética do Mito*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- MORIN, Edgar. *O Paradigma Perdido: a natureza humana*. 4ª ed. Lisboa: Europa-América, 1988.
- SANTOS, Jair Ferreira dos. *O Que é Pós-Moderno*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- TATIT, Luis. *A Canção, Eficácia e Encanto*. 2ª ed. São Paulo: Atual, 1987.
- WISNIK, José Miguel. *O Minuto e o Milênio ou Por Favor, Professor, uma Década de Cada Vez*. In: BAHIANA, Ana M. e outros. *Anos 70: Música Popular*. Rio de Janeiro: Europa, 1979/80.

A PRESENÇA HUMANA EM “O GABINETE DO DR. CALIGARI” E “NOSFERATU”

João André Brito GARBOGGINI
Professor na Faculdade de Publicidade e
Propaganda da PUC-Campinas

RESUMO

Este artigo objetiva analisar aspectos de duas obras cinematográficas do chamado cinema expressionista alemão: “O Gabinete do Dr. Caligari” e “Nosferatu”. Inicialmente, a idéia é fazer uma sucinta explanação sobre o movimento artístico conhecido como Expressionismo, contextualizando-o no cenário europeu do começo do século XX e situando, no universo das artes, a existência de uma cinematografia expressionista alemã, que foi de grande importância para o desenvolvimento da história do cinema. Num segundo momento, será feita uma breve análise de cada filme, procurando detectar em sua composição a presença de elementos expressionistas, as diferenças entre estes em cada um, de acordo com o enfoque proposto por seus autores/realizadores. A conclusão consistirá em uma visão da importância da presença humana no cinema e de como ela é elaborada em cada um dos filmes analisados.

Palavras-chave: Cinema. Expressionismo. Alemanha.

ABSTRACT

This paper aims at analysing some respects of two works of the so-called German expressionist cinema: “O Gabinete do Dr.

Caligari" (*Dr. Caligari 's Office*) and "*Nosferatu*". Firstly, the idea is to make a brief explanation about the artistic movement known as Expressionism, placing it in the European background of the beginning of the Twentieth Century and the realm of the arts, the existence of a German expressionist cinematography, which represented an important role in the development of cinema history. Secondly, a brief analysis of each film will be made, trying to spot in each one the presence of expressionist elements, their differences according to the point of view of their authors. The conclusion is an insight of the importance of the human presence in the cinema and how it is worked in each one of the films under analysis.

Key-words: Cinema. Expressionism. Germany.

VISÃO DO EXPRESSIONISMO ALEMÃO NO CINEMA

O termo expressionismo, como definidor de um movimento artístico modernista, nasceu nas artes plásticas e não tinha inicialmente conotações literárias. Foi utilizado primeiramente para designar oito quadros expostos pelo pintor dileitante *Julien Auguste Hervé* no *Salon des Indépendants*, em Paris em 1901¹.

Na Alemanha, o termo foi utilizado pela primeira vez em Abril de 1911, no prefácio ao catálogo da 22ª exposição da *Berliner Sezession*, caracterizando um grupo de jovens pintores franceses, que incluía também Picasso, Braque e Dufy. No final desse ano, o termo passou a ser aplicado a qualquer pintor que se colocasse contra o impressionismo.

O expressionismo passou a ser aceito e assumido por críticos e artistas a partir de 1913, estabelecendo-se como movimento literário entre 1914 e 1915. Inicialmente, os chamados expressionistas não possuíam uma ideologia coletiva e nem mesmo um nome próprio. Apesar disso, o termo começou a englobar muitos representantes dos diversos campos artísticos: literatura, teatro, pintura, arquitetura, cinema, tornando complexa sua definição. Arrefecidos os entusiasmos iniciais e os exageros teóricos, ficaram claras as intenções destrutivas dos expressionistas: a demolição de uma imagem sublime do mundo, o ódio à sociedade burguesa, a visão contrária às instituições do capitalismo industrial que deturpavam a natureza humana, a crença na revolução como um ato interior, do espírito, que instaura o poder criativo do homem. O fenômeno expressionista tornou-se essencialmente alemão e daí irradiou-se para o mundo.

A presença humana em "O gabinete do Dr. Caligari" e "Nosferatu"

O grande marco cinematográfico do expressionismo alemão é, sem dúvida "O Gabinete do Dr. Caligari", de Robert Wiene, seguido por "Nosferatu", de Friedrich Wilhelm Murnau. O cinema expressionista alemão é um divisor de águas na história do cinema, entre o realismo, que buscava captar o real do mundo, e o próprio expressionismo, que assumia o papel de distorcer a realidade, com o intuito de exteriorizar uma deformação do espírito humano, resultante de um mundo caótico no qual o homem se encontrava mergulhado no início do século XX.

O GABINETE DO DR. CALIGARI



"Se os expressionistas do pós-guerra estavam tão desorientados a ponto de não conseguirem distinguir se Dr. Caligari era um ditador megalomaniaco ou um terapeuta compassivo, e se eles próprios eram zumbis, vítimas ou simples pacientes a serem curados pelo doutor, voltando ao conformismo graças à sua benevolência, os dadaístas alemães pelo menos sabiam que eram internos do asilo de Caligari..."²

Em "O Gabinete do Dr. Caligari" (1919), as deformações cenográficas e de caracterização das personagens revelam na tela uma sociedade alemã derrotada na Primeira Guerra Mundial. "O Gabinete do Dr. Caligari" originou a expressão "caligarismo", ou seja: o filme realmente refletia o estado de espírito alemão,

numa época em que a Alemanha se via preparada para iniciar uma escalada em direção à hegemonia nazista.



No roteiro original do tcheco Hans Janowitz e do austríaco Carl Mayer, a narrativa gira em torno de fatos testemunhados e vividos de perto pelos dois roteiristas que se fundiram numa história onde o limite entre sonho e realidade é muito tênue.

Dois amigos estudantes vão a um parque de diversões. Numa barraca vêem um sonâmbulo, hipnotizado por um certo Dr. Caligari. Este é o ponto de partida para um acontecimento criminoso, previsto pelo próprio hipnotizador de seu zumbi: o assassinato da moça pela qual os dois estudantes encontravam-se apaixonados e que os levava até o parque. A suspeita da morte recai sobre o próprio Dr. Caligari, que depois se revela um louco e não um criminoso. Ao buscar ajuda num hospício, os estudantes descobrem que o diretor da instituição não é outro senão o próprio Dr. Caligari.

O roteiro de Janowitz e Mayer constrói-se a partir de experiências reais deles próprios, mas permite uma leitura fantástica, que extrapola a realidade e propõe uma visão revolucionária ameaçando o *stablishment* da sociedade alemã da época, ajustando-se, portanto, ao expressionismo: o parque de diversões como cenário caótico, onde impera a desagregação das imagens; a hipnose e a loucura aparecendo como conteúdo de personagens incomuns e a ambigüidade que se

A presença humana em "O gabinete do Dr. Caligari" e "Nosferatu"

instaura num labirinto de identificações entre um hipnotizador insano e seu zumbi sonâmbulo e um homicídio cometido pelo diretor de uma instituição de saúde.

A história é excitante, mas sua realização perigosa. O caráter revolucionário aí presente mostrou-se inadequado para um meio de comunicação de forte impacto junto à população alemã. O roteiro foi proposto à Decla Bioscop, que se tornaria a indústria cinematográfica oficial do III Reich. Seu diretor executivo e produtor Erich Pommer, rapidamente articulou seus profissionais para adaptar o roteiro, transformando-o em um filme que respondesse ao desejo das massas.

O elemento expressionista é, então, enjaulado por uma historieta que emoldura o roteiro originalmente idealizado, transformando-o num simples *flashback* inofensivo ao público alemão. O expressionismo é colocado como núcleo do filme, mas transformado numa projeção externa de eventos irracionais amenizados por uma introdução, tendo como narrador um dos estudantes, considerado louco no final, deixando as coisas como começaram. As personagens de Caligari (Werner Krauss) e seu sonâmbulo Cesare (Conrad Veidt) são transformadas em personagens de um delírio insano.

O "Gabinete do Dr. Caligari", nesses moldes, seria dirigido por Fritz Lang, que ficou impossibilitado de assumir o trabalho devido a outros compromissos profissionais; o encargo foi entregue ao diretor Robert Wiene, que adaptou o roteiro e idealizou a ambientação cenográfica, realizada totalmente em estúdio pelos artistas expressionistas Hermann Warm, Walter Röhrig e Walter Reimann, sendo que Hans Janowitz havia sugerido um outro artista plástico do surrealismo: Alfred Kubin. Essa cenografia expressionista junto às interpretações e caracterizações das personagens deram ao filme uma qualidade plástica que fez dele o marco inicial do cinema expressionista alemão.

A produtora Decla Bioscop lançou o filme em 1920, na Marmohaus de Berlim, abrindo o caminho do expressionismo no cinema.

NOSFERATU



No caminho aberto pelo "Gabinete do Dr. Caligari" surgiu "Nosferatu"(1922), uma obra-prima do expressionismo alemão, na qual os elementos e o rigor da receita expressionista continuam presentes, dessa vez também em cenas externas rodadas na Tchecoslováquia.

A distorção expressionista nesse filme manifesta-se na visão freudiana, dada por Friedrich W. Murnau que concebe a repressão como o Mal, utiliza a metáfora da vampirização no ato de sugar o sangue como uma metáfora do sexo, mas sobretudo Murnau é expressionista quando confunde o tema de seu filme com sua própria vida misteriosa e controvertida.

O Nosferatu de Murnau é uma adaptação do Drácula de Bram Stoker, fato que lhe rendeu dificuldades para viabilizar sua produção por problemas de direitos autorais com a família de Bram Stoker. O filme foi distribuído pela Prana e logo após sua estréia a justiça deu ganho de causa para a viúva do autor, que levou a distribuidora à falência e foi responsável pela queima de muitas cópias do filme, que sobreviveu graças à impossibilidade de coletar todas as cópias que já estavam difundidas pela Europa.

O vampiro do filme de Murnau, batizado de Orlock, para burlar questões de direitos autorais, é personificado pelo ator Max Schreck, que trabalha a monstruosidade do príncipe das trevas de maneira a irradiar o expressionismo sobretudo a partir de seu olhar, como epicentro dos elementos dessa estética dentro da obra. O pensamento romântico perfeitamente associado ao expressionismo reflete-se na melancolia transmitida por Orlock, na sua solidão. Cenas como as que mostram a transformação do ambiente e da estrada quando a carruagem se aproxima dos domínios de Orlock; as que se passam no interior de seu castelo, a viagem fantasmagórica do navio assombrado que leva o vampiro a encontrar sua prometida, reforçam a idéia da solidão e do abandono da monstruosa personagem. É interessante notar em Nosferatu o enfoque que Murnau dá à mulher em seu filme. Ela é colocada como a perdição do vampiro, atraindo-o e mantendo-o cativo. Existe aí uma ambigüidade, reveladora de uma sensualidade mórbida na cena que se passa no quarto, onde Orlock fica como um refém até o raiar do sol para ser destruído. No romance de Bram Stoker, Mina é um prêmio para o Conde Drácula na luta entre o bem e o mal.

A PRESENÇA HUMANA EM "O GABINETE DO DR. CALIGARI" E "NOSFERATU"

Nos seus primórdios, o cinema tinha a intenção de mostrar a um determinado público uma máquina que reproduzia eventos da realidade e, mais

A presença humana em "O gabinete do Dr. Caligari" e "Nosferatu"

que isso, mostrava o movimento desses eventos sem que para isso fosse necessária a presença física dos objetos representados numa tela. A exibição do cinematógrafo era um acontecimento, no qual a demonstração de uma conquista tecnológica o funcionamento de um aparelho surpreendia os espectadores. O conteúdo dessas imagens projetadas pelo dito aparelho estavam, de certa maneira, em segundo plano.

Obviamente, com o desenvolvimento dessa tecnologia, novas possibilidades foram se apresentando e o cinema começou a se descobrir como forma de narrar eventos. Assim, o desenrolar de uma narrativa passou a ter, gradativamente, uma maior importância. Seria possível mostrar acontecimentos como partidas de trens, lugares distantes, arquiteturas dialogando com máquinas, etc.

As duas obras cinematográficas apresentadas neste artigo possibilitam a discussão do conceito de importância do ser humano numa obra cinematográfica. Podemos inferir que o cinema não depende da presença humana para estabelecer uma narrativa, pois esta pode ser de um evento meteorológico, por exemplo.

No caso dos filmes "O Gabinete do Dr. Caligari" e "Nosferatu", a presença humana apresenta algumas diferenças que podem ser interessantes de serem discutidas.



No primeiro filme, a presença humana e sua relação com o filme propriamente é fundamental para que a obra seja completa. As personagens são o ponto principal para se definir não só o estilo do filme, mas também de sua narrativa. Personagens e cenários convergem para um mesmo ponto, tanto em

suas aparências plásticas, como na composição narrativa e no estabelecimento de um ambiente, no caso expressionista. A claustrofobia causada pelos cenários artificiais reforça a opressão das personagens, refletindo até a opressão vivida pela população alemã nessa época. A presença humana é distorcida na caracterização das personagens, em sua interpretação, no mesmo sentido em que se distorcem as ruas, as janelas.

Em *Nosferatu*, o que podemos perceber é que o expressionismo está centrado na oposição entre os cenários e a presença dos atores/personagens. As cenas externas oprimem as personagens, mas aqui a presença destes, colocada frente a arquiteturas que desprezam e diminuem seu tamanho, aumenta sua solidão e abandono. A utilização de planos gerais diminui a dimensão humana em diálogo com uma dimensão arquitetônica grandiosa. Esses planos destróem a personagem do vampiro, que abandona seu território, seu poder e migra para um ambiente totalmente avesso àquele deixado, na qual tudo favorecia o seu domínio.



Quando as personagens são enquadradas em planos mais próximos, esse expressionismo pode ser percebido na expressão dos olhares, definindo suas nuances de interpretação, suas ambigüidades e idiosincrasias.

A presença humana em "O gabinete do Dr. Caligari" e "Nosferatu"



O expressionismo, como estética cinematográfica, possibilitou o desenvolvimento de um novo enfoque para o modo de se fazer cinema, ou seja, por meio do expressionismo descobriu-se que o cinema também poderia associar-se a ficções e ir em busca de uma estética que fizesse oposição ao realismo, não com objetivo ilusionista e anestesiante que levasse platéias à inércia, mas um cinema que, suplantando o real, conseguisse questionar a realidade.

NOTAS

- ⁽¹⁾ RICHARD SHEPPARD, *O Expressionismo Alemão*. In M. BRADBURY e J. McFARLANE, *Modernismo – Guia Geral*, Companhia das Letras, 1989, p. 223.
- ⁽²⁾ *Idem*, p. 235.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAZIN, André, *O Cinema - Ensaios*, São Paulo: Brasiliense, 1991.
- CONY, Carlos Heitor, *Caligari Desvenda a Alemanha*. In LABAKI, Amir (org.) *Folha Conta 100 anos de Cinema*, Rio de Janeiro: Imago, 1995.

- KRACAUER, Siegfried, *De Caligari a Hitler*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, s/d.
- MERTEN, Luiz Carlos, "Quando o Cinema Vampiriza o Próprio Cinema". In O Estado de São Paulo, 22/06/2000.
- SHEPPARD, Richard, "O Expressionismo Alemão". In BRADBURY, Malcom e McFARLANE, James, *Modernismo - Guia Geral*, Companhia das Letras, 1989.
- Imagens Caligari* - Campinas, 06 maio 2002 (capturado em maio 2002), on line: <http://www.geocities.com/Hollywood/Set/9078/cindex.htm>
- Imagens Nosferatu* - Campinas, 06 maio 2002 (capturado em maio 2002), on line: <http://nosferatumovie.com/index.html>

VERTIGEM DO VAZIO

Luiz Roberto BENEDETTI
Professor na Faculdade de Teologia
da PUC-Campinas

RESUMO

A religião está em tudo, invadindo todos os domínios da mídia. Analisando especificamente a mídia escrita, este artigo procura mostrar como não há, ao contrário das aparências, valorização ou crescimento da religião, sacrificada em favor de imagens que excitam, que confundem, que provocam emoções. Desaparece, assim, a "horizontalidade valorativa", uma vez que os valores, dissubstancializados, tornam-se voláteis, fluídos, provocando um esvaziamento profundo da religião, que, mercadoria, é esvaziada "por dentro".

Palavras-chave: *Religião. Marketing. Mídia.*

ABSTRACT

Religion is everywhere, pervading the media. This article seeks to show, specially focusing the printed media, how, opposing, to what appears to be, there is no valuing or growth of religion, which is being victimized in favour of images that excite, puzzle, provoke emotions. This, the "evaluating horizontality" disappears, since those values that are disembodied become fluid, causing a deep emptiness of religion, which, as merchandise, is emptied "from inside".

Key-words: *Religion. Marketing. Media.*

Luiz Roberto BENEDETTI

Uma sensação de vertigem toma conta de quem costuma freqüentar as bancas de jornais e revistas. Mesmo que se concentrando numa área específica – informática, por exemplo, - a sensação é a mesma. A cada dia surgem novas revistas – muitas de vida efêmera – especializando-se em aspectos de um campo já definido: assim, som e imagem, com especificidade em home theater, CD, DVD, linha high end. Outros buscam embarcar (ou criar) em ondas do tipo sorte (amuletos, patuás, rezas), posições amorosas, ervas (medicina alternativa), anjos. Alimentam-se (e se alimentam de) programas radiofônicos e televisivos.

Há um fato que chama particularmente a atenção: a presença de religião nesse mundo midiático da imprensa escrita. A religião está em tudo. O leque abrange desde uma revista especializada na divulgação de assuntos e teorias econômicas até revistas de fofocas. Assim, a revista *Exame* tem como chamada de capa “Deus ajuda? – A espiritualidade está em alta no mundo dos negócios. Será mais um modismo ou vai transformar a vida das empresas?”.

A revista *Viva mais* coloca lado a lado na capa “Fé dos artistas – Os rituais ajudam pessoas famosas a ter sucesso na vida e no trabalho” e “Deixe seu bumbum durinho com exercícios”.

Figura 1



Vertigem do Vazio

O suplemento de Informática da *Folha de S. Paulo* estampava como manchete: “Agências usam computador como santo casamenteiro”. Chamava a atenção para o fato de que antigas simpatias cediam lugar (e conviviam com) a métodos mais eficazes para se encontrar o par ideal. A racionalidade da máquina ligava-se, de maneira imperceptível, à magia do santo. Num primeiro olhar, nada mais distante de uma preocupação religiosa que o afã da imprensa diária em mostrar sua independência face aos poderes constituídos, religiosos ou não. Mais especificamente a *Folha* - “de rabo preso com o leitor”. E mais distante ainda da religião as agências matrimoniais com seus dados armazenados para conseguir casamentos para seus clientes prontos a pagar altas somas para arranjar um par “compatível”.

Qual o significado do fato? Marcar distância? Mostrar a ruptura, a descontinuidade? E, no limite, a “inutilidade” do santo, face à eficácia armazenadora do computador? Ou seria o contrário: uma forma de por a religião, ou elementos da cultura popular, a serviço da “racionalidade” do sistema econômico?

O mesmo santo aparece em anúncio na revista *Isto é*. Em página dupla, num dos lados está a figura de Santo Antônio “clássico” (Figura 1): auréola, ramo de lírios, Jesus, no colo (com os braços abertos e o pão numa das mãos); no outro lado, aparece um cão de raça lambendo as nádegas, semi-cobertas com um biquini vermelho e botinhas brancas, de uma modelo. Percorre as duas páginas a frase: *sagrado ou profano, o mundo é um só* (Figura 2).

Figura 2



A revista *Ana Maria* tem como chamada de capa “Eliane Giardini ensina duas simpatias de Santo Antônio – Assim, até Nazira casa!”. Logo abaixo, outra chamada “O jogo do desejo – Deixe sua noite de sexo ainda mais divertida”. No interior da revista, a matéria sobre o santo ocupa duas páginas. A atriz, que interpretou Nazira na novela “O clone”, diz nunca ter recorrido aos artifícios que ensina; está sozinha por opção, após um casamento de 25 anos. “Ensina” cinco simpatias (três além das prometidas na capa), na realidade crenças populares perdidas no tempo, transmitidas por tradição oral.

Na capa da revista *Mais Sorte!* (ao que tudo indica uma publicação de caráter efêmero), a foto do Padre Marcelo Rossi e a chamada “mais sorte no lar! (Figura 3) O terço do Padre Marcelo protege a sua família” tem ao lado o desenho de um casal em pose de relação sexual e o texto “Mais sorte no sexo! Chá do tesão. Descubra como se dar bem na cama. 5 exercícios que você faz em casa para transar melhor e ter mais prazer”.

Figura 3

Do R\$ 1,99 por R\$ 1,20

Mude sua vida já!

Reedição

+Sorte!

mais

FAÇA O SEU PATUÁ
E abra os seus caminhos de uma vez por todas!

VOCÊ COMBINA COM ELE?
Seu signo diz se o romance vai dar pé

DINHEIRO FÁCIL
Salmos e simpatias para encher o bolso

Quer desencalhar?
Santo Antônio dá uma mãozinha

O ANO-NOVO VAI SER BOM DEMAIS!
Previsões para 2002

JADE
tem muita força e FÉ!

DÊ UM TRATO NA SUA CASA
Espante a uruca e viva feliz!

Segredos de Giovanna Antonelli
para ter mais PROTEÇÃO

Mais sorte no lar!

Mais sorte no sexo!

CHÁ DO TESÃO
Descubra como se dar bem na cama

5 exercícios que você faz em casa para TRANSAR MELHOR E TER MAIS PRAZER

Vertigem do Vazio

Como explicar essa presença desmistificada e desmistificadora da religião, lado a lado com a da sexualidade – também ela reduzida, nesse caso, a técnicas de prazer efêmero e sem compromisso? No mundo da mercadoria, ambos perderam a sacralidade, reduzidos à objetivação vazia de desejos e necessidades.

A primeira estranheza vem do fato de que, nunca como agora, há tantas “respostas” tecnológicas a demandas “humanas”. No nível do consumo, falar disso é comentar algo óbvio. Basta citar que as revistas semanais de informação têm uma coluna específica de “produtos do futuro” (muitos já à venda, mas ainda pouco acessíveis): na revista *Veja*, a seção “Para usar”; na *Carta Capital*, “Prazer de ponta”; na *Época*, “mundo digital”; na *Isto é*, “Viva bem”. Nas diárias de grande circulação, a tônica das notícias e comentários sobre descobertas científicas é a de otimismo em relação à superação de doenças e criação de bem estar ao alcance da mão. Nesse mundo, cabe perguntar, qual a razão de tanta difusão de religiões, em processo acentuado de diversificação?

Na tentativa de compreender o fenômeno, os estudiosos da comunicação encontram em Adorno um precursor. Ele estudou, entre 1952 e 1953, a coluna de astrologia do *Los Angeles Times*, partindo de uma indagação – como entender que o público recorra à astrologia, se o conhecimento científico já foi incorporado às estruturas da vida cotidiana? Dentro dos pressupostos – apocalípticos, segundo Umberto Eco – da Escola de Frankfurt, que encarava a comunicação de massa como destruidora de qualquer cultura, incapaz por isso de levar à reflexão, notava que as pessoas aceitam a astrologia porque ela existe e porque “respondia” a demandas psicológicas às quais dava sentido.

Na sociologia da religião já são lugar-comum as teorias sobre a mercantilização do sagrado. Teorias esboçadas há mais de 35 anos por sociólogos como Berger e Luckmann, que, falando das transformações institucionais, visavam a adaptar sua fidelidade numa realidade social que os transformava em consumidores voluntários do “sentido do mundo”. Até então estavam vinculados a uma religião determinada que monopolizava a verdade do mundo humano (dor, alegria, solidão e no limite, a morte). Rompido o monopólio de uma religião – garantido por uma aliança estratégica entre igreja e Estado –, surge uma multidão de consumidores voluntários de “verdades”. Num mundo plural cada religião “se arma” para competir nesse mercado religioso. O que se destaca nessa teoria é o fato de que a religião, embora produto de mercado, tem ainda “conteúdo”, “verdade”; tem especificidade.

A raiz da transformação do crente em consumidor está, para Berger e Luckmann, no surgimento da esfera privada na sociedade industrial moderna. Ocorre uma dicotomização: no trabalho, por exemplo, domínio público, o indivíduo

deve desempenhar o papel que lhe é determinado; esse se desfaz rapidamente como fonte de significação e identidade pessoais. Na esfera privada, ao contrário, ele é cada vez mais livre, pode seguir seus gostos. Berger e Luckmann põem em destaque a família:

“Na complexidade dos comportamentos sociais que se referem a esta instituição, aí incluída a sexualidade em suas expressões extra ou pré-familiares, é que um número grande de indivíduos busca significação e identidade pessoais (...). A família sozinha não consegue estruturar a vida privada em termos de significação e identidade. Conseqüentemente, aparece uma série de instituições chamadas secundárias, isto é, de instituições estruturadas de maneira mais flexível que as primárias da esfera pública (como a economia e o Estado), que têm por função proporcionar a moldura para as experiências individuais da esfera privada”.

Entre essas instituições está a comunicação de massa, já institucionalizada. Outras instituições assumem novas funções como a educação e a religião. Têm como características principais sua referência à vida privada, seu aspecto facultativo e sua localização econômica no setor de consumo. A religião passa de instância impositiva à instância de escolha. Ela é subjetivizada. Conforme Berger, não empenha a vida: torna-se uma “opinião” entre outras, isto é, deixa de ser a “verdade objetiva” do mundo.

É preciso, entretanto, ir além dessa teoria. Berger e Luckmann têm seu texto datado. Não se detêm na análise da comunicação de massa e da sociedade de consumo. A comunicação de massa desempenha (ainda) um papel secundário, quase marginal. Dissolve conteúdos tradicionais; não molda uma nova sensibilidade; uma nova forma de relacionamento como a realidade.

Nesse ponto, pode-se dizer, eles se aproximam de Adorno e da Escola de Frankfurt. São “conteudistas”. Prendem-se às transformações que os meios provocam no conteúdo das mensagens. Para Adorno, a comunicação de massa destrói a cultura – domínio da arte, filosofia, literatura e música – expressão dos valores e aspirações mais profundas da sociedade. Os meios de comunicação funcionam como excitações produzidas, capazes de criar a “massa” e gerar sua fidelidade.

DISSOLUÇÃO

As discussões mais recentes sobre a pós-modernidade colocaram o tema em outro patamar de reflexão. De um lado, há um nivelamento geral de valores.

Vertigem do Vazio

Não há mais metanarrativas – grandes teorias – que explicam o sentido do mundo-do-homem. O deslocamento da fonte transcendente dos valores, encarnados em grandes instituições, deu lugar à sua “inviabilização”. Eles se radicam na subjetividade; são objeto de escolha pessoal, fundada na busca de satisfação imediata. O bom, o belo, o justo, o verdadeiro são questão de opinião, não mais uma verdade que brota de uma fonte transcendente. De outro lado, há a natureza religiosa. *Re-inventada* ou não, essa tradição persiste. A pessoa, por exemplo, que aperta o botão *power* no seu televisor quer ver a missa do Padre Marcelo. Quer fruir o artista (midiatizado) mas também uma ação religiosa. Só que, nesse processo, tanto a tradição religiosa quanto a figura tradicional do padre são “absorvidos” pelo meio. Sacrifica-se o conteúdo em favor da imagem. Pode-se, então, perguntar: procura-se a missa – experiência do crente – ou a emoção do telespectador? Evidentemente, não estão separadas, supõem-se mutuamente; remetem-se uma à outra e não a algum fundamento “real” transcendente ou não.

Na realidade, uma é condição da outra: o poder imagético de atração está ligado à experiência profunda, perdida no tempo e no espaço – na ontogênese individual, agora absorvida pelo mercado, no caso, o da imagem televisiva. A experiência primordial – religiosa – é mediatizada pela imagem:

A vicariedade – viver através da experiência alheia – é um traço fundamental da cultura pós-moderna. A etnicidade e a diferença cultural trocaram seus valores intrínsecos pelos mais extrínsecos da permutabilidade do mercado: foi-se o tempo em que as pessoas podiam alegar convincentemente que possuíam uma cultura própria, um conjunto de práticas significativas que pudessem ser consideradas produto de um pensamento ou estilo de vida únicos. O novo senso de tempo e espaço gerado pelas telecomunicações – com a substituição e ubiquidade – transformaram a percepção das coisas de modo que elas não são mais vividas diretamente, mas por meio de suas representações. A experiência está disponível sobretudo através de signos: as coisas não são vividas diretamente e, sim, por um intermediário, no consumo de imagens e objetos que substituem aquilo que representam. Essa falta de raízes responde pela alta volatilidade e pela transferibilidade da cultura nos tempos pós-modernos.

Mas, há mais. Se, como foi dito, os valores estão nivelados, quebra-se uma hierarquia. O “desencantamento do mundo” weberiano – todas as esferas da vida social (política, economia, educação, direito, arte), emancipadas do controle

religioso, governam-se por sua lógica própria¹ e levam na pós-modernidade à quebra de hierarquias. Mas há um passo além nesse processo. Não ocorre apenas uma des-hierarquização, mas desaparece também a “horizontalidade” valorativa: não há mais um valor - religião, por exemplo – posto, lado a lado de outros valores, num mesmo patamar, dando chance de escolha aos indivíduos. Os próprios valores são dessubstancializados. Tornam-se voláteis, fluídos. O indivíduo transita pelos valores, buscando emoções. Os “valores” se reduzem a imagens que excitam. Nesse processo, o próprio indivíduo acaba por se reduzir à imagem que tem de si mesmo – formada via consumo.

“Estamos assistindo, além de ao materialismo mercantil, a uma semi-urgência de cada coisa, através da publicidade, da mídia, das imagens. Até o mais marginal, o mais banal, o mais obscuro estiliza-se, culturaliza-se, ‘musealiza-se’. Tudo é dito, tudo se exprime, tudo toma força ou modo de signo. O sistema funciona não tanto pela mais-valia da mercadoria, mas pela mais-valia estética do signo.

Tudo está em tudo. Tudo transita por tudo. Tudo se irradia em tudo e age em todas as direções, à imagem de uma metástase ao infinito: sexo, arte, política, religião. Há uma intercambialidade de linguagens, uma superposição de imagens já sem consistência, dessubstancializadas, vazias. A atriz Eliane Giardini, seu casamento desfeito, sua personagem em busca de casamento (Nazira), Santo Antônio, o cachorro com pedigree a lamber as nádegas da modelo, o terço bizantino e o “chá do tesão”: o mundo midiático destrói: objetos, desejos, aspirações. Faz do mundo uma circulação de mercadoria-imagem, no qual tradição, memória coletiva, crenças, desejos de auto-afirmação e identidade se evocam mutuamente para firmar-se no vazio – a imagem liga-se à imagem, não a um referente:

“Quando as coisas, os signos, as ações são libertadas de sua idéia, de seu conceito, de sua essência, de seu valor, de sua referência, de sua origem e de sua finalidade, entram então numa auto-reprodução ao infinito. As coisas continuam a funcionar ao passo que a idéia delas já desapareceu há muito. Continuam a funcionar numa indiferença total a seu próprio conteúdo. E o paradoxo é que elas funcionam melhor ainda”.

Tudo torna-se mercadoria. A religião também. E a mercadoria a destrói “por dentro”. Esvazia-a de si mesma, de seu conteúdo profundo. Ela está na banca de jornal vazia, provocando vertigens ao invés de situar.

NOTA

- ⁽¹⁾ Embora no seu funcionamento cotidiano se imbriquem mutuamente. Cf. Gorski, Philip. Histericizing the secularization debate: Church, State and Society in Late Medieval and Early Modern Europe, CA. 1300 to 1700, in *American Sociological Review* 65, 2000, pp. 138-167; Berger, Peter. A privatização e a influência pública da religião na sociedade global, apud Featherstone, Mike (org.) *Cultura global – nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis, Vozes, 1994. pp 395-419.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERGER, PETER e LUCKMANN, Thomaz. Aspects sociologiques du pluralisme, in *Archives de sociologie des religions*, 23, 1967. Cf. também Berger, Peter. *O dossel sagrado*, São Paulo: Paulus, 1985; Luckmann, Thomaz. *La religione invisibile*, Bolonha, Il Mulino, 1969.
- BAUDRILLARD, Jean. *A transparência do mal – ensaio sobre os fenômenos extremos*. Campinas: Papyrus, 1990.
- ECO, Umberto. *Apocaliphus e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- LYOTARD, Jean François. *A condição pós-moderna*. Lisboa: Gradiva, 1989.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.
- OLALQUIAGA, Celeste. *Megalópolis – sensibilidades culturais contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, s/d.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

LINA BO E PIETRO BARDI: O “POPULAR” NA HISTÓRIA DO MASP

Márcia Eliane ROSA
Profesora no Curso de Jornalismo da
PUC-Campinas e Faculdade
Prudente de Moraes

RESUMO

O aumento de público nas exposições de arte tem demonstrado, desde a década de 80, a tendência dos museus em adotar uma política cultural voltada para a massificação dos eventos. Tal idéia, portanto, é divulgada pelos produtores culturais com a “popularização” dos museus, sendo utilizada no sentido de democratização do espaço e da arte. Este artigo mostra o Masp (Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand) com o importante objetivo de aumentar o público. Desde 1947, quando conquistou seu primeiro espaço, até o final da década de 90, o Museu de São Paulo tem demonstrado características especiais na utilização de suas salas. Na trajetória histórica do Masp, observamos a busca pela popularização do museu e a ambígua definição do “popular” utilizada pelo casal Lina Bo e Pietro Maria Bardi.

Palavras-chave: Política cultural. Público. Demonstração cultural.

ABSTRACT

Since the 80s, the increase of public participation in art exhibitions has revealed the museum tendency in adapting a

cultural attitude towards events massification. The idea, however, is publicized by cultural producers as the “popularization” of the museums and has been used in order to make this space and art more democratic. This article shows Masp (Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand) as having the important aim of increasing public number. From 1947, when it conquered its first space, until the end of the 90s, São Paulo Museum has displayed special characteristics in the use of its rooms. In Masp history, we have observed the attempt for popularizing the museum and the ambiguous definition of “popular” given by Lina e Pietro Bo Bardi.

Key-words: *Cultural Politics, Public, Cultural Demonstration.*

INTRODUÇÃO

Em 1951, com a primeira Bienal Internacional de São Paulo, o Brasil passou a fazer parte do circuito mundial de artes plásticas. A I Bienal tomou proporções gigantescas, tendo em vista não só o número de obras recebidas, como também o apoio institucional. Os melhores museus do mundo representavam ali seus países.

Para acolher esse “megaevento”, foi construído um pavilhão especial no belvedere do Trianon, local onde hoje se encontra o MASP, com projeto de formas modernas de Luís Saia e Eduardo Kneese de Melo. Como não havia ainda no Brasil um ‘staf’ especializado na montagem de um evento dessa proporção, o trabalho teve que se utilizar da improvisação. Foram chamados para trabalhar, na montagem, jovens artistas, até então desconhecidos, como Aldemir Martins, Frans Krajcberg e Marcelo Grassmamm.

Desde então, notamos que a preparação do evento da Bienal se assemelha às grandes produções industriais o que parece não ser por acaso, pois evidencia uma estreita ligação desse evento com a fase de desenvolvimento vivida pela cidade de São Paulo nessa mesma época. No começo da década de 50, a cidade já registrava a maior concentração de brasileiros, vindos de outros Estados, e também já havia recebido um grande número de imigrantes. São Paulo começava seu crescimento no setor econômico-industrial e passava a exercer forte influência no país; mas, apesar dessa ascensão, enquanto capital cosmopolita na área cultural, em particular nas artes plásticas, não se observava o mesmo avanço, o que veio a ocorrer com a Bienal.

Lina Bo e Pietro Bardi: o "popular" na história do Masp

São Paulo parecia apresentar, nesse momento, qualidades necessárias para o amadurecimento da modernidade. A industrialização, a urbanização crescente, o ritmo acelerado do cotidiano e a concentração de pessoas de várias partes do Brasil e do mundo criavam na cidade um clima parecido com o das grandes capitais do mundo como Paris, Londres ou Nova York.

O MUSEU DE SÃO PAULO

Nesse cenário, também estava nascendo o Masp, Museu de Arte de São Paulo, fundado pelas mãos de dois profissionais obstinados: Assis Chateaubriand, um paraibano ousado, dono da maior rede de comunicações do país que, com métodos duvidosos, buscou subsídios financeiros e obras para o acervo, e Pietro Maria Bardi, um imigrante italiano, que soube se aproveitar de situações favoráveis para adquirir grandes obras de arte.

O Masp foi fundado no dia 2 de outubro de 1947, em um prédio na rua 7 de Abril. Assis Chateaubriand representava bem o clima de São Paulo naqueles anos. Era um nordestino que, como muitos deles, chegava à cidade que apresentava uma tendência desafiadora de crescimento. Marinetti chegou a dizer que Chateaubriand era o único futurista sul-americano¹. Tornou-se dono da maior rede de jornais do país, revistas inovadoras, rádios que eram novidade tecnológica, além de, mais tarde, ajudar a trazer a televisão para o Brasil. Foi muito criticado pelos seus métodos, entre os quais utilizar-se dos recursos dos meios de comunicação para fazer com que muitos empresários fizessem doações ao Museu em troca de não publicar fatos que os envolvessem em escândalos.

Chateaubriand dizia estar fazendo seguros de vida para a burguesia, que precisava fortalecer-se, doando obras de arte à sociedade. Com esse dinheiro, seu parceiro, Pietro Maria Bardi, pôde se valer da crise da Europa no pós-guerra e adquirir peças valiosas por preços baixos. Assim, o Brasil ganhou a coleção mais importante da América Latina. O acervo se caracteriza pela peculiaridade de manter obras importantes de diversos movimentos artísticos desde o século XV, Renascentista, até o século XX, Modernista.

Decorrente da ousadia de seus criadores, o Masp possui o que o Brasil tem de mais valioso em matéria de pintura, embora seja um acervo de pequenas dimensões, se comparado aos museus da Europa e dos Estados Unidos. A coleção é estimada em 1 bilhão de dólares, possuindo cerca de 5.300 peças mostradas em seu catálogo, lançado após completar 50 anos.

Em outubro de 1968, mesmo ano da morte de Chateaubriand, o Masp ganhou nova sede, agora na avenida Paulista, a cuja inauguração, em 7 de novembro, veio Elizabeth 2ª, rainha da Inglaterra. E o mesmo glamour, que envolveu São Paulo nesses dias, fez parte do clima no museu nas décadas seguintes. O Masp representava um lugar selecionado, que os moradores das mansões da avenida Paulista freqüentavam e onde mostravam roupas e erudição. O novo local foi construído com a intenção de manter as características de um museu ativo, onde acontecessem eventos constantes que quebrassem o espírito provinciano da cidade de São Paulo, conforme compromisso da idealizadora do novo prédio, a arquiteta Lina Bo Bardi.

Lina Bo partilhava o pensamento de seu marido, Pietro Bardi, de que o museu deveria estar representando um mundo moderno, no qual a cultura não seria mais tratada como um fato de erudição. O novo museu faria parte desse contexto, devendo interessar a todos e não ser apenas um espaço onde peças preciosas seriam expostas para uma participação passiva de poucos estudiosos de arte ou turistas. *“É neste novo sentido social que se constituiu o Museu de Arte de São Paulo, que se dirige especificamente à massa não informada, nem intelectual, nem preparada”* (s.d.:5).

Essas idéias já destacavam uma proposta de “popularizar” o Masp, segundo Pietro Bardi, que dizia que veio realizar seu sonho de construir um “anti-museu” no Brasil, já que, na Europa, tal trabalho não poderia ser aplicado. Em vários textos que escreveu, conceituando esse novo espaço cultural, deixou claro que o museu deveria ser tão “popular” quanto os cinemas:

Nós sabemos o que são os museus do mundo inteiro: organismos estáticos, sempre especializados e circunscritos à sua escolha de materiais, sua eficácia educativa e sua força como construção civil desaparecendo gradualmente. E se não é justo que os jovens, cinquenta e duas vezes por ano, vão ao futebol e somente uma única vez ao museu, é preciso mesmo reconhecer que seus organizadores não cansam seus cérebros para diminuir a ínfima porcentagem que nós imaginamos (Bardi, s.d: 22).

No desejo de desvincular o Masp do conceito geral de museus, Lina trabalhou na arquitetura do prédio com a preocupação de que o espaço pudesse corresponder a esse ideal de “popular” e acessível, além de promover o dinamismo por suas diversas salas para cursos e convenções. *“Acho que no Museu de Arte de São Paulo eliminei o esnobismo cultural tão querido pelos intelectuais (e os arquitetos de hoje), optando pelas soluções diretas, despidas”* (s.d.:5).

Lina Bo e Pietro Bardi: o "popular" na história do Masp

Entre essas soluções, incluía-se a proposta do "vão livre" que também tinha o mesmo propósito de buscar um ambiente "popular", como ela explica:

Procurei recriar um ambiente no Trianon. E gostaria que lá fosse o povo ver exposições ao ar livre e discutir, escutar música, ver fitas. Até crianças, ir brincar no sol da manhã e da tarde. E retreta. Um meio mau-gosto de música popular, que enfrentando "friamente", pode ser também um "conteúdo" (s.d.: 9).

Como se pode constatar, o "vão livre" do Masp parece ter se aproximado mais dessa proposta "popular" do que a parte interna do Museu; pelo menos é o que pudemos observar nesses anos da história. Esse espaço, que se tornou famoso e muito mais freqüentado do que o interior do prédio, foi uma imposição da família que doou o terreno, onde antigamente era o belvedere do Trianon. A condição era de que aquela vista (Av. Nove de Julho - Trianon) deveria ficar para sempre na história da cidade, ou então, o terreno voltaria para os herdeiros.

Lina Bo trabalhou com essa condição e criou o "vão livre", que já foi palco de bandas de Rock e música popular brasileira; ponto de encontro de namorados, famílias e empresários; além de um grande "Hall Cívico", sede de reuniões públicas e políticas. Hoje, o espaço ainda é ponto de encontro e local de manifestações populares e, aos domingos, transforma-se na "Feira de Antigüidade de São Paulo". Apesar de se tratar de uma feira, não condiz propriamente com um local popular, uma vez que nas barracas, organizadas pela associação dos antiquários, são vendidos livros, utensílios domésticos, roupas e até telas de pinturas clássicas. O público é formado por turistas e, na maior parte, por freqüentadores assíduos; os preços dos objetos, normalmente, são negociados em dólar, e grande parte deles custa mais de mil reais.

Contrapondo-se a esse cenário, há a feira de artesanato da Paulista, que fica do lado oposto do Masp, além de ocupar as calçadas ao lado do prédio. Lá são vendidas roupas, peças de decoração, entre outros objetos, que, normalmente, têm um preço não superior a cem reais. Nas periferias da feira, os vendedores ambulantes se misturam com as outras barracas e lá vendem as reproduções de quadros (Monet, Picasso, etc) e Cds populares. Entre essas duas feiras, há apenas uma avenida separando-as e o que parece existir é um abismo, pois não se veem os freqüentadores atravessarem a rua para visitar a feira ao lado.

Observando esse cenário, podemos concluir que o vão livre do Masp abre espaço para o popular, idealizado por Lina, quando se torna ponto de encontro e manifestações; mas, ao mesmo tempo, não perde suas características elitistas, cedendo lugar para que se vendam peças de marfim e bandejas de prata ao preço, incontestavelmente inacessível ao público que freqüenta o outro lado da avenida.

POPULAR OU MASSIFICADO?

Após a morte de Chateaubriand, em 68, o Masp, com sede na moderna avenida Paulista, foi conduzido por Pietro Maria Bardi, que transformou o prédio no salão cultural da cidade e abriu espaço para festivais de cinema, shows de rock e muitas exposições. Mesmo com a multiplicidade de funções, sendo até considerado um centro cultural, o Masp estava longe de atingir um público quantitativamente igual ao do cinema, como Bardi almejava.

É importante enfatizar que o Masp, apesar de não conseguir muito êxito quanto à popularidade, conservava sua proposta diferente da maioria dos museus quanto ao público. Na década de 50, já se preocupava em reservar um espaço que pudesse ser utilizado para exposições itinerantes, o que era inovador na época. Além de organizar diversos eventos que trouxessem o público para o museu, Bardi tinha sempre o propósito de “popularizá-lo”:

Eu vinha do museu e precisei descer da calçada para passar por uma longa fila de cidadãos que, há mais de uma hora e com uma paciência excessiva, esperavam sua vez para entrar num cinema. Pensei, então, que era preciso tornar o museu interessante como o cinema, fazer em torno dele uma publicidade truculenta, colocá-lo em moda. (s.d.: 22).

O que se pode perceber nas propostas idealizadas pelo casal Bardi é que o Masp apresentava, desde sua inauguração, características não comuns a museus. Havia um dinamismo que casava espaços múltiplos e programações diferenciadas, buscando um público também heterogêneo nos seus diversos eventos. Havia uma inquietude quanto a manter a erudição do museu, mas também é possível observar que Lina e Pietro utilizavam o termo “popular” com definições distintas. Lina Bo propunha que o Masp fosse um lugar eleito pelo povo como espaço de lazer legítimo, enquanto Pietro sempre exaltou, em seus discursos, a necessidade de aumentar, quantitativamente, o número de visitantes às custas, inclusive, de uma grande publicidade. Dessa forma, o termo “popularizar” continua a ser utilizado pelo museu, explicitando, na verdade, um quadro de massificação.

Pouco se escreveu sobre o que Chateaubriand idealizava para o Masp, mas é possível que essa dedicação em incentivar as visitas e tentar massificá-lo tenham sido ações também de alguém que já vislumbrasse a chegada das massas em todos os lugares, inclusive ao museu. Chateaubriand usava o poder dos meios de comunicação e já sabia, como poucos empreendedores, as conseqüências que o discurso da mídia poderia trazer para esse sucesso.

Lina Bo e Pietro Bardi: o "popular" na história do Masp

Chateaubriand, ao ser interrogado se gostaria de seguir carreira política, dizia que preferia ser "líder das massas" a líder político. Mas, na verdade, ele sempre demonstrou saber que, pelos meios de comunicação, poderia manipular os fatos de acordo com seus interesses, o que lhe renderia um cargo na política (como aconteceu), assim como levaria o público a visitar o então novato Masp.

Organizar exposições temporárias era uma forma de trazer as produções modernas da época para o museu. Com a ajuda dos jornais e rádios, essas exposições chamavam o público, assim como o faziam os cursos oferecidos pelo Masp, pelo Instituto de Arte Contemporânea. "*O objetivo de formar um público para as artes foi plenamente alcançado, tendo concorrido para isso o apoio constante da rede dos Diários Associados*" (s.d.: 84), afirmou Bardi, enfatizando o apoio dos meios de comunicação para a divulgação cultural. Comandados por Chateaubriand até meados de 60, os Diários podem ter ajudado na divulgação do Masp, mas, até então, não havia conseguido tornar o museu "popular", como pretendiam, continuando a manter um público elitizado.

As dependências construídas no Museu também demonstram a tendência em buscar o público. Auditórios e salas de projeções foram espaços que atraíram espetáculos, conferências, festivais de música e cinema e congressos como o Internacional de Psicodrama. O Museu tem, ainda, como forte característica, sua escola que proporcionou cursos de diversos interesses como: gravuras, desenho industrial, ecologia, música e moda, principalmente, na década de 50, mostrando uma proposta inovadora. Os estudantes e crianças eram também um público alvo do museu que desenvolveu um programa especial para atender às escolas, especialmente as da periferia.

Analisando esse histórico, é possível observar que a proposta de "popularização" não faz parte de uma política cultural nova ou surgida apenas na década de 90. No entanto, mesmo apresentando tais idéias, o museu não adquiriu o perfil popular proposto por Lina Bo, mas continuou a cultivar uma erudição peculiar. O que se torna inovador, na proposta do Masp anos 90, é a forma como a mídia contribuiu para o objetivo de "popularizá-lo", concretizando, assim, a intenção de Pietro Bardi de até ver filas, como nos estádios de futebol ou cinemas.

A ERA DE "POPULARIZAR"

Nos anos 90, o Masp absorveu, mais do que em toda sua história, a idéia de "popularização" da arte, intensificando suas características para receber um outro público, agora a chamada "massa". Júlio Neves é o presidente que apresenta

esse novo perfil do museu que se envolve no processo da indústria cultural, sem perder a antiga idéia de “elegância e de erudito”. Tal atitude despertou opiniões diversas: favoráveis ou não, elitistas ou não. Para Edemar Cid Ferreira, presidente da Bienal, em 97, o Masp trouxe três eventos dignos de aplauso: exposições de Monet, Michelangelo e Portinari. Ao trazer quadros de fora, o museu, “em vez de ser passivo, passou a ser ativo, ampliando sua projeção” (Bravo, 1997: 27). O fato é que o Masp deixou de representar a cultura das elites dos anos 50 para incorporar elementos da cultura de massas nos anos 90.

Hoje o Masp usa a mídia para aumentar o número de visitantes e, de acordo com o coordenador de comunicação do Museu, Henrique Luz, em entrevista à autora, tal “popularização” é um caminho para a democratização da arte. Há nove anos trabalhando para buscar mais visitantes, ele explica que despertar o interesse de alguém que nunca foi ao museu, por meio de um outdoor, de um anúncio na TV ou mesmo num site da Internet, é uma forma de estar criando um canal desse telespectador com a arte. A proposta, então, é “popularizar” para democratizar.

Apesar de não haver números que comprovem que um visitante de uma mega exposição possa ter voltado ao Museu, o Masp trabalha com a possibilidade de que a mínima porcentagem que se interessar em participar de um curso de arte, oferecido por ele, ou mesmo um estudante internauta que se empolga, ao observar uma exposição virtual e vai até o Museu, todos colaboram para a democratização. Dessa forma, o Masp distingue “popularização” de democratização. Para a “popularização”, utiliza-se da mídia e traz o máximo de visitantes e, para que haja democratização, é necessário um processo de aprendizagem cultural.

Para buscar essa democratização, o Masp opera com recursos como a monitoria durante as exposições, tanto eletrônica (aparelhos de Cds com o histórico do artista e das peças expostas), quanto humana; cursos da história da arte que preparam os professores antes da exposição para auxiliar os alunos em sala de aula; oficinas de arte e programas de visitação das escolas que dividem a agenda em 50% para escolas particulares e 50% para as públicas.

Além desses trabalhos, o museu trabalha também com um site na rede mundial dos computadores que permite que os interessados possam pesquisar sobre obras e visitar exposições virtuais. Henrique explica que, terminada cada exposição temporária, as pessoas podem ainda acessar o site e observar as obras que ficam permanentemente na rede, acreditando que isso não substitua o momento único de estar frente a uma obra de arte, mas podendo fazer com que o internauta vá ao museu.

Lina Bo e Pietro Bardi: o "popular" na história do Masp

Pela mídia, o que antes era restrito a poucos, hoje é acessível a muitos. Assim, é comum vermos produtos elaborados dentro da esfera popular ou de massa que são agregados de elementos vindos da esfera erudita, ou percebemos que muitos produtos culturais, elaborados pela elite cultural, estão repletos de releituras ou citações de produtos retirados de manifestações da cultura popular ou de massa.

Obras de arte, expostas nos meios de comunicação de massa, são um fator positivo, se considerarmos que, por um site na Internet, uma publicação impressa, ou um comercial veiculado na TV, milhares de pessoas podem estar acessando obras ou informações culturais que eram restritas a poucas. Ver Monet, sem "adaptações", em qualquer um desses veículos, é uma vantagem e pode se tornar uma experiência mais positiva ainda se tal divulgação levar o consumidor a se tornar um visitante do museu, mesmo que por um dia; vantagem que, no entanto, não pode ser confundida com democratização.

A busca quantitativa de visitantes nos museus, nomeada de "popularização", mesmo apresentando uma característica positiva no sentido de atingir um maior número de pessoas com acesso às artes ditas eruditas, não pode ser entendida por democratização. Para haver um real processo democrático é necessário que esse público esteja contextualizado ao meio que se propõe e mais: que as instituições estejam dispostas a oferecer alternativas culturais e não determinantes objetos de consumo.

EM BUSCA DE UM NOVO PÚBLICO: A MASSA

A importância do museu, enquanto espaço cultural, e sua trajetória histórica e política fazem do Masp um valioso objeto de pesquisa para que se possa entender a influência da indústria cultural no mundo das artes. Assim como muitos outros museus, o Masp mostra a transformação das políticas culturais para atender aos interesses desse novo público, produzido pela indústria cultural mas, para isso, é necessário se adaptar à lógica da indústria do espetáculo.

A partir dos anos 80, é possível perceber o nascimento dos novos museus com uma mentalidade contemporânea que neutraliza a posição elitista. Huyssen observa esse momento quando a sociedade consumista delimita regras também para o museu: "*O papel do museu como um local conservador elitista ou como um bastião da tradição da alta cultura dá lugar ao museu como cultura de massa, como um lugar de uma mise-en-scène espetacular e de exuberância operística*" (1996: 223).

Nesse momento, notamos não só a mudança dos freqüentadores do museu, como também um novo público que busca informações de forma bastante particular dentro da indústria cultural. O objetivo que leva a massa aos museus não se limita e, muitas vezes, nem se remete ao aprimoramento do conhecimento cultural, mas, sim, à busca pelas iluminações imediatas por meio de grandes espetáculos rotulados como megaeventos.

As mudanças vinculadas à indústria cultural, com a utilização da mídia para a divulgação cultural, mostram-nos as grandes transformações vividas pelos museus. Os eventos agora exibem, ao seu redor, bandeiras e cartazes, fixados por todos os lados, dando-nos a dimensão do espetáculo que é formado em torno de uma grande exposição. Nesse instante, aproximamo-nos de uma divulgação de acontecimentos populares que se contrapõe à visão do museu como local sagrado das elites. São muitas as mudanças geradas por essa nova concepção do museu na contemporaneidade, como expõe Huyssen:

O próprio museu foi sugado pelo distúrbio da modernidade: as exposições dos museus são gerenciadas e anunciadas como grandes espetáculos, com subsídios calculados para patrocinadores, organizadores e para a receita da cidade. [...] Na instituição, o cargo de diretor de museu, cada vez mais se divide entre diretor artístico e diretor financeiro (1996:223).

No Masp, observamos eventos influenciados pelas características da indústria cultural na década de 90, principalmente em 1997, quando completou 50 anos e buscou sua “popularização”. No entanto, os trabalhos educacionais, que possivelmente justificam a democratização, atingem uma porcentagem muito pequena dos novos visitantes e não podem ser considerados suficientes para afirmar que partiu para uma democratização cultural.

Para exemplificar esse período de “popularização”, podemos lembrar da exposição de *Monet - O Mestre do Impressionismo*, que ali aconteceu de maio a agosto de 1997. Tal evento causou grande euforia na mídia e atingiu um público de 401.201 visitantes, dos quais cerca de 300 mil nunca tinham ido a um museu antes. Esse número é quatro vezes maior do que o que costuma freqüentar o Masp em temporadas normais.

Para o presidente do Masp, Júlio Neves, essa teria sido uma primeira grande conquista em busca da “popularização”, como ele mesmo coloca em entrevista:

Lina Bo e Pietro Bardi: o "popular" na história do Masp

Fizemos isso com Monet, com Michelangelo, e estamos fazendo com Portinari. [...] Percebe-se aí parte de nossa política de popularizar o museu. Em 1996, tivemos no museu 170 mil pessoas, ao longo do ano inteiro. Média muito boa. Todavia queremos mais. E podemos ter. Para 1998, vamos mudar o conceito, trabalhando com a meta de 1 milhão. Então, esta é a prioridade: levar um número cada vez maior de pessoas ao museu (Vogue, s.d.).

Apesar do investimento nessa proposta, o Masp não alcançou mais números de visitantes como a exposição de Monet em 97. O máximo que obteve foram 200 mil visitantes em 98, na exposição de Portinari, conforme dados fornecidos pelo Masp. É necessário lembrar que a mídia também não se dedicou tanto à divulgação, como fez na temporada de Monet.

Junto à proposta de "popularização", o Masp abre maior espaço para os patrocinadores que investem nas exposições, que exigem a divulgação necessária para que, em troca, tenham um rendimento lucrativo. Júlio Neves justifica que é a única forma de se sustentar um museu que gasta R\$ 3 milhões por ano apenas para estar com as portas abertas sem qualquer exposição.

O papel do museu é oferecer condições para que as empresas coloquem o dinheiro e recebam o retorno. No museu é a mesma coisa. O empreendedor quer saber o que ele tem em troca. Ele pede para colocar um banner no prédio e você diz não. Então ele argumenta: por que não, se isso é feito em todos os lugares do mundo? Agora vêm as pessoas reclamar que coloquei meia dúzia de cartazes lá? Besteira! O importante é a renda para o Masp (Vogue, s.d.).

Como observa Huyssen, podemos notar nesse período que "o museu não é mais guardião do tesouro e artefatos do passado, que eram discretamente exibidos para um grupo seleto de experts e connaisseurs" (1996: 232). Agora o museu faz parte dessa indústria da cultura e se entregou à cultura capitalista do espetáculo.

NOTA

⁽¹⁾ Movimento que apresenta características como a presença de atitudes dominadoras e agressivas, revolta contra o passado que é visto como algo morto e passivo. Culto ao progresso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARANTES, Antônio Augusto. *O que é cultura popular*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- BARDI, Lina Bo. *Museu de Arte de São Paulo*. São Paulo: Editorial Blau, s/d.
- BARDI, Pietro Maria, *História do Masp*. São Paulo: Instituto Quadrante, 1992.
- BENJAMIN, Walter. *A Obra de arte e sua reprodutividade técnica*. São Paulo. In *Obras escolhidas – Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- CALDAS, Waldenyr. *Cultura de Massa e Política de comunicações*, 2ª ed. São Paulo: Global, 1991.
- CALDAS, Waldenyr. *O que todo cidadão precisa saber sobre cultura*. São Paulo: Global, 1996.
- CALDAS, Waldenyr. *O Lixo do luxo: o consumo da elite e da periferia*. In: Corrêa, Tupã G. & Freitas, Sidinéia G. (org.) *Comunicação, Marketing, Cultura: Sentidos da Administração, do Trabalho e do Consumo*. São Paulo: ECA/USP, 1999.
- CHAUÍ, Marilena. *Conformismo e Resistência: aspectos da cultura no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- CHAUÍ, Marilena. *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. São Paulo: Cortez, 1993.
- COLEÇÃO Lino Bo e P. M. Bardi no acervo Masp. Catálogo Masp, s/d.
- CONH, Gabriel. *A atualidade do conceito de indústria cultural*. In: MOREIRA, Alberto da Silva (org.) *Sociedade Global: Cultura e Religião*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- FREITAS, Consuelita R da S. *Museus, indústria cultural e indústria do consumo: O Masp*, 1998. (Trabalho de conclusão de curso. Escola de Sociologia e Política de São Paulo)
- HUYSSSEN, Andreas. *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- VOGUE BRASIL ESPECIAL. *Masp: 50 anos*. São Paulo. São Paulo, nº 241, 1997.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

OS SIGNOS MÍTICO-SAGRADOS NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Marcia Reami PECHULA
Professora no Instituto de Biociências
da UNESP/Rio Claro

RESUMO

O estudo parte da hipótese de que os veículos de comunicação de massa, que informam as descobertas e invenções científicas em nome do conhecimento científico-racional, empregam signos que representam o mundo mítico-sagrado (que se expressam de forma misteriosa e mágica), criando no telespectador ou leitor um imaginário que dá continuidade às visões mítico-sagradas. Estabelece-se aí um paradoxo, pois, na divulgação científica apresentada em nome do conhecimento científico-racional, há uma continuidade dos signos mítico-sagrados e estes, por sua vez, sustentam um imaginário, no qual o produto apresentado em nome da ciência gera uma visão coletiva ingênua e "encantada", fazendo parecer que a ciência possui o poder de explicar e solucionar os problemas. Esses signos sustentam-se, sobretudo, em função do referencial arquetípico proveniente do imaginário mítico-sagrado presente na cultura humana.

Palavras-chave: Mítico-sagrado. Ciência. Meios de comunicação de massa.

ABSTRACT

This study starts with the hypothesis that mass media vehicles, which inform discoveries and scientific inventions- rational scientific knowledge, make use of signs that represent the mythical- sacred world (expressed in a mysterious and magical way), creating in the telespectator or reader, an imaginary realm that gives continuity to the mythical-sacred visions. Here is a paradox, since in the scientific publications of scientific – rational knowledge there is a continuity of the mythical- sacred signs and they, on their turn, maintain an imaginary realm in which the product, presented in the name of science, produces a naive and “enchanted” collective vision, giving the impression that science has the power to explain and solve problems. Such signs are maintained specially due to the archtypical referential from the mythical-sacred realm that exists in human culture.

Key-words: *Mythical-sacred. Science. Mass media communication.*

INTRODUÇÃO

A produção do conhecimento inspirada pelas bases do Iluminismo do século XVIII e do empirismo (cujas raízes remontam a Bacon) resultam, invariavelmente, na compreensão da ciência como a mentora do conhecimento, capaz de “decifrar” o mundo, o homem, a natureza, geralmente com o intuito de compreendê-los melhor e mais profundamente. O conhecimento científico, porém, não surge no século XVIII, suas raízes remontam ao advento da filosofia grega, que surge no século VI a.C.

Chegamos ao século XXI e a propagação desse tipo de conhecimento (em plena era do hiperdesenvolvimento das mídias) torna-se cada vez ágil. O acesso às informações científicas extrapola os bancos das academias, os centros e laboratórios científicos, alcançando as casas dos ouvintes, telespectadores e consumidores de informática (“internautas”) e permitindo um grande trânsito de informações acerca de boa parte das grandes invenções, descobertas e criações das ciências do mundo atual. Esse trânsito é decorrente do fato de que a ciência é concebida como a forma mais verdadeira de conhecimento que existe. Torna-se a maior fonte de crédito para a solução de todos os problemas existentes, ao

Os signos mítico-sagrados na divulgação científica...

mesmo tempo em que proporciona o “sonho” de realização da felicidade humana.

As descobertas e criações científicas no século XX, inevitavelmente, geram o aumento de interesse por esse tipo de conhecimento e, ao mesmo tempo, impulsionam as expectativas em relação ao conhecimento científico. Nesse contexto, a ciência passa a traçar um novo imaginário social¹ (superando aquele implantado pela ciência medieval de que a Terra é o centro da habitação divina e, em parte, o imaginário moderno de dominação da natureza em favor da felicidade humana), sustentado pela “fé” nas descobertas e criações científicas.

Esse ideário, fruto da racionalidade moderna, é posto em questionamento a partir da metade do século XX, entretanto, sua repercussão social ainda não põe em risco o imaginário de que a ciência é a maior fonte de solução dos problemas. As descobertas, sobretudo nos campos da física e da biologia, impulsionam avanços (por exemplo, na medicina) que sustentam a confiabilidade na ciência. Esse imaginário é fomentado pelos meios de comunicação que, nas palavras de Esther Diaz (1996: 25), “substitui o que antes estava destinado aos santos e aos sábios”. Nessa ótica, a informação científica, divulgada pelos meios de comunicação de massa, sustenta um imaginário de que o conhecimento científico é, dentre todos, o mais digno de “crença”, aceitação e confiança.

A ciência, porém, não é a primeira e nem tampouco a única forma de conhecimento possível. Anteriormente ao uso da razão, o homem cantou, dançou, ritualizou e narrou sua compreensão de mundo constituída por bases não racionais. Estas compreendem as explicações míticas e religiosas, formas primeiras de explicação do mundo, vivas na experiência e na memória da humanidade desde tempos imemoriáveis até os dias de hoje. Tais explicações formam a concepção sagrada de mundo, quer dizer, que se sagrou, que se refere às coisas divinas (religiões, mitos, ritos). Do latim *sagrar*, aquilo que é dedicado aos deuses, ao serviço divino.

“No início era o caos”...Do caos irrompe a vida, surge o espaço, a forma, a experiência sagrada: “no instante em que um deus manifesta a vontade de dar nascença a si próprio ou ao outro deus, de fazer surgir o céu e a terra, ou o homem, emite um som. Expira, suspira, fala, canta, grita, ulula, expectora, vomita, tropeja ou toca um instrumento musical” (Schneider, apud Beaini, 1995:23). O som, o conhecimento e o reconhecimento da natureza, instauram a manifestação da vida, a criação do nome, os gestos que recuperam a origem, fruto da experiência do homem com a natureza que o cerca. Mircea Eliade (1992: 14-15) define essa experiência de hierofania (algo de sagrado que se nos revela).

Eliade (1992: 82-5) afirma que os mitos, enquanto uma expressão do sagrado, narram uma história, que remete àquilo que os deuses, os seres divinos fizeram no começo dos tempos. Assim, os mitos são narrativas que resgatam o início da existência de todas as coisas, isto é, revelam como tudo passou a existir. Na perspectiva jungiana essas narrativas representam todo o material arquetípico, que se faz presente nas relações coletivas. Os arquétipos são “os elementos estruturais da psique inconsciente, formadores de mito... São certas estruturas das imagens primordiais da fantasia inconsciente coletiva e categorias do pensamento simbólico, que organizam as representações originadas de fora” (Mielietinski, 1987: 69). Os mitos, para Jung, conduzem às fontes originárias, presentes no inconsciente coletivo. Os arquétipos possuem duas representações: primeiramente, são imagens, personagens, papéis a serem desempenhados; em segundo lugar, eles representam o processo de individuação, se fazendo representar também na consciência individual.

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Muito embora o mito e a expressão religiosa tenham sido a primeira forma de conhecimento do mundo, a partir da constituição do conhecimento racional, este se coloca, na concepção grega, como superação das formas precedentes. Assim, o conhecimento científico-racional passa a representar a superação do conhecimento mítico-sagrado.

Essa máxima que se consubstanciou, sobretudo após o período iluminista, apresenta, a nosso ver, um paradoxo, pois estudando as formas de conhecimento sustentadas nos mitos e na concepção sagrada e, em continuidade, a história do pensamento científico, percebemos que algumas referências da primeira forma (mítico-sagrada) se apresentam na segunda (científico-racional). Surge, então, o problema que envolve a investigação que, partindo dos estudos da dicotomia entre a relação sagrado-profano, prevê a presença dos signos mítico-sagrados na divulgação da ciência pelos meios de comunicação de massa, proferida em nome do conhecimento científico-racional.

É sabido que o avanço tecnológico propicia o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, que se tornam, basicamente, os principais veículos de informação dos fatos, dos acontecimentos, das descobertas e criações científicas. Dessa forma, partiremos da hipótese de que os veículos de comunicação de massa, quando se propõem a informar as descobertas e invenções científicas, o fazem em nome do conhecimento “dito” científico (e nesse propósito se destacaria o

Os signos mítico-sagrados na divulgação científica...

conhecimento de ordem científico-racional, portanto, profano). Entretanto, ao produzirem a informação acerca da descoberta, ou criação científica, continuam utilizando alguns signos que representam o mundo sagrado e mítico, que se expressam de forma misteriosa e “mágica”, criando no telespectador, ou leitor, um imaginário que dá continuidade às visões mítico-sagradas, porém apresentadas em nome da produção científica, que assumem um papel substitutivo da crença religiosa (mítica e sagrada) existente anteriormente. Nessa perspectiva, há uma continuidade dos signos mítico-sagrados na comunicação profana produzida pelos meios de comunicação de massa, sustentando um imaginário no qual o produto apresentado, em nome da ciência, gera uma visão coletiva ingênua e “encantada”, fazendo parecer que a ciência possui o poder de resolver e solucionar os problemas, descobrir e inventar as melhores coisas para a satisfação e conforto humano.

O motivo da análise estar focada nos veículos de comunicação de massa deve-se ao fato de que estes ocupam, atualmente, um espaço significativo na divulgação do conhecimento científico, sob a forma de informação de notícias. Outra “razão” é a de que o número de veículos (programas televisivos e segmentos impressos) de divulgação desse tipo de conhecimento não só tem aumentado significativamente, como também tem se tornado cada vez mais atraente aos olhos dos receptores, que passam, muitas vezes, a preferi-lo mediante as formas institucionalizadas de aquisição de conhecimento (tal como a escola, por exemplo). Dessa forma, um leitor da revista *Superintessante*, por exemplo, mesmo que não possua uma formação escolar razoável, sente-se bem informado acerca das descobertas e invenções científicas.

Umberto Eco, na obra *Apocalípticos e Integrados* (s/d: 335), afirma que a

“TV não é um gênero, é um ‘serviço’: um meio técnico de comunicação, através do qual se podem veicular ao público diversos gêneros de discurso comunicativo, cada um dos quais corresponde não só às leis técnico-comunicativas do serviço, como também às leis típicas daquele dado discurso; em outros termos, um documentário jornalístico transmitido pela TV (ideado pela TV) deve, antes de tudo, satisfazer certas exigências da comunicação jornalística”.

Consideramos que essa concepção pode abranger, também, todos os demais veículos de comunicação, tais como o rádio, as revistas, a comunicação on-line etc. Compreendendo, dessa forma, aquilo que concebemos por mídia. A mídia, no conceito estabelecido por Eco como meio para “servir”, ou melhor, para produzir a comunicação, necessita identificar seus receptores, isto é, “precisa

saber a quem ela se dirige e o que eles fruem quando se encontram diante dela” (Eco, s/d: 337).

Para aprofundar essa concepção, faz-se necessário compreender duas questões, quais sejam, a necessidade de a mídia produzir a informação para comunicar aquilo que deseja, e os mecanismos que ela utiliza na produção da informação. Partindo-se do princípio de que a informação é constituída de linguagem que se expressa por meio dos códigos, estes, por sua vez, só podem ser compreendidos inseridos na cultura à qual pertencem. Dessa forma, cada cultura possui um conjunto de códigos específicos para produzir a informação que gera a comunicação. A informação da notícia é, então, fabricada, formada, a partir do contexto cultural determinado socialmente (constituído, principalmente, pelos fatores político-econômicos).

Com o advento da TV e mais tarde do computador, a informação adquire um caráter massivo, fazendo surgir a indústria da informação que produz a comunicação de massa. Segundo Denise Siqueira (1999: 25), “o papel da informação na sociedade pós-guerra se torna de tal forma relevante que vem à luz o termo sociedade da informação. Nela vive-se cultural, política, científica e economicamente em torno da circulação de informações”. Surge a indústria da informação e da cultura, dando origem ao fenômeno da indústria cultural. A informação passa a ser um produto quantificado economicamente, ou seja, “quanto maior a quantidade de informação, maior o lucro. Informação e cultura, inegavelmente, tornam-se bens econômicos no século XX” (Sodré, 1987: 51).

Inserida nesse contexto, a ciência é transformada em notícia; a pesquisa torna-se fonte de divulgação científica para a massa e, mesmo que ainda em processo de hipótese e elaboração, é rapidamente divulgada. Contudo, geralmente, não aparece como processo e nem são apresentados os problemas e conflitos inerentes à sua produção. Ao contrário, a pesquisa é divulgada como a descoberta, a criação já acabada ou com o início de uma descoberta que inexoravelmente alcançará o seu intento. O receptor (telespectador, leitor etc.), sem o saber, torna-se consumidor desse tipo de informação.

A segunda questão refere-se à ideologia produzida na divulgação científica. Esta tece um imaginário que, simultaneamente, atende às necessidades e objetivos da mídia e provoca uma sensação de “satisfação” no receptor, fazendo com que ele se sinta “bem informado”. Nesse propósito de produção ideológica, é criado um cenário na divulgação científica, no qual o discurso é proferido em nome do conhecimento científico-racional, mas elabora um imaginário que remete o receptor a uma visão “encantada” acerca da ciência. A produção da divulgação transforma esse conhecimento em espetáculo. Nas palavras de Marilena Chauí (1993: 6-7):

Os signos mítico-sagrados na divulgação científica...

“a mídia produz uma inversão fantasmagórica dos conhecimentos: pesquisas e resultados científicos são apresentados como magia, enquanto magia, astrologia, quiromancia e assemelhados são apresentados como saber científico”. Nessa perspectiva, a ciência aparece na maioria dos meios de comunicação com uma “roupagem” sensacionalizada, espetacularizada, o que provoca no receptor um imaginário mitificado e, muitas vezes, visto sob a ótica do sagrado, ou seja, de tal forma esplendoroso que substitui a explicação de ordem religiosa, não a superando, mas ocupando o seu lugar.

Segundo Pierre Bourdieu (1997: 23), “os meios de comunicação exercem um poder significativo sobre seus receptores”. Afirma que “a televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população”. Para tanto, “ela sabe lidar, extraordinariamente, tanto com as palavras quanto com as imagens, pois, paradoxalmente, o mundo da imagem é dominado pelas palavras”. Nomear, lembra o autor, “é fazer ver, é criar, levar à existência”, por isso as palavras podem produzir “milagres”, ideologias (concebidas como representações falsas), crenças, teorias, podem criar fantasias e medos que podem causar estragos. Dessa forma, as palavras empregadas tanto na TV quanto na comunicação impressa têm o poder de produzir o extraordinário, chamar a atenção pelo impacto que produzem, transformando as notícias em grandes atrações. Provocam uma ambigüidade: ao mesmo tempo em que são empregadas com força o suficiente para serem introjetadas e criarem o imaginário desejado, sofrem um processo de banalização, uniformização, perdendo, muitas vezes, sua riqueza sónica, seu universo de representações. Essa postura pode ser verificada, principalmente, nos meios de comunicação de massa, que trabalham com a divulgação abrangente, isto é, com número muito variado de notícias direcionadas a vários campos diferentes. Esses meios agem de forma muito semelhante, pois disputam a audiência entre si. Por isso, as notícias sofrem um processo de homogeneização, isto é, adquirem uma roupagem semelhante com a finalidade de chamar a atenção. O apelo, com variações na forma, é igual no conteúdo. Assim, se um jornal, uma revista, ou um programa de TV traz uma manchete impactante para chamar a atenção para uma notícia, todos os concorrentes, salvo raras exceções, seguem o mesmo exemplo, com pequenas variações na forma. A notícia acaba adquirindo um perfil homogêneo, com discurso (texto) semelhante. É sempre rápida, com vocabulário simples, não havendo grande variação entre os diferentes assuntos divulgados. O perfil de texto de uma notícia científica é semelhante ao de qualquer outra área de conhecimento. As notícias de ciência e tecnologia, segundo Denise Siqueira (1999: 56-58), utilizando a leitura de Martin Esslin, “correm, inclusive, o risco de serem deturpadas e, geralmente, são banalizadas, no afã dos meios de comunicação de massa se tornarem esse tipo de notícia tão atraente quanto quaisquer outros”.

Embora as considerações citadas sobre a produção da divulgação científica nos meios de comunicação de massa sejam muito pertinentes (e estejam em concordância com nosso ponto de vista), em nossa leitura, entretanto, elas não são suficientes o bastante para explicar o problema posto acerca da presença dos signos mítico-sagrados na divulgação da ciência. A “roupagem” produzida para a informação científica tem sua eficácia garantida não somente porque possui mecanismos ideológicos eficientes para a produção do imaginário desejado, mas também e, principalmente, porque, enquanto um fenômeno cultural, a ciência resgata, por detrás do discurso científico-racional, arquétipos coletivos (de arché que significa princípio e typos que significa marca, modelo), heranças culturais de formas e representações simbólicas que a sociedade possui.

Segundo a teoria de C. Jung (2000: 16), “os arquétipos são padrões existentes na psique humana que se manifestam no coletivo como modelos de referência que os seres humanos possuem desde os tempos remotos dos mitos, permanecendo nos ritos religiosos”. Em nosso ponto de vista, eles podem ser observados também no imaginário produzido pela divulgação científica dos meios de comunicação de massa. Na obra *Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo* (2000), define o termo arquétipo como proveniente do tempo de Philo Judaeus, com referência à Imago Dei (imagem divina) no homem. Isso significa que “estamos tratando com tipos arcaicos ou, melhor dizendo, primordiais, isto é, imagens universais que existem desde os tempos mais remotos”. Podemos verificar esses arquétipos nos tipos que eles expressam. O sentido do termo tipo “designa um traço característico da personalidade ou de um conjunto de qualidades que parecem surgir juntas e que se repetem espontaneamente em modelos identificáveis” (Johnson, 1989: 39). Os tipos são idealizados pelos seres humanos, mas não realizáveis, pois são modelos de personalidade ou padrões de comportamento. Por isso, os arquétipos podem expressar, no imaginário humano, as combinações de vários tipos. Podemos citar modelos que variam desde a expressão do “bem” como o herói que salva sua pátria, que aparece nos mitos de heróis: Hércules, Ulisses, ou ainda os heróis das histórias em quadrinhos e desenhos animados que sustentam o imaginário mítico, ao mesmo tempo que tornam presente a explicação científica que aparece ora como fruto da magia (exemplo, Super-Man), ora como produção de laboratório (exemplo, Batman).

Os arquétipos, nas palavras de Jung (2000: 53-54), “indicam a existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo o tempo e em todo lugar. Por isso, representam o modelo básico do comportamento humano”. É importante compreender que eles não possuem uma ordem de caráter pessoal. Ao contrário, “são de ordem impessoal (não dependem da personalidade, da individualidade), mas são manifestações do inconsciente coletivo” (Jung, 2000:

Os signos mítico-sagrados na divulgação científica...

13 e 54). Seguindo essa linha de raciocínio, os modelos arquetípicos podem se expressar das maneiras mais variadas, podendo aparecer, inclusive, nas notícias divulgadas pelos meios de comunicação, uma vez que eles estão presentes no inconsciente coletivo.

Com base nas premissas das referências arquetípicas de Jung, a produção da notícia científica faz parte do imaginário no qual a ciência aparece como a “grande mãe”, aquela que, sendo a origem, explica e resolve os problemas. Nessa acepção, a ciência, ou melhor, as descobertas e invenções científicas “substituem” as explicações mítico-sagradas de mundo. Nas duas concepções descritas, a divulgação científica utiliza os signos da concepção mítico-sagrada de mundo.

Simultaneamente ao aspecto psicológico jungiano, o processo de rememoração da cultura pode ser interpretado também na perspectiva da semiótica da cultura que concebe a cultura enquanto a “organização e conservação da informação “impressas” na longevidade dos textos e dos códigos da memória coletiva” (Lotman, Uspenskii, 1981: 42). Nesse sentido, a presença dos signos mítico-sagrados no conhecimento científico-racional é o reflexo da manutenção tanto da memória coletiva, quanto dos arquétipos do inconsciente coletivo da teoria jungiana.

ILUSTRAÇÃO DOS SIGNOS MÍTICO-SAGRADOS NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

O espaço para a divulgação da ciência nos meios de comunicação de massa é variado. Nos meios não específicos, como os telejornais, as matérias de divulgação científica aparecem em meio às demais e com o mesmo perfil, isto é, sem aprofundamento, são rápidas e com vocabulário “simplificado” (sem termos específicos e técnicos). Em programas de TV específicos sobre ciência, o que mais compromete é o horário. Raramente, esses aparecem em horários “nobres” (que apresentam grande índice de audiência). Ou quando aparecem estão em TVs pagas (canais fechados), cuja audiência não permite concorrência com os canais abertos. No caso das revistas, a situação não é muito diferente. Apesar de haver uma produção de segmentos voltados especificamente para a divulgação científica, a tiragem desses segmentos perde, de longe, para os segmentos de informações variadas. Exemplificando: enquanto a revista *Superinteressante* possui uma tiragem de 350 mil exemplares, a revista *Época* conta com um número quase três vezes superior, 900 mil exemplares.

Na tese de Denise Siqueira (1999: 71), “a repetição dos procedimentos de veiculação, uma das características da televisão, faz analogia com os rituais”.

E o ritual reforça a mito. O horário, a organização, as imagens de abertura, a música implicam rituais. E o ritual evoca o mito. Segundo Siqueira (1999:72-4), “a ciência dá margem ao uso dos mitos, à medida que ela se torna cada vez mais complexa. Quanto maior for a distância entre o produtor da ciência (cientista, ou instituição responsável) e o receptor leigo da informação, maior será o espaço para o alojamento de explicações míticas”. É nesse espaço que o imaginário mítico-sagrado é construído. Na televisão, afirma a autora, a ciência é trazida para o plano do conhecimento comum, virtualmente partilhado por todos os membros da sociedade. Para tanto são utilizados os elementos míticos que promovem o “reencantamento do mundo”. E, continua Siqueira, “apesar do mito pertencer à esfera do simbólico e a ciência à esfera da racionalidade, essas esferas não são estanques e se comunicam continuamente”. Nessa perspectiva, não se pode dizer que o mito perdura somente enquanto a explicação racional não se constitui. Ele representa uma fala (Barthes), uma interpretação que remete ao imaginário, ao mundo da sensação, da emoção. É dessa forma que o apelo sensacionalista de alguns programas sobrepõe a emoção à informação. Na leitura de R. Barthes (1993: 163-64),

“o mito restitui uma imagem natural do real... é constituído pela eliminação da qualidade histórica das coisas. Isso quer dizer que a história é substituída pela imagem da natureza. Nesse sentido, ele “não nega as coisas”, sua função é, pelo contrário, “falar delas; simplesmente purifica-as, inocenta-as, fundamenta-as em natureza e em eternidade, dá-lhes uma clareza, não de explicação, mas de constatação”.

Sua função é transformar uma intenção histórica em natureza, uma contingência em eternidade. Nesse sentido, está vinculado a uma ideologia, que é impermeável à história (idem: 178).

Ampliando as referências acerca da questão, mito, na perspectiva jungiana, expressa a existência arquetípica que remete aos tempos remotos, arcaicos. Por isso, pode-se creditar aos signos mítico-sagrados a eficiência com que são reproduzidos nos meios de comunicação, uma vez que atendem a essa necessidade apontada por Jung. Nessa ótica, a produção sensacionalizada da divulgação científica obtém grande sucesso, porque, mais do que os mecanismos ideológicos eficientes que possui, conta com essa necessidade humana de retorno aos tempos arcaicos, que, por meio dos arquétipos, nutrem, no inconsciente coletivo, o imaginário da visão que remonta ao mundo explicado pelo “encantamento” da natureza, principalmente a humana. Os arquétipos dos mitos também remetem aos modelos arcaicos das crenças, dos sentimentos e dos desejos humanos, tais como o amor, o ódio, a inveja, a juventude eterna, a beleza, o destino etc.

Os signos mítico-sagrados na divulgação científica...

Utilizaremos, como exemplo ilustrativo dessa afirmação, um episódio do programa *As fronteiras da Ciência*, exibido às segundas-feiras, às 21h, na Discovery. Nesse episódio (27/11/2000), intitulado *A Ciência do Pecado*, a proposta era a de “colocar os chamados sete pecados do capital sob o microscópio e analisá-los à luz da teoria genética”. O programa é iniciado com as imagens de um bebê nu, muito branco e de olhos azuis que “navega” livremente em meio às nuvens de um céu lindo e azul. Essas imagens por si sós já são um arsenal signífico repleto de arquétipos mítico-sagrados. O imaginário é o de um anjo. “Um bebê humano”, diz o narrador, “é o retrato perfeito da inocência, imaculado, distante das tentações, livre dos pecados. Será isso uma ilusão? De onde virão nossas fraquezas humanas? Como elas nos conduzem às ações mais perversas, chegando ao descontrole? Nós ansiamos por emoção e divertimento, temos cobiça, somos obcecados pela avareza e inveja. Quando somos seduzidos por uma vida de pecados podemos nos tornar infelizes e desesperados”. Acrescenta que “os cristãos medievais chamavam esses sentimentos de pecados capitais”; e anuncia que essa máxima, porém, hoje é estudada pelos cientistas como “traços da personalidade constituídos por um importante componente genético, o DNA”. Afirma que essas pesquisas revelam resultados surpreendentes, às vezes até perturbadores.

O primeiro episódio revelador dessas pesquisas conta a história de um jovem norte-americano chamado John, que, em 1979, assassinou brutalmente um casal de idosos. O jovem, condenado por estelionato, estava fugindo da prisão, quando resolve bater à porta de uma casa para solicitar o uso do telefone, alegando uma emergência. Enquanto está ao telefone, vê o anúncio de sua fuga pela TV. Apavora-se e assassina o casal com frieza e brutalidade. Entretanto, não foge; é preso e sentenciado à pena de morte.

O narrador informa que “John era filho adotivo e sua mãe, psicoterapeuta, acreditava que uma criança criada num lar com amor e princípios morais se tornaria um adulto equilibrado”. Tendo seus princípios desmentidos, “sua mãe embarcou numa batalha para descobrir a verdade sobre seu filho”. Recordou que John sempre tivera menor desempenho na escola e, desde criança, roubava pequenas coisas de sua bolsa, de seu pai e de seus colegas. John teve problemas de aprendizado desde os sete anos de idade. E, cedo, começou a apresentar problemas como pequenos furtos e mentiras. A mãe retornou à agência de adoção e solicitou dados da família biológica de John. Em posse dos dados de seu passado genético, uma neuropsicóloga traçou sua árvore genealógica. Nesse processo, retrocedeu mais ou menos seis gerações e constatou uma série de problemas de várias ordens: doença mental, internações por alcoolismo, drogas. Descobriu que o pai biológico de John foi morto num assalto aos vinte e dois anos de idade. Sua mãe biológica era alcoólatra e esteve internada várias vezes durante a gestação. Do alcoolismo

de sua mãe, John herdou a síndrome alcoólica fetal, que causa danos cerebrais permanentes. Os portadores dessa síndrome têm problemas de memória e julgamento. Eles agem impulsivamente e não aprendem com a experiência. A análise dos exames concluiu que John “é resultado dessas duas heranças genéticas: a paterna, que possuía sérios problemas de delinqüência, e a materna, que foi causa da sua doença”. A advogada utilizou esses dados para montar o recurso de suspensão de sua sentença. Mostrou que todos os seus distúrbios eram devidos à herança genética e que esses distúrbios não apareciam em sua família adotiva. O recurso foi aceito pelo júri e a sentença de John foi revertida para a prisão perpétua. O narrador termina a exposição do caso, dizendo que “a natureza genética e a síndrome alcoólica fetal uniram-se para determinar o destino trágico de John”.

O programa não faz qualquer menção à visão religiosa, sagrada. Porém, as imagens mostradas e as palavras “pecado” e “destino” remetem, inevitavelmente, ao imaginário signico religioso. Apesar de ter por objetivo central a exposição da pesquisa científica que se sustenta na teoria genética e leitura do DNA, a teoria e o método científicos pouco aparecem e, por isso, a idéia que permanece para o telespectador (principalmente o leigo) é a de que há um destino traçado para as pessoas e que a educação familiar ou social pouco ou nada podem fazer para mudar esse destino.

Ora, o imaginário que se tem acerca do destino humano está diretamente vinculado a dois fatores: o mítico e o religioso. Os gregos, por meio dos mitos, acreditavam no destino que era determinado pelas moiras, palavra de origem grega que significa “obter ou ter em partilha, obter por sorte, repartir, donde Moira é a parte, o lote, o quinhão, aquilo que a cada um coube por sorte, o destino” (Brandão, 1991: 140-41).

O entendimento que o destino é uma força que determina todos os acontecimentos é muito presente no imaginário humano. A ciência, é claro, não concebe essa força. Entretanto, num programa como o analisado, quando os princípios explicativos da ciência não são colocados com clareza e são mantidos os signos que remetem ao sagrado (imagens e palavras), a visão apresentada nessa acepção, ao invés de superar a idéia de destino, existente desde tempos remotos no imaginário humano, acaba por reforçá-la. Reforçando-se a idéia de destino, mantém-se, sustenta-se o imaginário mítico-sagrado.

Isso não quer dizer que haja um propósito no programa em dar continuidade a esse imaginário. Pelo contrário, a intenção de um programa como esse é a de, obviamente, superar a idéia de destino como algo proveniente de forças superiores, transcendentais. Entretanto, ao utilizar, ao empregar os mesmos signos (presentes

Os signos mítico-sagrados na divulgação científica...

nas imagens e nas palavras), o programa acaba, em nossa leitura, reforçando o imaginário em vez de superá-lo. Isso ocorre porque o reforço não está na explicação científica, recente e complexa, mas na demonstração de que, mesmo que seja por meio de componentes genéticos, há um destino que determina os rumos das ações e acontecimentos humanos.

Um outro exemplo que reforça o estudo aqui proposto é extraído de uma matéria do encarte especial revista *Superinteressante* (Setembro, 1999), intitulado “XX o século da ciência”. A matéria, cujo título é “Depois de Dolly, é a nossa vez”, diz o seguinte:

“O sucesso da ovelha Dolly, nascida em agosto de 1996, mostrou que já não existe qualquer obstáculo prático que impeça a clonagem de seres humanos. Gente interessada em produzir uma cópia de si mesma não falta e vários cientistas estão na parada pelas glórias dessa proeza. Em dezembro de 1997, o americano Richard Seed, especialista em reprodução humana, anunciou planos de produzir réplicas humanas. Outros logo o imitaram (p. 18)”.

A matéria alerta para o fato de que a clonagem de mamíferos é uma tarefa árdua, apenas um entre duzentos embriões clonados sobrevive. Mas, na seqüência, anuncia: “esses empecilhos podem atrasar o surgimento do primeiro clone humano. Mas que ele virá, virá”. A matéria, curta e superficial, é complementada por uma foto com uma imagem de várias meninas de aparentemente oito anos de idade, idênticas e vestidas iguais, sugerindo a clonagem coletiva.

O conteúdo informativo dessa matéria não é semelhante ao do programa analisado. Enquanto aquele sugere a idéia da existência de um destino, essa matéria, ao contrário, sugere o rompimento do estado determinado pela natureza. Porém, a elaboração do texto tece, no imaginário coletivo, a idéia de que, em breve, o homem dominará a natureza, solucionando os problemas. Essa premissa de dominação da natureza reflete a preservação do ideário da ciência moderna e, nesse, a imagem do criador adquire uma dimensão antropocêntrica, na qual o homem é posto no lugar de Deus, substituindo-o no controle da natureza. Ora, o “sonho” de os homens serem deuses, ou se transformarem em deuses, faz parte dos arquétipos coletivos e pode ser evidenciado desde o mito de Prometeu que, roubando o fogo de Zeus, o deu ao homem na esperança de que esse pudesse dominar Zeus.

Os estudos e as análises desenvolvidos nos deixaram algumas impressões que passamos a expor. A cultura ocidental, desde as suas origens gregas, tendeu a dicotomizar as formas de compreensão do mundo. O discurso acerca da razão

grega é entendido enquanto a superação da compreensão mítica e sagrada de mundo. Esse discurso perpassa toda a história do conhecimento ocidental. Nesse sentido, a visão intelectual que se formula a respeito do conhecimento verdadeiro é a de que ou a compreensão é mítica e sagrada e, nesse aspecto está vinculada ao mistério, ao inexplicável, ao “ilusório”, ou ela é racional e científica, e nesse propósito possui uma lógica de fundamentação do raciocínio, o que lhe delega a condição de conhecimento verdadeiro, porque necessário e universal (Aristóteles).

Apesar do discurso predominante ser o de que a ciência obedece a uma lógica racional, os signos de apreensão (tais como imagens e palavras) não obedecem, necessariamente, a essa ordem de raciocínio. Ao contrário, eles remetem, quase invariavelmente, a um imaginário mítico-sagrado no qual o discurso científico racional aparece com uma “roupagem” mágica, encantada, por isso sacralizada. A ciência, nesses meios de comunicação, é a “promessa” de resolução dos problemas (supera a doença, a velhice, as fronteiras espaciais etc).

Outra constatação resultante dos estudos é a de que todas as formas de compreensão tecidas pelo homem são reflexos de sua existência cultural e, por isso, construídas culturalmente. Nesse aspecto, podemos conceber o conhecimento humano como um fenômeno cultural. Os mitos seriam, então, narrativas construídas para explicar, à sua maneira, a relação existente entre homem-natureza e também a própria natureza humana. São, na expressão da semiótica da cultura, textos que escrevem e reescrevem a cultura, expressando os sentidos coletivos de uma sociedade. O conhecimento científico-racional não é diferente. Da mesma forma, constitui-se num produto cultural elaborado também com a finalidade de melhor compreender a relação entre homem e natureza. A dicotomia dos mundos mítico e racional construída pelos filósofos gregos e continuada pelos pensadores e cientistas até meados do século XX, na realidade, jamais pode ser “confirmada” pelos signos, que expressam não somente o aspecto teórico, mas, sobretudo, as referências culturais, produzidas pela linguagem.

Nesse sentido, nosso estudo resulta em duas constatações básicas: a primeira, de caráter epistemológico, inclina-se à afirmação de que, na realidade, a dicotomia sagrado/profano, na prática, não representou, em nossa cultura ocidental, a superação do primeiro pelo segundo. A segunda, de caráter semiótico, resulta da constatação de que os signos mítico-sagrados se fazem presentes na construção do discurso científico-racional, porque eles são constitutivos da necessidade humana de compreender imagicamente a sua existência. Por esse lado, o imaginário social é inerente à cultura humana e representa, sobretudo, sua forma de conceber o mundo. Não há como negar a existência, a necessidade do referencial signico presente nas formas de representação do mundo.

Os signos mítico-sagrados na divulgação científica...

Por isso, a constatação de que os textos de divulgação científica, produzidos pelos meios de comunicação de massa, estão repletos de signos mítico-sagrados não estabelece, aos nossos olhos, uma relação discrepante. Ao contrário, reflete a necessidade de construção do imaginário social, enquanto uma das bases de sustentação da cultura.

NOTA

⁽¹⁾ O termo significa a construção de modelos sociais concebidos padronizadamente. Exemplo: modelo de beleza ou concepção de valores. Nas palavras de Esther Díaz, "o imaginário social é uma complexa rede de relações entre discursos e práticas sociais. O imaginário interage com as individualidades e se constitui a partir das coincidências valorativas das pessoas. Instala-se nas distintas instituições que compõem a sociedade e atua em todas as instâncias sociais" (DÍAZ, 1996: 13).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, R. *Mitologias*, 9.ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.
- BEAINI, T. *Máscaras do Tempo*, Petrópolis: Vozes, 1995.
- BOURDIEU, P. *Sobre a Televisão*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BRANDÃO, J. *Dicionário mítico-etimológico*, 3.ed. Petrópolis: Vozes, 1991.
- CHAUÍ, M. A Crise na Educação Brasileira: Confusão Entre Privilégio e Direito, Comunicação no I Congresso Internacional – *Qualidade e Excelência na Educação*, Niterói (RJ), 1993.
- DÍAZ, E. (org). *La Ciencia y il imaginario social*, Buenos Aires: Biblos, 1996.
- ECO, U. *Apocalípticos e Integrados*, 2. ed., São Paulo: Perspectiva, s/d.
- ELIADE, M. *O Sagrado e o Profano*, São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- JOHNSON, R. A. *A Chave do Reino interior*, São Paulo: Mercuryo, 1989.
- JUNG, C. G. *Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo*, Petrópolis: Vozes, 2000.
- LOTMAN, I.; USPENSKII B.; IVANOV, V. *Ensaio de Semiótica Soviética*, Trad. Victoria Navas e Salvato T. de Menezes, Lisboa: Livros Horizonte, 1981.
- MIELIETINSKI, E.M. *A Poética do Mito*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

SIQUEIRA, D.C. *A Ciência na Televisão. mito, ritual e espetáculo*, São Paulo: Annablume, 1999.

SODRÉ, M. Sociedade e Informática; in CARNEIRO L. et al. *A Máquina e seu Avesso*, Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1987. p. 45-60.

XX O SÉCULO DA CIÊNCIA. Depois da Dolly é a nossa vez, *Superinteressante*, São Paulo: Abril, setembro/1999 (suplemento especial, fasc. 2).

UM NOVO OLHAR SOBRE A PESQUISA INSTITUCIONAL

Márcio Antônio Brás ROQUE
Diretor da Faculdade de Publicidade e
Propaganda da PUC-Campinas

RESUMO

Atividade básica e essencial no exercício das funções do profissional de Relações Públicas, a Pesquisa Institucional constitui o foco deste trabalho. Partindo da conceituação e da discussão dos diferentes tipos de Auditorias praticadas para a confecção do diagnóstico da empresa ou instituição, base na qual se fundamenta o planejamento em Relações Públicas, discutiremos uma nova proposta para organizar e recolher dados para executar a Pesquisa Institucional. Voltada à formação profissional e à capacitação dos formandos em Relações Públicas, nossa proposta contempla a integração dos modelos usuais de Auditorias (de Opinião, de Comunicação Organizacional e de Cultura Empresarial), na perspectiva de possibilitar uma análise integrada dos princípios que norteiam a vida da empresa/organização em que a atividade será implantada.

Palavras-chave: Relações Públicas. Pesquisa Institucional. Auditorias

ABSTRACT

Institucional Research as a basic and essential activity of the Public Relation Professional is the focus of this present work.

It started with the concept and discussion of the different kinds of Auditing used to draw a diagnosis of a company or institution, the basis for Public Relations planning -and gives the discussion of a new proposal to organize and collect data for Institucional Research. Our proposal aims at professional education and the qualification of Public Relation undergraduates, and at the integration of the usual Auditing patterns (Opinion Organizational Communication and Entrepreneurial Culture), in order to make it possible an integrated analysis of the guidelines of the company organization where the activity will be implemented.

Key-words: *Public Relations. Institucional Research. Auditing Organizational Communication.*

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Antes de darmos início ao planejamento de Relações Públicas, é necessário traçar de antemão um diagnóstico sobre a empresa na qual iremos ou estamos trabalhando. Esse diagnóstico é construído por meio do levantamento e obtenção de dados que possam estabelecer ou indicar quais as áreas ou setores que se encontram em dificuldade, os eventuais problemas ou as situações-problema que possam estar afetando o conceito e o posicionamento da organização junto aos diferentes públicos e à opinião pública (Kunsch, 1986:83).

O recolhimento de todas as informações e a análise pormenorizada dos elementos que possam estar interferindo no micro e no macroambiente da empresa constituem a tão conhecida pesquisa institucional. Tratada muitas vezes por pesquisa administrativa ou organizacional, diferenciação puramente ligada à existência de diferentes terminologias (ibidem:81), esse tipo de estudo inclui inúmeras possibilidades de se realizar um "levantamento de informações" tão amplo sobre a empresa.

É exatamente sobre esse assunto que iremos nos deter, discutindo uma nova proposta para pensar e realizar a pesquisa institucional, termo por nós considerado mais adequado, em decorrência do modelo a ser futuramente exposto. Para tal, iremos inicialmente nos deter na apresentação, discussão e ampliação conceitual de três tipos de auditorias praticadas pelos profissionais de Relações Públicas. Essas auditorias auxiliam, sobretudo, os alunos em fase de desenvolvimento dos Projetos Experimentais, no conhecimento profundo da empresa, proporcionando informações valiosas para a concepção do diagnóstico

Um novo olhar sobre a pesquisa institucional

e para o planejamento de Relações Públicas a ser implantado ou recomendado para uma determinada organização. Tais auditorias são, comumente, tratadas de forma separada, embora haja indiscutível relação entre as informações levantadas em cada uma dessas tipologias. O que pretendemos demonstrar é a íntima ligação existente entre elas e a pesquisa institucional.

AUDITORIA DE OPINIÃO

Relacionada ao conhecimento dos “recursos intangíveis da empresa, chamados imagem, cultura, identidade - antigamente reputação”, a auditoria de opinião pretende levantar “como a opinião pública [grifo nosso], pensa sobre a organização, sua imagem corporativa, seu posicionamento, a administração de sua imagem”[...] (Freitas & França, 1997:125).

Mestieri (In:Kunsch,1997:20) acrescenta que a auditoria de opinião deve ser entendida “como um exame analítico e pericial com o objetivo de se chegar a um balanço das opiniões”, utilizando para tanto um “levantamento cuidadoso das informações junto aos públicos de todos os segmentos de interesse de uma organização”.

Assim, a auditoria de opinião visa identificar dois grandes blocos distintos de informações:

1º) como a empresa age e reage frente à ética, qual a sua política de marketing, de vendas e de pessoal; qual o posicionamento da empresa frente à concorrência existente em seu cenário mercadológico; qual o posicionamento de comunicação adotado; qual a visão de mundo da empresa e como esta define sua missão empresarial;

2º) qual a opinião do público externo sobre a empresa e sobre suas atividades e produtos; quais os julgamentos e atitudes para com a empresa, suas atividades de relacionamento e seus produtos.

“Em resumo, a auditoria de opinião quer saber como a empresa pensa sobre ela mesma, ou seja, qual a imagem que pretende projetar de si mesma; em seguida, procura saber qual foi a imagem percebida sobre ela por seus públicos de interesse e pelo público em geral [grifo nosso] (Freitas & França, Ibidem:125).

Fortes (1998:84), pronunciando-se sobre o assunto, acrescenta que a auditoria de opinião é “um instrumento típico das Relações Públicas” [...], “convenientemente reservada aos públicos misto e externo” (1998:84).

A primeira questão que emerge de todas essas visões sobre a auditoria de opinião - e que converge conceitualmente na direção de sua amplitude e importância - está centrada no tipo de público que deve ser ouvido por ela. Freitas & França e Mestieri referem-se à opinião pública, públicos de interesse, segmentos de interesse para a organização. Fortes refere-se aos públicos misto e externo. Posicionamo-nos defendendo a necessidade de ouvirmos o público interno, os funcionários enquanto parte importantíssima da composição da imagem da empresa, interna e externamente a ela. Nesse sentido, comungamos a posição de Freitas & França (Ibidem:125), que sugerem, principalmente aos alunos, *"selecionar representantes de áreas vitais de seu interesse, dentro e fora da empresa, fazendo entrevistas programadas sobre a opinião que fazem da organização"*. Fortes (Ibidem:85) acrescenta que as perguntas dessas entrevistas devem englobar todas as angulações possíveis de serem analisadas,

"devem ser feitas informalmente, devendo o pesquisador promover as alterações que se impõem quanto ao aprofundamento de questões, mudando o enfoque, detendo-se na objetividade da matéria proposta e não se envolvendo solidariamente com as afirmativas do inquirido".

Isso posto, o autor recomenda uma abordagem qualitativa dos resultados, cuja exploração venha subsidiar a execução de estudos quantitativos mais detalhados, a partir dos problemas levantados.

Retomando a problemática dos públicos, sugerimos que a auditoria de opinião seja executada em todos os níveis: internamente, com funcionários dos mais diferentes escalões; com fornecedores, revendedores, acionistas, etc. (público misto); e externamente à empresa, com pessoas dos mais diferentes tipos, que possam emitir suas opiniões com fundamentação adequada, visando entender as múltiplas facetas que podem determinar a imagem da organização. A característica comum a todas as pessoas que devem ser ouvidas é a liderança.

Tais considerações aplicam-se igualmente às políticas e atividades de relacionamento com o público interno, ou seja, a todos os públicos de interesse da organização. Dessa forma, devem ser consultados não só os formadores naturais de opinião, como também os não tradicionais, que, em função de sua profissão ou atuação, mantêm contato direto com as pessoas que utilizam seus serviços profissionais ou de aconselhamento. Exemplificando, podem ser entrevistadas, além das pessoas-chave ligadas ao organograma da empresa e seus funcionários líderes: pessoas ligadas aos poderes público e religioso, às associações locais e clubes, à imprensa em geral, às companhias concorrentes e não concorrentes, aos fornecedores e distribuidores ou outros indivíduos ligados às atividades da empresa ou ao problema pesquisado.

Um novo olhar sobre a pesquisa institucional

O segundo ponto que merece destaque é constituído pelas diferentes técnicas e formatos de pesquisa que podem subsidiar a confecção da auditoria de opinião. Utilizando as categorias relatadas e discutidas na contribuição de Fortes (1998), sugerimos estas possibilidades de recolhimento de dados importantes para uma auditoria de opinião bem fundamentada:

- Pesquisas Internas de Motivação e do Clima Organizacional;
- Pesquisas Internas/Externas de Opinião e Atitude (públicos interno, externo e misto) e de Avaliação (proporcionada pela análise de clipping e de correspondências recebidas);
- Pesquisas Externas, principalmente Estudos de Mercado sobre a imagem das diferentes marcas produzidas pela empresa e pesquisa de imagem corporativa;
- Pesquisa de Apoio Técnico, com ênfase especial para a Pesquisa de Hemerografia e Clipping e
- Enquetes, incluindo a análise de arquivos, observações e conversas informais, estudo de sugestões, reclamações e queixas recebidas pela empresa e acompanhamento de pesquisas lançadas pela empresa na Internet.

Com os resultados proporcionados por todos esses instrumentos, a auditoria de opinião certamente dará conta de apontar os traços referentes à imagem da organização de forma completa, cobrindo opiniões de todos os públicos vitais para a empresa.

AUDITORIA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Procedimento ainda pouco comum, a auditoria de comunicação organizacional é entendida como um processo de diagnóstico que objetiva *examinar e melhorar* os sistemas e práticas da comunicação, desenvolvida pela empresa em todos os níveis, interna e externamente. Dessa forma, esse tipo de auditoria possui duas dimensões básicas:

1^a) avaliar o *sistema e as práticas da comunicação organizacional*, englobando as ações comunicacionais direcionadas a seu micro e macroambiente e

2^a) *estabelecer recomendações* para promover as melhorias e mudanças necessárias no sistema e nas práticas da organização (Madrid, apud Freitas & França, 1997:125-6).

A auditoria de comunicação requer, portanto, a análise dos problemas de comunicação existentes na empresa. Nesse sentido, quatro níveis¹ merecem especial atenção na realização dessa auditoria:

1º) *Nível intrapessoal*, no qual a preocupação central está no estudo do que se passa no interior do indivíduo durante o processo de aquisição, processamento e consumo de informações. A eficiência desse tipo de comunicação depende da capacidade, da suscetibilidade e do universo cognitivo do indivíduo/funcionário. A *pesquisa do clima organizacional* pode auxiliar na confecção da auditoria de comunicação, uma vez que é constituída por entrevistas com funcionários, tendo como objetivo conhecer a cultura e os valores da organização em relação à comunicação, fornecendo, também, informações relativas ao efeito de personalidades individuais no ambiente da empresa, auxiliando inclusive na determinação de cargos e funções. No mesmo rumo, *as pesquisas de motivação*, numa abordagem qualitativa, podem ajudar no entendimento dos eventuais problemas comunicacionais nesse nível.

2º) *Nível interpessoal*. Aqui, a comunicação entre os indivíduos, entre funcionários, entre estes e seus superiores, entre gerentes e diretores, entre diretores e funcionários, etc. é a grande fonte de dados a serem levantados para análise. Nesse caso, as *pesquisas de opinião* com o público interno, incluindo a *pesquisa do clima organizacional*, nos fornecem as informações pertinentes para conhecermos como se processa a comunicação entre as pessoas e como estas se afetam mutuamente, gerando mecanismos de regulação e controle característicos da cultura organizacional.

3º) *Nível organizacional*, em que se analisam as redes de sistemas de dados e dos fluxos que interligam os funcionários da organização e desta para com o meio ambiente. Outra vez podemos recorrer às *pesquisas do clima organizacional e de opinião do público interno* para a obtenção dessas informações. Ao mesmo tempo, dispomos da *pesquisa de imagem da empresa junto ao público externo e misto*, na qual o tipo, a forma, o conteúdo e a credibilidade da comunicação dirigida a esses públicos podem ser avaliados e compreendidos.

4º) *Nível tecnológico*. O foco principal recai na utilização dos equipamentos mecânicos e eletrônicos nos programas comunicacionais existentes para a produção, armazenamento, processamento, tradução e distribuição de informações destinadas aos diferentes públicos. Nesse nível, introduzimos a necessidade de desenvolvermos uma *pesquisa de avaliação da comunicação* produzida tanto para funcionários quanto para o meio ambiente da empresa.

Um novo olhar sobre a pesquisa institucional

Kunsch (op.cit.:32) ressalta que *"qualquer organização social, ao dispor de um sistema de comunicação, não deve, em nenhum momento, deixar de considerar esses níveis, tanto no seu contexto formal como informal"*, sob pena de produzir uma comunicação ineficiente e inadequada, resultando em desperdício de investimento.

Quando cuidadosamente elaborada, a auditoria de comunicação auxilia no entendimento dos dados obtidos com as auditorias de opinião e de cultura organizacional, por analisar a comunicação enquanto meio de troca de informações e como componente importante no processo de solidificação da imagem da empresa perante seus públicos.

AUDITORIA DE CULTURA EMPRESARIAL

Aspecto essencial para o sucesso de qualquer ação de Relações Públicas, a cultura organizacional abarca *"o conjunto de crenças, idéias, costumes e tradições que tem suas bases nos fundadores e nos líderes"* de uma empresa (Freitas & França, op.cit.:126). A área de Recursos Humanos, notadamente, assim como a ação permanente dos empreendedores da empresa são responsáveis pela elaboração, organização e defesa dos princípios culturais tidos como essenciais para a organização.

Ao investigarmos a cultura organizacional devemos concentrar nossos esforços nas pessoas e em suas atitudes, ao invés da investigação minuciosa da fábrica, dos produtos, das linhas de montagem, etc. São as pessoas que fazem a organização. E essas pessoas foram selecionadas segundo os objetivos de seus fundadores, que trabalham em sinergia para manter o sucesso da organização. *"Fazem parte dessa equipe: clientes, revendedores, acionistas e fornecedores. O sucesso da empresa depende do bem-estar, da qualidade de vida e do bom relacionamento entre todos que contribuem com seus esforços para o êxito de uma iniciativa"* (idem, ibidem).

De extrema utilidade na confecção da auditoria de cultura, o levantamento da história da empresa, dos valores de seu fundador ou fundadores, sucessores ou lideranças que assumiram a direção da empresa, proporciona o entendimento das formas de relacionamento praticadas pela empresa com os públicos interno e externo. *"Nesse campo entram a ideologia, as crenças, os mitos, as políticas, tradições, costumes, normas e procedimentos e valores da organização"* (idem, ibidem). Entretanto, tal levantamento não é fácil, nem mesmo passível de ser obtido diretamente. A cultura de uma empresa não existe de forma explícita, não

está traduzida integralmente em documentos específicos. Sua identificação é fruto da análise de diferentes resultados de pesquisa, indicados na confecção das auditorias de opinião e de comunicação, do trabalho exaustivo com arquivos e materiais antigos e recentes sobre a empresa e, principalmente, da sensibilidade do profissional de Relações Públicas que, por meio de observações e conversas informais, precisa captar “no ar” os reflexos culturais que norteiam o comportamento da empresa em todas as suas ações de relacionamento.

Com o objetivo de facilitarmos a identificação das diferentes culturas organizacionais, apresentamos uma síntese da contribuição original proposta por Handy (1994)². A partir da referência a diferentes deuses gregos, o autor relata as diversas formas de administrar que podem ser encontradas nas organizações.

A. CULTURA-DE-CLUBE

Representada por Zeus, o deus patrono dos gregos que reinava sobre o Monte Olimpo por meio dos raios (quando estava zangado) ou da chuva de ouro (quando sedutor), essa cultura caracteriza-se pelo agrupamento de pessoas com idéias semelhantes, trabalhando por iniciativa empática e com contato pessoal em vez de uma ligação formal. Valoriza-se o poder e a influência das pessoas à medida em que essas, sem nenhuma relação com títulos formais ou descrição de posição, possuem maior ou menor acesso ao centro do poder.

Utilizando muito pouca documentação formal, essas culturas ancoram-se nas redes de amizade, nos velhos companheiros e camaradas, podendo parecer fechadas e nepotistas, pouco populares em tempos de meritocracia e oportunidades iguais. Entretanto, *“essas oligarquias organizacionais são muito eficientes na situação certa, pois a confiança baseada no contato pessoal não é uma base ruim para conseguir que as coisas sejam feitas”* (Handy, *Ibidem*:20-21)

B. CULTURA-DE-FUNÇÃO

Sua abordagem baseia-se na definição da função ou da tarefa a ser realizada e não em torno de personalidades individuais. É usualmente aquilo que pensamos quando tentamos definir uma “organização”.

Um novo olhar sobre a pesquisa institucional

Apolo, deus da ordem e das regras, representa essa cultura, que assume e encoraja a estabilidade e a previsibilidade. Os indivíduos são partes da máquina e a função, ou seja, o conjunto de deveres desse indivíduo, é fixa e constante. As culturas de *Apolo* funcionam bem em situações nas quais a vida da empresa, em todos os aspectos, pode ser calculada, previsível e normatizada. Em contrapartida, essas culturas não suportam mudanças.

C. CULTURA-DE-TAREFA

Inovadora em termos de administração, a cultura-de-tarefa busca a solução contínua e bem-sucedida dos problemas da organização. Interessa apenas o desempenho em termos de resultado, da resolução de problemas. Na cultura-de-tarefa predomina a juventude e recompensa-se a criatividade.

Atena, deusa guerreira, patrona de Ulisses, dos artesãos e dos líderes pioneiros, assume a representação mitológica dessa cultura, na qual a organização é uma rede de unidades de comando, de equipes vagamente interligadas e dotadas de independência, mas com uma responsabilidade específica dentro da estratégia global da empresa.

D. CULTURA EXISTENCIAL

Dionísio, deus das canções e do vinho, comanda esta cultura, por representar a ideologia existencial entre os deuses. "*O existencialismo começa com a suposição de que o mundo não é parte de um propósito maior; não somos apenas instrumento de algum deus. [...] Se alguém é responsável por nós e nosso mundo, somos nós mesmos*"(Id.,Ibid.:30). Isto define o cerne da cultura existencial: a organização existe para ajudar o indivíduo a atingir seu propósito. Para tanto, o talento e a habilidade individual constituem o recurso crucial da organização.

A cultura existencial é característica dos agrupamentos profissionais e dos grupos de especialistas (médicos, arquitetos, artistas, etc.), onde a identidade e a liberdade individuais são preservadas, ao passo que os interesses comuns são preservados e discutidos de igual para igual.

A cultura de *Dionísio*, entretanto, é extremamente difícil de ser administrada, pois nessas organizações impera a concessão, "*onde o administrador governa com o consentimento dos governados e não com autoridade delegada pelos proprietários*"(Id.,Ibid.:32)

Mesmo apresentadas superficialmente, a identificação dessas tipologias de cultura organizacional nos traz inúmeras informações sobre os valores e procedimentos da empresa, facilitando muito na definição de caminhos que permitam o entendimento profundo das maneiras características de uma organização fazer as coisas, coisas que funcionam para ela e coisas que não funcionam. O profissional de Relações Públicas precisa identificá-las para poder exercer suas atividades, pois falhas de comunicação, por exemplo, são freqüentemente resultado do embate de um tipo de cultura com outro. Na maioria das vezes, as organizações necessitam combinar culturas para conseguir cumprir suas diferentes tarefas, sempre entendendo e respeitando as peculiaridades de cada cultura presente na organização.

Ademais, as culturas também precisam ser identificadas, pois precisam mudar com o tempo, conforme mudam as tarefas, de acordo com o crescimento da organização e de acordo com o perfil das pessoas que a comandam ou nela trabalham. Muitos problemas levantados em uma organização têm sua origem na manutenção de uma cultura inadequada à realidade presente.

DISCUTINDO UM NOVO MODELO DE PESQUISA INSTITUCIONAL

O objetivo de termos retomado a discussão sobre a finalidade da pesquisa institucional e das auditorias de opinião, comunicação e cultura é propor e discutir uma nova forma de organizar e recolher dados para executar esse tipo de pesquisa, essencial para a composição de um bom diagnóstico empresarial.

Assim sendo, entendemos ser a *pesquisa institucional* o *somatório* de todas as informações e análises de dados resultantes das diferentes formas de implantarmos uma *auditoria de opinião, de comunicação e de cultura organizacional*.

Os três tipos de auditorias fornecem as bases para uma verdadeira pesquisa institucional, não mais fundamentada na aplicação de entrevistas dirigidas aos cargos hierárquicos superiores da organização, na análise superficial dos veículos de comunicação interna e no levantamento simplista do histórico da empresa. A pesquisa institucional vai muito além: centrada na cultura organizacional, reflete nas diferentes formas e no teor da comunicação dirigida a seus públicos. A partir dessa comunicação, associada à imagem da empresa refletida em seus programas de relacionamento, esses públicos estabelecem uma opinião e uma atitude para

Um novo olhar sobre a pesquisa institucional

com a empresa. A interligação é simples, mas a complexidade no recolhimento de todos esses dados e subsequente análise criteriosa é evidente.

Cabe, portanto, à formação acadêmica proporcionada pela universidade e pelo curso de Relações Públicas em seu conjunto de disciplinas dotar o aluno dos conhecimentos e habilidades necessárias ao desenvolvimento adequado daquele que é o primeiro passo em seu projeto de conclusão de curso e seu primeiro passo como profissional: entender os parâmetros globais que norteiam a vida da organização na qual vai exercer suas atividades. Ou seja, saber realizar concretamente uma *pesquisa institucional* como ponto de partida para seu sucesso na profissão.

NOTAS

- ⁽¹⁾ Classificação desenvolvida por THAYER, citado por KUNSCH, 1986:32.
⁽²⁾ Maior detalhamento pode ser encontrado no Capítulo I, "Os quatro deuses da administração", da obra de HANDY, "Deuses da administração: como enfrentar as constantes mudanças da cultura empresarial", 1994:17-42.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FORTES, Waldir. *Relações públicas: processos, funções, tecnologia e estratégias*. Londrina: Editora UEL, 1998.
- FREITAS, Sidinéia Gomes & FRANÇA, Fábio. *Manual de qualidade em projetos de comunicação*. São Paulo: Pioneira, 1997.
- HANDY, Charles. *Deuses da administração: como enfrentar as constantes mudanças da cultura empresarial*. São Paulo: Saraiva / SENAC, 1994.
- KUNSCH, Margarida Maria K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 1986. (Novas buscas em comunicação; v. 17).
- KUNSCH, Margarida Maria K. *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997.
- MESTIERI, Carlos Eduardo. & MELO, Waltermir de. *Auditoria de opinião*. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Obtendo resultados com relações públicas*. São Paulo: Pioneira, 1997.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. Auditoria de Opinião em Relações Públicas. Ciclo de Palestras da visita de professores e alunos de Comunicação Social da Universidade Estadual de Londrina em 05/10/1999, no Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, ECA, USP.

ROQUE, Márcio Antônio B. *Teoria e pesquisa de opinião pública: perspectivas para o ensino e a prática da pesquisa de opinião aplicada às relações públicas*. Faculdade de Educação, PUC-Campinas, 2000 (Dissertação de Mestrado).

PINTURA E ENTORNO: EXPERIÊNCIAS

Marcos RIZOLLI
Professor na Faculdade de Artes da
PUC-Campinas

RESUMO

Este texto está construído a partir de uma preocupação que se inscreve na lógica da ação pictórica no mundo da contemporaneidade. Recortes descritivos e, portanto, desprovidos de conclusões teóricas – senão informativas, indicarão campos da pesquisa visual que apontam para uma retomada dos vínculos expressivos entre natureza e criação artística. Se, no processo civilizatório, abstraímos-nos do cosmos, podemos perceber e identificar um movimento recursivo, como uma volta (ainda que futura) aos valores primordiais da expressão humana.

Palavras-chave: *Pintura. Suporte Pictórico. Ação Expressiva.*

ABSTRACT

This paper is constructed from a preoccupation which is imbedded in the logics of pictorial action, in the world of contemporaneousness. Descriptive cuts, therefore lacking theoretical conclusions, indicate visual research areas that reveal a return to the expressive links between nature and artistic creation. If, in the civilizing process, we depart from the cosmos, we are able to perceive and identify a recurrent movement, as a return (though in the future) to the early values of human expression.

Key-words: *Picture. Pictoric Support. Expressive Action.*

Da ancestral escuridão do interior de uma caverna, quero, aqui, descrever um signo (Figura 1). A imagem configura um animal. Poderia ser um *touro*, perpetuado na superfície de pedra de Lascaux (Dordogne), França. Sua definição quase se desmancha no tempo. Feito rudimentarmente com substâncias minerais dissolvidas em água, gorduras animais ou vegetais, e aplicadas com as mãos ou arremedos de pincéis, hoje apenas existe. No espaço contínuo da caverna, cuja topografia confunde chão, paredes e teto, esse *touro* – presente em minha memória visual – vive na natureza. Não há um quadro que o recorte do mundo. Se soubéssemos ter uma ambiciosa ubiqüidade tátil, essa imagem que descrevo poderia deslocar-se no oco da escuridão, desdobrar-se da garganta da caverna e confundir-se na paisagem.

Figura 1



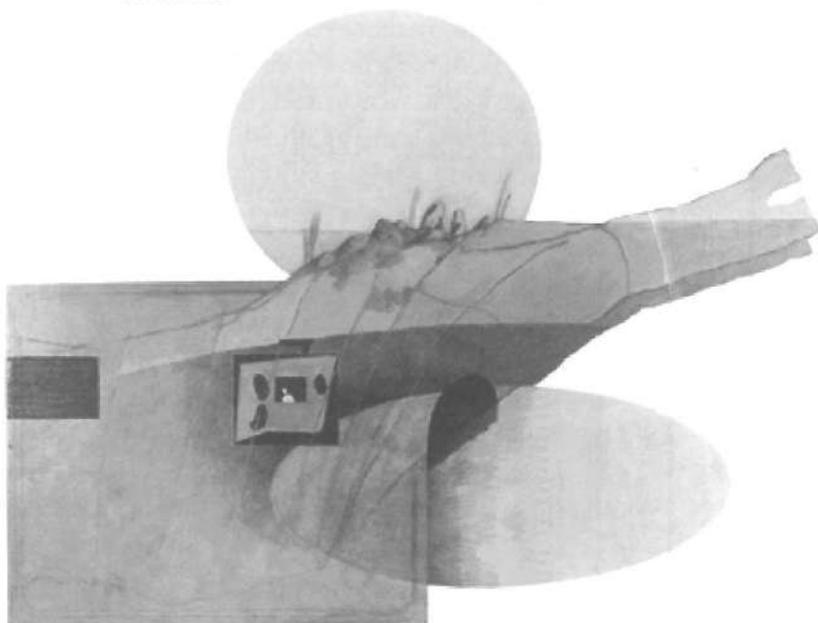
Pintura e encontro: experiências

A dobra da caverna na natureza encontrará sua interrupção na arquitetura. A reorganização do espaço natural verticalizará planos e obstáculos. No recorte labiríntico das paredes, surge a noção de quadro. Murais → afrescos → painéis → retábulos: desde a Renascença, a tela de tecido de algodão com chassis de madeira tem sido o suporte mais habitual da expressão pictórica, na condição de objeto independente. Objeto cultural, a tela se enquadra: quadro – quatro, quadrilátero. Emoldura-se e, assim, aprisiona o mundo da significação artística nos limites interiores do suporte. Na linguagem, o eixo do desejo se mantém paralelo aos valores do cotidiano. Na modernidade, a aquisição dos recursos da tinta a óleo, da perspectiva artificial e dos sistemas de proporção e luz e sombra acarretará no investimento das mais diversificadas tensões internas ao quadro. Ações proliferantes: a projetiva assimetria barroca, a multi-visão cubista, a gestualidade da *action painting* ou o rigor formal construtivista – para citar algumas. No ímpeto de novas formulações plásticas, o quadro assume uma característica de auto-resolução. Torna-se foco exclusivo. Desconsidera o entorno.

A descrição, aqui, será fácil (Figura 2): a imagem é figurativa, plena de todos os sistemas referenciais – projeção de espaço, luz e sombra, proporções. Posso ver um círculo e uma oval. Um hierarquiza-se como sol; o outro assimila os contornos de um lago – em primeiro plano. A tinta azul-esverdeada, amarelecida, organiza-se em relevos ritmados que imitam o movimento da água. O sol, por sua vez, esquenta a paisagem. Um horizonte: pedras e arbustos. Luzes e sombras recortam-se em formas: formam casa e janela. De dentro do quadro, alguém nos devolve o olhar. Um vulto branco. Imagino ser *O Viajante (H.G.W.)*, personagem Baravelliano, de 1986. Todo esse conjunto de informações visuais é mais rico do que as palavras que consigo descrever. Há, ainda, texturas, interferências lineares e toda uma ordem narrativa que, subjetivamente, me suscita. Essa imagem, como muitas outras do mesmo artista, nos oferece uma outra reflexão sobre as questões da pintura e seu entorno: a tela recortada.

Na pintura de tradição, em quadros retangulares, há sempre uma figura e um fundo. Ou uma parte predominante e, pelo menos, mais uma secundária. Essa segunda parte acaba sendo o universo no qual existe a figura – a parte mais forte. Esse jogo invasor/invadido certamente acaba na moldura e o todo se torna simbólico e inofensivo. Luiz Paulo Baravelli queria se livrar do retângulo, da moldura e das convenções da pintura. Sua idéia central, ao eliminar o fundo, era surpreender o espectador. A figura, sem intermediação, abre uma dialética com a parede onde está assentada.

Figura 2



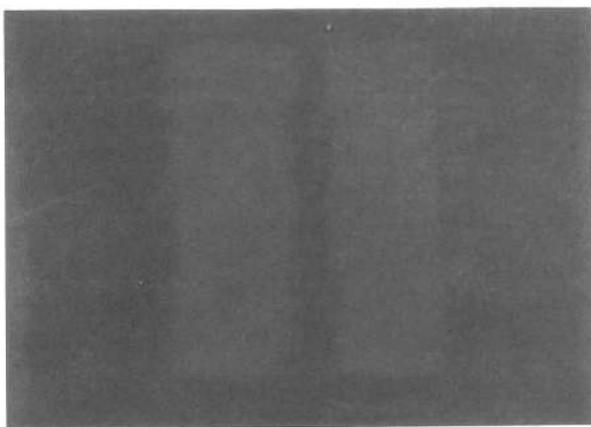
Outros propósitos podem ser anotados para ampliar a questão dos contornos irregulares da pintura. A tela recorta-se, segundo a peculiaridade expressiva de cada artista. Traçaremos novos exemplos, no âmbito da arte nacional. Para Manfredo de Souza-netto, a tela recortada é uma forma aberta, matricial, um questionário de signos, onde recortar/fragmentar num jogo de desconstrução/reconstrução preside o nascimento de uma nova totalidade. Em seu trabalho, a forma acentua a materialidade do quadro, pois o suporte não é mais retângulos ou quadrados neutros onde a pintura acontece. A fragmentação e o recorte das formas implicam, no exemplo de Souza-netto, uma atitude de adaptação criativa ao ambiente. Ele próprio nos diz: “*a exigüidade de meu atelier parisiense nos anos setenta me levou a adotar a fragmentação do suporte como método de construção da tela*” (1988: 22). Já para Mário Pedrosa, “*ganhar autonomia no espaço real e se comportar nele como outros seres vivos*” (1988:23), revela a arte de Anna Bella Geiger. O recorte ou supressão de partes tem sido um elemento constante em seu trabalho desde 1965. Na verdade, o recorte era elemento essencial para a fragmentação dos órgãos em partes, ressaltando a divisão do próprio espaço. Desde as gravuras da fase *Visceral*, até os mais recentes *Objetos Macios*, Anna Bella define que o ato de partir e recortar está intimamente ligado ao que está sendo reformulado: a coexistência não complementar entre as partes e o todo.

Pintura e encontro: experiências

Permitindo que a pintura interaja com maior intensidade com o todo, o recorte lida com o paradoxo natureza *versus* quadro. O recorte é, acima de tudo, a valorização da forma, tendo a parede como plano de fundo, sem limites – na extensão do ambiente, indo fazer parte de um novo universo.

Nesse instante, meu olhar não reconhece qualquer vestígio de figuração ou imagem (Figura 3). O signo que me absorve apresenta-se na presença absoluta da cor. Sua materialidade não alcança sentido. A tinta não oferece empaste – sequer brilho. Existe, sim, um leve movimento dado por breves passagens de tom. Devo estar descrevendo minha ação perceptiva diante do conjunto de pinturas *Black on Maroon* (1958-9), de Mark Rothko, exposto na Tate Gallery, em Londres. O gesto pictórico de Rothko é um gesto opaco, uniforme – seguindo o ritmo regular do movimento que distribui a cor. A tinta altera a situação ambiental: está nascendo um significante para onde não havia senão uma interrupção na continuidade do espaço. Seus quadros pretendem ser apenas paredes coloridas.

Figura 3



Quando, em 1913, Malevich afirmou que *a arte não se preocupa mais em servir ao Estado ou à Religião; ela não deseja mais ilustrar a história dos costumes, não quer ter mais nada a ver com o objeto como tal, e acredita que pode existir em si mesma e para si mesma, sem as coisas* (1970: 56), estava antecipando uma ordem estética de efetiva presença na arte contemporânea. A estética da ausência de arte encontra seu paradigma num segmento muito peculiar do Expressionismo Abstrato - em que se incluem as pinturas de Rothko, Barnett Newman e Yves Klein, para citar alguns nomes – e nos termos visuais propostos pela Minimal Art – enquanto manifestação pictórica, representada por Frank Stella e Ad Reinhardt.

Isentos da relação figuração *versus* abstração e operantes num tempo em que as tensões internas do quadro sugeriam sinais de desgaste, artistas iniciam um intensivo interesse pelo estado de não-representação da arte. Assumem um compromisso com a clareza, o rigor conceitual, a geometria imediata, as superfícies neutras, as formas unitárias – o infinito. Estágio iconicizante da arte: a pintura assimila qualidades que desmancham o cenário. Qualidades que, pelo olhar, apreendem todos os sentidos. Roubam-nos chão e céu. A parede expandida se transforma em infinitos efeitos de forma e cor.

A abstração do ambiente é dada por um olhar cego: exausto e saturado de qualidades visuais. *A simples possibilidade positiva da aparência* (Peirce, 1977:63)) adere aos grandes formatos, confundindo-se, no momento de fruição, com o entorno. A pintura reducionista desfoca tela e parede. Não há demarcação entre um *aqui*, onde estamos, e um *lá*, o mundo. Tela-e-parede resultam da extensão de camadas cromáticas e uniformes e, ainda, da plasticidade do campo visual. O sentimento de artisticidade transborda nos limites do quadro. O espaço empírico transforma-se em espaço infinito.

Assim, a unidade recortada do mundo e entendida como *obra de arte* deve, na cultura contemporânea, estar livre de uma lógica interna exclusiva. Num processo de redução do universo de tensões – figuralidade representativa ou interpretativa -, a pintura deve abrir-se em espaço. Apresentar-se. A situação contemporânea reclama pela criação de um universo pictórico de maior complexidade – de campo mais ampliado, resultante do diálogo material e imaterial entre arte e cotidiano, num resultado a ser conquistado a partir de pontos de vista simultâneos e dinâmicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, O. T. *Partes do Todo*. São Paulo: Galeria São Paulo, 1987.
- MALEVICH. Citado no catálogo *Conceptual art and conceptual aspects*. New York: Cultural Center, 1970.
- PEIRCE, Ch. S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva 1977.
- PRETTE, M. C. e DeGiorgis, A. *La Storia Dell'Arte*. Firenze: Giunti, 2001.
- RIZZOLI, M. *A tela recortada*, in *Revista de Arte* n° 2, Campinas: PUCCAMP, 1988.
- WILSON, S. *Tate Gallery An Illustred Companion*. London: Tate Press, 1994.

DE AQUARELA ATÉ A CARA DO BRASIL: UM DISCURSO POLIFÔNICO

Maria Inês GHILARDI-LUCENA
Professora no Centro de Linguagem e
Comunicação da PUC-Campinas

RESUMO

O estudo de letras de música sobre o Brasil dos anos 30 aos 90 do século XX possibilita-nos traçar um perfil do(s) sujeito(s) ali inscrito(s) e visualizar um retrato do país. O discurso polifônico conta a história da nação sob a ótica do povo, dos governantes e dos compositores.

Palavras-Chave: Discurso. Polifonia. Música. Brasil.

ABSTRACT

The study of lyrics in songs about Brazil from the 30s to the 90s, in the 20th Century, makes it possible to draw a profile of the subjects that appear there and visualize a portrait of the country. The polyphonic discourse tells the story of a nation from the point of view of the people, the rulers and composers.

Keywords: Discourse. Polyphonics. Music. Brazil.

No discurso musical sobre o Brasil, muitas vezes manifestam-se e nos possibilitam traçar um perfil do(s) sujeito(s) ali inscrito(s), bem como visualizar um retrato do país. Assim, examinamos letras de músicas de

autores brasileiros de épocas e gêneros musicais diferentes, que falam sobre o Brasil dos anos 30 aos 90 do século XX¹ objetivando compreender os sujeitos que “cantaram” suas alegrias e tristezas, bem como obter um retrato do país (seriam Brasis?) revelado por compositores brasileiros.

No recorte metodológico que propusemos está a intenção de mostrar o funcionamento do discurso, considerando suas condições de produção. Não nos detivemos no conteúdo em si das letras, mas buscamos compreender o processo de constituição dos sujeitos e dos sentidos. Interessamo-nos, portanto, pela compreensão dos efeitos de sentido produzidos no leitor – supostamente o povo brasileiro – e pela história do país contada (cantada) por compositores que, ao que se pôde perceber, na maioria das vezes, tentaram unir sua voz à do povo.

Nossa proposta é apontar marcas textuais que levam à interpretação de duas canções distantes no tempo e mostrar que houve grande mudança na forma de falar sobre a nação, nesse período percorrido. Em sessenta anos, de *Aquarela do Brasil*, de Ary Barroso (1939) até *A cara do Brasil*, de Celso Viáfora e Vicente Barreto (1999),² saltamos de uma ingenuidade otimista ao ácido urbano que critica os detentores do poder. Do ufanismo exacerbado à constatação de enormes dificuldades a enfrentar, passamos por momentos em que muitas vozes foram abafadas ou caladas; mesmo assim, pudemos ouvi-las.

Ao falarmos em vozes estaremos, é claro, reportando-nos ao conceito de *polifonia*, em que várias vozes são mostradas, ou deixam-se “ouvir” em um texto. O conceito foi introduzido por Bakhtin e explorado por lingüistas como Ducrot, cuja teoria polifônica “privilegia a complexidade do tecido enunciativo do discurso” (Barbi, 1999: 196).

Não objetivamos discutir as implicações do conceito nas diferentes teorias que estudam o fenômeno da linguagem, nem explorar sua amplitude. Importa-nos saber que no texto ressoam vozes diferentes, pontos de vista muitas vezes opostos ou até contraditórios que se coadunam para dizer muito mais do que uma única voz diria.

Consideramos, como Bakhtin, que *tudo que é dito, tudo que é expresso por um falante, por um enunciator, não pertence só a ele. Em todo discurso são percebidas vozes, às vezes infinitamente distantes, anônimas, quase impessoais, quase imperceptíveis, assim como as vozes próximas que ecoam simultaneamente no momento da fala* (Brait, 1994: 14). Assim, encontramos algumas das vozes que se fizeram ouvir nas canções que contam um pouco da história do país, de seus problemas sociais e políticos e da força de um povo que ama sua terra. Por trás de algumas palavras, ou das palavras dos compositores,

De Aquarela até a Cara do Brasil: um discurso polifônico

muitas vezes, há um sujeito anônimo, que não pode ou não tem a oportunidade de dizer o que sente. É, em geral, a voz do povo que deseja falar sobre seu país.

A primeira canção mencionada, o samba exaltação de Ary Barroso, pioneiro no gênero, mostra um país sem problemas, sem contrastes, glorioso, em que o locutor canta, como quem está vibrando de emoção, as belezas da terra. Se nos reportarmos ao contexto brasileiro de 1939, o período do Estado Novo, poderemos imaginar que essa não é, certamente, a voz do povo crítico, consciente dos problemas da nação e descontente com o governo ditatorial. Pode ser, sim, a voz de uma camada da população que idolatrava seu governante, um Getúlio Vargas popular, o chamado “pai dos pobres”, cujo governo trouxe progressos à legislação trabalhista.

Justifica-se, na canção, a presença de palavras referentes à música e à poesia – *cantar, versos, samba, pandeiro, canção, congado, salões, amor* – e, ao mesmo tempo, um vocabulário bastante marcado pela época da composição: *bamboleio, gingar, trovador*. Elas revelam a voz dos músicos e dos poetas que trazem mais encanto ao momento e ao país. O próprio autor da letra declara:

*Fui sentindo toda a grandeza, o valor e a opulência de nossa terra.
(...) Revivi, com orgulho, a tradição dos painéis nacionais e lancei
os primeiros acordes, vibrantes, aliás, foi um clango de emoções
(Severiano e Mello, 1998: 177).*

Realmente, há a valorização da natureza e, conseqüentemente, da vida – *lua, luar, fontes, coqueiro, coco, trigo* – reforçada pelos elogios ao país – *Terra de Nosso Senhor, terra boa e gostosa, lindo, trigueiro* – que, além de *lindo*, tem fartura. Nesse mundo tão alegre – *cantar, ver, gingar, brincar* –, representado pela Bahia, a *Terra de Nosso Senhor do Bonfim*, não há espaço para problemas e preocupações.

Como em outros textos polifônicos, tem-se a impressão de ouvir o povo brasileiro cantar, despreocupado, ao lado de poetas e trovadores, que garantem o lirismo exacerbado. Têm voz, nessa canção, os escravos e seus descendentes, por meio da *mãe preta*, do *rei congo*, do *mulato inzoneiro* e da *morena setrosa*, assim como há uma voz saudosa do passado poético, a do *trovador*. Enfim, com referência aos negros e suas danças, ao respeito à tradição e à alegria desse povo, podemos dizer que a letra retrata o país do samba. Decorrencia disso, dali a alguns anos, passa a ser o país do Carnaval.

Os brasileiros, então, são homenageados com a lembrança de sua história, para que, numa tentativa de seduzir o leitor, este não possa refletir sobre a situação do Brasil de Vargas, então presidente da nação. Está aí subentendida a voz de um

governo preocupado com sua própria imagem, tanto que criou, em 1939, o “Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que, além de exercer uma rígida censura sobre a imprensa e a vida cultural, promovia um culto permanente à figura de Getúlio” (Abril, s.d.: 14). O final apoteótico “procura transmitir uma visão romântica e ufanista da realidade brasileira” (Severiano e Mello, 1998: 177-178):

*Ah esse Brasil lindo e trigueiro
É o meu Brasil brasileiro
Terra de samba e pandeiro
Brasil, pra mim, pra mim, Brasil...*

O ufanismo é explorado na esfera política, principalmente em regimes totalitários. Para ocultar os reais problemas de um povo, seus governantes gastam tempo e enormes quantidades de recursos para falar das riquezas naturais, da grandeza de seus governados, de supostas conquistas alcançadas em diversas áreas.

Como o dizer tem estreita relação com o não dizer, certamente, o forte nacionalismo, no contexto político do governo de Vargas, deixa subentendida a intenção de encobrir algo nem tão glorioso nos rumos da nação. Ouviu-se falar, durante muito tempo, que essa música foi “encomendada” pelo presidente. Seria, então, a representação da voz do ditador, camuflada de poesia. A canção, de ritmo cativante, adquire, assim, ares de discurso de propaganda governamental. Sem dizê-lo, é claro.

Se essa foi ou não a intenção do autor de *Aquarela do Brasil*, não cabe ao leitor de hoje discutir, pois o texto mostra o país das maravilhas, como se pôde ver. Sabemos, entretanto, que tal samba-exaltação serviu aos interesses da ditadura getulista, que logo passou a incentivar a proliferação do gênero. O nacionalismo de Vargas coube perfeitamente nessa letra de música, que retratou as belezas do país tropical (*coqueiro que dá coco*). Intenções à parte, ela passou a representar o Brasil no exterior, tornando-se o hino de uma geração. Cantada por Cármen Miranda, correu o mundo mostrando o Brasil de um povo alegre, vibrante e orgulhoso de seu país. Passou a representar, assim, a “voz do Brasil”. Até hoje, a canção marca a presença brasileira no exterior, é claro que, mais recentemente, ao lado de novas composições.

A outra canção que analisamos, *A cara do Brasil*,³ parte de uma indagação dos brasileiros do final do século XX – *Na verdade, o Brasil o que será?* Amplia-se o espaço, em relação a letras mais antigas, como a explicar tantos lugares diferentes – *sertão, hospital, estação, favela, Brasília, bairro, Vidigal, mar, ilhas, alagado, palafita, açude, chapadão, Avenida Paulista* – que completam um enorme quebra-cabeças na formação do povo

De Aquarela até a Cara do Brasil: um discurso polifônico

brasileiro. Passando por várias regiões, o texto mostra o mar e a favela (Vidigal), Brasília e São Paulo (Avenida paulista), o sertão e o chapadão, em meio a muitos episódios políticos e sociais do país, como o problema dos garotos de rua mortos pela polícia em frente à Igreja da Candelária, no Rio de Janeiro.

São citadas personalidades da história mais recente, como o Professor Darcy Ribeiro, o sociólogo e defensor dos pobres Betinho (Herbert José de Souza) e Roberto Marinho, proprietário da Rede Globo de Televisão, bem como o escultor Aleijadinho, um vitorioso, apesar das dificuldades advindas de seu estado de saúde. Além delas, há vários jogadores de futebol famosos, desde Garrincha que, com pernas tortas e pobre, foi um vencedor. Estamos falando do país do futebol. A voz de cada um deles indica que, nesta terra, coexistem diferentes opiniões e ideologias.

O *Jeca urbanóide* figurativiza, ironicamente, o contraste entre o homem rural e o urbano. A voz do homem pobre, de costumes simples, mistura-se à voz do trabalhador urbano e revela os problemas criados nas grandes cidades onde os que são de fora submetem-se aos que as conhecem e dominam bem. A voz de uns é abafada pela voz de outros.

A grande pergunta – *Qual a cara da cara da nação?* – não fica sem resposta, pois entendemos que o Brasil não é só o dos famosos, como também o dos anônimos. É o país dos contrastes, em que convivem os que vencem a partida e os que apenas jogam, como aponta o quadro a seguir:

Quadro I. Oposições em *A cara do Brasil*.

Brasil pobre	Brasil rico
o que tem sede o que vai na contramão um caboclo sem dinheiro aquele que só come com a mão o que não come o que bate tambor de lata o que bate carteira na estação o lixo que consome zero a zero parou pelo caminho professor Darcy Ribeiro, foto do Betinho trens de subúrbio da central Brasil-Bairro: Garotos-Candéal quem vê do Vidigal o mar e as ilhas alagado, palafita seco açude sangrado, chapadão	o que vive da seca do sertão o que vem na contramão o doutor o que tem talher de prata gordo na contradição o maná da criação campeão vídeo da favela naval trens da alegria de Brasília Brasil-Globo de Roberto Marinho quem das ilhas vê o Vidigal Avenida Paulista

Formam um grande coro de vozes, porque “cantam” juntos, o pobre e o rico; o explorado e o explorador; o que toma os trens de subúrbio da estação Central, no Rio de Janeiro, e o político com emprego arranjado, em Brasília; o que trabalha e não ganha e o que ganha e não trabalha; o que empata – *zero a zero* – e, mesmo assim, é *campeão(4)*; o que *vai* e o que *vem*, neste país, na contramão. Como diz o refrão:

*A gente é torto igual
Garrincha e Aleijadinho
Ninguém precisa consertar
Se não der certo, a gente se vira sozinho
Decerto então nada vai dar.*

Esse retrato da sociedade brasileira, mostrado pelo discurso musical sobre ela, conta um pouco da história do país. O Brasil da dor e o Brasil da esperança, dos pobres e dos ricos, dos jovens e dos velhos, dos homenageados e dos esquecidos, dos que já passaram e dos que aqui estão parecem um só e muitos ao mesmo tempo. Os compositores construíram um discurso sobre o Brasil, que resumimos no Quadro II, com as duas canções escolhidas, dentre tantas representativas do sentimento nacional.

Quadro II. Comparação entre o país de *Aquarela do Brasil* e o país de *A cara do Brasil*.

Aquarela do Brasil – 1939	A Cara do Brasil – 1999
Brasil sem contrastes (escondiam-se) o que não fica com sede	Brasil de contrastes (dois Brasis) o que tem sede X o que explora a seca
maravilhas	o explorado X o explorador
nem pobre, nem rico	o pobre X o rico
valorização da natureza	Surgimento da favela
fartura	Fome
representação da Bahia	Representação de vários estados e regiões: Rio de Janeiro, Brasília, Norte e Nordeste
certezas	dúvidas, indagações
país do samba	país do futebol
trovadores, poetas, descendentes de escravos	Trabalhadores, favelados, jogadores de futebol, ladrões, doutores, personalidades

Do ufanismo exacerbado ao grito de revolta, pudemos entrever períodos da história sócio-política do país em que a produção do sentido, nas canções brasileiras, percorre caminhos em busca de preciosas metáforas de onde brota a crítica velada aos detentores do poder. De ditaduras cruéis a democracia(s)

De Aquarela até a Cara do Brasil: um discurso polifônico

questionada(s) pelos brasileiros, passamos pela demonstração de confiança nos destinos da nação e pela constatação das enormes dificuldades a enfrentar, muito mais do que por esperança de soluções para as mazelas sociais. Buscamos explicações para cada situação pela qual passamos até nos idos da História do país.⁵

O discurso polifônico mostra um diálogo que conta a história do país sob a ótica do povo, dos governantes e dos compositores. Na ditadura de Vargas, vimos crescer o discurso ufanista; na ditadura militar, surgiu um discurso com perspectiva crítica e reveladora, apesar (e por causa) da censura. Em meio à supressão das liberdades democráticas, a insatisfação do povo começou a vir à tona no discurso da música brasileira. Hoje, as letras falam – e podem falar – sobre os problemas da nação. Revela-se, aí, uma terra de contrastes, fruto da soma de valores antagônicos: dor e belezas naturais, amores e problemas sociais, revolta e amor à pátria.

Houve grande mudança na forma de falar sobre a nação, nesse período percorrido. O país do samba passou a ser o país do carnaval e do futebol. E parece que alguns problemas aumentaram, à medida que o país cresceu. Falar em corrupção ou favela, não cabia no cenário da década de 30, ou melhor, em seu discurso, porque a realidade era outra, como o contexto histórico-social explica. Hoje, a situação da sociedade brasileira tem se agravado, no aspecto social, e os problemas da nação refletem-se nas canções do final do século XX. Mesmo assim, a esperança – embora *equilibrista*⁶ – e a fé do brasileiro não abandonam seu lugar. Oxalá possamos cantar novos amores e sem velhos problemas nas letras musicais do novo século.

A importância do discurso sobre a história da nação dá-se pela forma como ele a conta, como a textualiza; se não somente pela voz do povo, ao menos por uma linguagem a ele dirigida, de modo que ele pode cantá-la e bradar a todos, em uma espécie de catarse coletiva. Importa, também, pela valorização da memória no campo do discurso musical, pois as canções (quase) perpetuam a memória histórica sobre o país (Courtine, 1999). É claro que houve aí uma escolha ao se elegerem certos enunciados que remetem a determinados episódios e não a outros. Alguns foram lembrados; outros, esquecidos.

NOTAS

⁽¹⁾ Este artigo é parte de uma pesquisa em que foram selecionadas sessenta letras de música sobre o Brasil, de 1939 a 1999, de autores e gêneros musicais diferentes, das quais vinte foram analisadas. A pesquisa contou com a participação de duas bolsistas do PIBIC-CNPq, do IL da PUC-Campinas, Maria Camila Bedin e Renata Siqueira Tufano.

- ⁽²⁾ Reproduzimos as duas letras de música ao final.
- ⁽³⁾ Gravação: CD *Olhos de Farol*, Ney Matogrosso, PolyGram, 1999.
- ⁽⁴⁾ Na partida final da Copa do Mundo de Futebol, em 1994, em Toronto, no Canadá, o Brasil foi Campeão do Mundo vencendo a Itália nos pênaltis, após um sofrido jogo que finalizava com zero a zero.
- ⁽⁵⁾ Consideramos, aqui e no parágrafo a seguir, outras canções que analisamos.
- ⁽⁶⁾ A letra da música *O bêbado e a equilibrista*, de João Bosco e Aldir Blanc, mostra, em meio a muita dor, a esperança que se equilibra na corda bamba.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIL CULTURAL, *Getúlio Vargas. Edição Histórica*. São Paulo: Abril, s.d.
- BARBI, S.H. A teoria polifônica de Ducrot e a análise do discurso. *Revista de estudos da linguagem*. v.8, n.1, Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- BRAIT, B. As vozes bakhtinianas e o diálogo inconcluso. BARROS, D.L.P. de e FIORIN, J.L. (orgs.) *Dialogismo, polifonia e intertextualidade*. São Paulo: EDUSP, 1994.
- COURTINE, J-J. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. INDURSKY, F. e FERREIRA, M.C.L. (orgs.) *Os múltiplos territórios da Análise do Discurso*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999.
- SEVERIANO, J. e MELLO, Z.H. de. *A canção no tempo. 85 anos de músicas brasileiras*. v. 1: 1901-1957, São Paulo: Editora 34, 1998.

De Aquarela até a Cara do Brasil: um discurso polifônico

AQUARELA DO BRASIL

Ary Barroso, 1939

*Brasil, meu Brasil brasileiro
Meu mulato inzoneiro
Vou cantar-te nos meus versos.*

*Ó Brasil, samba que dá
Bamboleio que faz gingar
O Brasil do meu amor
Terra de Nosso Senhor
Brasil, pra mim, pra mim, pra mim.*

*Abre a cortina do passado
Tira a mãe preta do serrado
Bota o rei congo no congado
Brasil, pra mim.
Deixa cantar de novo o trovador
A merencória luz da lua
Toda a canção do meu amor
Quero ver essa dona caminhando
Pelos salões arrastando
O seu vestido rendado
Brasil, pra mim, pra mim, pra mim.*

*Brasil terra boa e gostosa
Da morena setrosa
De olhar indiscreto.*

Ó Brasil samba que dá [...]

*Ó esse coqueiro que dá coco
Onde amarro a minha rede
Nas noites claras de luar
Brasil, pra mim
Ah ouve essas fontes murmurantes
Onde eu mato a minha sede
E onde a lua vem brincar
Ah esse Brasil lindo e trigueiro
É o meu Brasil brasileiro
Terra de samba e pandeiro
Brasil, pra mim, pra mim, Brasil...*

A CARA DO BRASIL

Celso Viáfora e Vicente Barreto, 1999

*Eu estava esparramado na rede
 Jeca urbanóide de papo pro ar
 Me bateu a pergunta meio a esmo:
 Na verdade, o Brasil o que será?
 O Brasil é o homem que tem sede
 Ou o que vive da seca do sertão?
 Ou será que o Brasil dos dois é o mesmo
 O que vai e o que vem na contramão?
 O Brasil é um caboclo sem dinheiro
 Procurando o doutor nalgum lugar
 Ou será o professor Darcy Ribeiro
 Que fugiu do hospital pra se tratar?*

*A gente é torto igual
 Garrincha e Aleijadinho
 Ninguém precisa consertar
 Se não der certo, a gente se vira sozinho
 Decerto então nada vai dar.*

*O Brasil é o que tem talher de prata
 Ou aquele que só come com a mão?
 Ou será que o Brasil é o que não come
 O Brasil gordo na contradição?
 O Brasil que bate tambor de lata
 Ou que bate carteira na estação?*

O Brasil é o lixo que consome

*Ou tem nele o maná da criação?
 Brasil, Mauro Silva, Dunga e Zinho
 Que é Brasil zero a zero e campeão
 Ou o Brasil que parou pelo caminho
 Zico, Sócrates, Júnior e Falcão.*

A gente é torto igual (...)

*O Brasil é uma foto do Betinho
 Ou um vídeo da favela naval?*

De Aquarela até a Cara do Brasil: um discurso polifônico

*São os trens da alegria de Brasília
Ou os trens de subúrbio da central?
Brasil-Globo de Roberto Marinho
Brasil-Bairro: Garotos-Candeal?
Quem vê do Vidigal o mar e as ilhas
Ou quem das ilhas vê o Vidigal?
O Brasil alagado, palafita?
Seco açude sangrado, chapadão?
Ou será que é uma Avenida Paulista?
Qual a cara da cara da nação?*

A gente é torto igual (...)

TEATRO: ESPAÇO PRIVILEGIADO PARA A EXPRESSÃO DE EMOÇÕES

Nair Leme FOBÉ
Professora na Faculdade de Letras
da PUC-Campinas

RESUMO

O objetivo deste trabalho é mostrar como a humanidade sempre buscou o palco para expor suas emoções que são expressões do homem universal e atemporal e também do homem e seu tempo. Parte de uma breve mirada sobre o teatro desde suas primeiras manifestações na Grécia Antiga até o Teatro do Absurdo.

Palavras-chave: Teatro do Absurdo. Palco. Emoções.

ABSTRACT

This paper aims at showing how humanity has always sought the stage as the ideal space for the revelation of emotions as the expression of man, a universal and non temporal being, and also a being of his time. It starts with a fast look at the early theatrical manifestations in Ancient Greece and ends by focusing the Theatre of the Absurd.

Key words: Theatre of Absurd. Stage. Emotions.

Dentre os meios de comunicação, o teatro é o que mais diretamente atua sobre o interlocutor e o que mais se aproxima da tendência moderna de abordagem por meios múltiplos e, por essa razão, é a forma literária que

mais depressa reflete e transmite as ansiedades e aspirações de uma época. Fica na interface das muitas artes, sendo, ao mesmo tempo, literatura e outras artes; apela aos sentidos de forma holística, à mente, ao espírito e às emoções.

O dramaturgo apresenta, por meio de cenas vivas, a problemática de todos os tempos e do tempo presente. Retrata os problemas que o rodeiam e os que transcendem; cria peças de valor oportuno, enquanto retrato de contemporaneidade, e histórico, enquanto reflexão da natureza humana.

Daí, se o teatro o lugar em que os autores têm buscado vivenciar, de forma polissêmica, os valores transitórios e eternos e que não têm fronteiras lingüísticas, geográficas e étnicas, mas que são comuns a todos os homens, ao seu inconsciente coletivo, como seres vivos, pensantes, divididos e que têm buscado, de formas diferentes e linguagens diferentes, através dos séculos, uma resolução ou, pelo menos, uma explicação para seus problemas.

Assim, o teatro vem assumindo formas e atitudes que expressam sua época; seus heróis são espelhos de momento vivido, sua temática a busca do eterno e do perene, e sua estrutura se vale da tecnologia do momento.

Na Grécia antiga, o teatro, escavado nas colinas, apresenta suas tramas para um público parceiro que acompanha os movimentos dos atores que davam vida a uma trama conhecida de todos. Na base dessas primeiras encenações havia a tentativa de objetivar as perguntas existenciais de um público que se identificava (mimesis) com as buscas dos protagonistas. Havia uma íntima relação entre homens e deuses que muitas vezes se uniam e, dessas uniões, surgiam criaturas super-dotadas que ficavam entre os homens e os deuses – os heróis, que desafiavam os deuses em benefício dos homens e, por essa razão, deviam ser castigados. O auditório se projetava nos personagens, no seu desafio aos deuses e se identificava com eles, quando punidos por suas falhas.

Essa necessidade de superação dos limites humanos é que dá uma dimensão maior ao homem e maior significado a sua vida e o leva a tentar ultrapassar as barreiras do possível, marcando sua trajetória na terra e atraindo a admiração daqueles que não ousam por não saber fazê-lo ou não poder fazê-lo. É essa tentativa, talvez mais do que o próprio ato de heroísmo, que faz do teatro esse espaço ideal para a criação de arquétipos, tão caros à psique humana. É também porque esses heróis têm falhas que são mais facilmente aceitos, diminuindo a distância entre os mortais e eles. Assim, esses heróis caem por uma falha humana e não por não ousarem.

O teatro grego, por sua estrutura circular, proporcionava uma íntima relação entre o ator e seu interlocutor e a natureza. Seu público era misto, heterogêneo,

Teatro: espaço privilegiado para a expressão de emoções

identificado com o tema apresentado. A comunicação era inteiramente visual, imagética, dirigida diretamente à imaginação e à memória do público, criando um momento mágico de comunhão, de identificação, de sim-patia. Na identificação com o enredo, os homens se irmanavam, descobriam sentimentos, pensamentos, emoções comuns.

Em Roma, o teatro passa a ser cada vez mais elaborado. As peças são levadas em prédios fechados. Há a separação da natureza. Os edifícios foram se fechando, deixando de ser o centro de atração de um grande público popular.

Na Idade Média, o teatro passa a ser usado pela igreja para a propagação da fé cristã a um público que não sabia ler e, portanto, que tinha dificuldade de conhecer as verdades contidas na Bíblia. O público afluía cada vez mais às igrejas para ver os mistérios e milagres encenados no altar, tornando-se o espaço pequeno demais. A solução foi transferir a representação para a entrada, e a escadaria e a praça foram transformadas em palco. Uma vez mais o teatro teve contato direto com seu público e com a natureza. Com o passar do tempo, os padres perceberam que não podiam mais controlar o público, cada mais exigente e que pedia inovações, saindo de sua "infância" para uma "adolescência" intelectual, e sentiram que o teatro estava deixando de ser veículo de transmissão da fé e passando a ser uma forma de diversão. A Igreja termina com as representações e o teatro tem de buscar outro espaço.

O povo já estava aprendendo a buscar formas coletivas para a solução de seus problemas e foi encontrar nas suas corporações o espaço e o apoio para a continuação das apresentações dramáticas.

O século XVI marcou, sem dúvida, o apogeu do teatro na Inglaterra com o teatro elisabetano que soube fundir os ideais da época com um tipo de montagem que traz o ator para um contato íntimo com o espectador, que se viu, mais uma vez, identificado com os personagens. Pessoas reais tomaram o lugar dos santos e das virtudes do teatro da Idade Média. O público pode, então, presenciar seus problemas mais imediatos, focalizados, vividos e debatidos no seu tempo e no seu espaço e numa linguagem a seu alcance. Os heróis deixaram de ser criaturas em luta titânica com os deuses para assumirem uma luta mais de acordo com o pensamento renascentista; uma luta do homem consigo mesmo. Assim, um Édipo ou um Prometeus vai dar lugar a um Hamlet, a um Tamburlaine.

A estrutura física do teatro trouxe a encenação mais próxima de um público, que passou a ser, outra vez, heterogêneo e mais próximo à natureza. A casa de espetáculos tinha paredes laterais, mas não era coberta. Junto às paredes, protegidas por um pequeno telhado, superpunham-se balcões que eram destinados à nobreza. As pessoas comuns ficavam no espaço em frente ao tablado que

servia de palco, em pé, durante todo o espetáculo, que, às vezes, durava cerca de seis horas. Muitas vezes os nobres usavam esses espectadores como alvo para suas brincadeiras com sementes de frutas, já que todos, ricos e pobres, levavam suas cestas de alimentos para o teatro, pois o dia destinado ao espetáculo teatral, na época da primavera e verão, era um dia inteiro de festa, quando os amigos se encontravam e conversavam. Às vezes os espectadores mais influentes se sentavam no próprio palco, tendo os atores, portanto, contato direto com seu público. Se o espetáculo não agradava, o alvo dos projéteis, de tanto nobres como pobres, passava a ser os próprios atores. O escritor, portanto, tinha que se comunicar com esse auditório heterogêneo que participava diretamente da ação e que demonstrava sua aprovação ou desaprovação de forma imediata e concreta.

Aos poucos o teatro se separou de seu público e a grande época do teatro elisabetano não foi mais igualada. Nos séculos que se seguiram, a cena passou mais e mais a se fechar numa caixa e a sala reservada ao público foi se enriquecendo, o qual passou a ver o teatro como local para demonstrações pessoais de exibicionismo. Os grandes corredores dos teatros italianos, por exemplo, passaram a ser passarelas da moda e os camarotes, local de discussão de negócios ou de mexericos sociais. Ia-se ao teatro não para se ver um espetáculo, mas para se ser visto. A caixa reservada à ação passou a ser uma sala de visitas, onde os atores desfilavam problemas de menos importância para não chocar a platéia, disposta a se divertir e não a se preocupar.

É nesse teatro de peças bem arrumadas, com temas medíocres e atitudes dentro de um padrão moral aceito, que surge Ibsen.

O público que buscava no teatro um espaço de lazer, que não queria refletir sobre os problemas morais, sociais ou políticos de sua época, estranha as peças de Ibsen que ousa colocar no palco, ainda dentro de uma estrutura e linguagem do século dezanove, a discussão de temas polêmicos, como a sífilis e a emancipação da mulher.

A porta estava mais uma vez aberta e, após o primeiro impacto, outros escritores passaram a seguir as pegadas de Ibsen e o teatro encontra de novo sua vocação de lugar privilegiado para a reflexão sobre os problemas do homem, não apenas de lugar de encontros sociais, mas de ponto de partida para o debate e a participação.

A discussão de temas importantes sai de recintos reservados, com seus modos comedidos e linguagem controlada, para a "cozinha", onde problemas mais íntimos de relacionamento começam a ser expostos. O conflito se estreita; não mais entre heróis e deuses, ou entre homens e padrões aceitos, mas entre indivíduos.

Teatro: espaço privilegiado para a expressão de emoções

O cenário e as pessoas se desnudam e a linguagem passa a refletir esse despojamento e o social se apresenta sem falsas etiquetas moralizantes..

Em agosto de 1955, Londres se surpreende com a apresentação de *Esperando Godot*, de Samuel Beckett, que vai introduzir uma nova forma de teatro, em seu tema, estrutura e linguagem e que ficou conhecido como *Teatro do Absurdo*.

A tendência ao absurdo no teatro não começa, porém, com Beckett, mas vem desde o início do teatro, quer nas máscaras do teatro grego quer nas mímicas, nas pantomimas, no diabo dos Milagres, nos palhaços de Shakespeare ou dos circos. Teatro é sempre mais do que linguagem. A linguagem pode ser lida ou ouvida, mas o teatro se desdobra e pode ser apenas representação, daí seus múltiplos apelos, seu poder de interface. A movimentação, as cores, a coreografia, os espaços de silêncio, tudo isso contém elementos poderosos de puro efeito abstrato e teatral de comunicação.

O mundo apresentado no palco não vai representar uma fuga dos problemas e um momento de mero lazer, de conforto para o espectador, mas vai perturbá-lo, fazê-lo refletir, questionar. O palco volta a ser aquela lente de aumento que evidencia a monotonia e a estupidez da vida humana, voltando a retomar o seu símbolo primeiro – a máscara. O palco torna-se surreal ao se conscientizar das coisas por trás das coisas. O efeito das máscaras do nosso tempo tecnológico fica por conta dos recursos de gravação, dos meios eletrônicos, dos efeitos especiais, diferentes dos recursos de linguagem e de apelo à imaginação do teatro elizabetano.

O Teatro do Absurdo representa a tentativa do poeta/escritor de superar o automatismo e a complacência e de restabelecer a percepção que o homem deve ter de sua condição humana – paradoxal, ambígua e, no entanto, procurada e querida.

O Teatro do Absurdo não se preocupa em informar ou em apresentar um enredo, uma seqüência de acontecimentos na vida de algumas pessoas, não pretende debater um tema, ou argumentar, nem investigar ou resolver problemas morais, mas em colocar aos olhos do espectador uma situação básica de um indivíduo e, para isso, utiliza uma linguagem não argumentativa ou discursiva, mas que se baseia na apresentação de imagens concretas. Assim, como Deus morreu, o mundo da palavra se encolheu.

No meio da comunicação de massa, da crescente especialização das diferentes profissões, a linguagem tem reforçado níveis diferentes para que haja maior possibilidade de interação entre os membros da sociedade e o Teatro do Absurdo busca mostrar que, apesar disso ou talvez por causa disso, há uma ruptura da comunicação. Num mundo de várias formas de meios de comunicação, a

linguagem se perdeu e deve voltar a sua função primária – a de expressar e não ocultar o verdadeiro significado da vida.

O Teatro do Absurdo pode parecer grotesco, mas representa uma volta à função original do teatro – o confronto do homem com a realidade religiosa e mítica. Mas, diferentemente do teatro grego, que abordava realidades conhecidas e universalmente aceitas, estabelecendo uma perfeita comunhão entre autor/ator/espectador, o Teatro do Absurdo expressa a ausência desse sistema cósmico de valores numa linguagem que se distancia da realidade. Podemos afirmar que a linguagem se perdeu nesta era de comunicação de massa. O homem precisa trazer à linguagem seu valor primitivo – o de comunicar. Isso só será possível se substituir os clichês e as frases feitas pelo verdadeiro pensamento e intencionalidade que incorporam. É isso que o Teatro do Absurdo busca passar em seus diálogos, muitas vezes desconexos, mas carregados de significado, não para os ouvidos acostumados a enviar estruturas feitas para o cérebro, sem a devida crítica e avaliação, mas por aqueles mais sensíveis à linguagem poética.

O auditório, por outro lado, não se identifica com os personagens que possuem motivos e vivenciam ações incompreensíveis. Daí, embora o que se apresenta seja sombrio, amargo e violento, sua representação se torna cômica, transcendendo os limites da Comédia e da Tragédia, combinando risos com horror.

O Teatro do Absurdo é, portanto, quanto ao seu tema, forma de representação e recursos técnicos dentro do espírito de sua época e ocupa uma parte significativa na tradição do teatro. Como expressão especial na literatura, é um lugar privilegiado para a reflexão do fato de que o homem é cercado de áreas de escuridão impenetrável e que sempre vai buscar conhecer sua própria natureza. O Teatro do Absurdo traz ao homem imagens que podem levá-lo a olhar para o mundo real que o cerca sem transmitir-lhe ilusões, a suportar sua perda de fé, não de forma escapatória, com divertimentos de massa, satisfações passageiras, ou ideologias baratas, que podem acenar para um “admirável mundo novo” mas irreal. O homem é mais coerente com sua própria natureza quando encara a realidade com toda sua falta de sentido e, por isso mesmo, constrói projetos.

A literatura em geral está marcada por traços do absurdo, como leitura da falta de sentidos da vida humana, e o Teatro do Absurdo faz parte dessa rica e variada tradição que vê o mundo como uma sala de espelhos, que refletem as ações do homem e onde a realidade vai lenta e seguramente desaparecendo na fantasia.

Assim como o espetáculo nunca pode parar, o teatro vai continuar a refletir as tendências de cada época e cada público vai responder às inovações como aquele que se chocou com *Esperando Godot*, de Beckett.

Teatro: espaço privilegiado para a expressão de emoções

Os dramaturgos continuam buscando inovações e novas técnicas para expressar as emoções dos homens num mundo de múltiplas e rápidas mudanças impulsionadas por novas tecnologias. O teatro, por ser a mais social das artes, responde prontamente às mudanças sociais e continua sendo o lugar privilegiado para a reflexão dos problemas do homem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- NIETZSCHE, Friedrich, *Assim Falou Zaratustra*, trad. M. de Campos, P Publicações Europa América, Portugal, 1978.
- ESSLIN, Martin. *The Theatre of Absurd*, Penguin Books Ltda, England, 1977.

JOGOS OLÍMPICOS E OS MEIOS COMUNICACIONAIS: IDENTIDADES CULTURAIS, TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS

Vera Regina Toledo CAMARGO
Pesquisadora do Labjor – Unicamp e
Coordenadora do Núcleo de Pesquisa
"Mídia Esportiva" da Intercom

RESUMO

O olimpismo é o fenômeno sociocultural mais antigo cultuado pelo homem. Retratando de maneira fidedigna a cultura esportiva de uma sociedade, é, indiscutivelmente, um dos fenômenos mais populares de nosso tempo. Sua parceria com os meios de comunicação de massa desperta fascínio e seduz multidões. Buscamos com este artigo não só um diálogo com os autores da área da midiologia esportiva, mas, também, a compreensão das relações do esporte olímpico e sua inserção na mídia televisiva brasileira e, conseqüentemente, na cultura nacional. Nesse contexto, é fundamental entender o poder e a influência da mídia nos valores e na prática do esporte e, ainda, a questão do olimpismo e seus pressupostos. Buscamos entender, também, a difusão cultural, científica e tecnológica presente nos Jogos Olímpicos pela veiculação das mídias.

Palavras-chave: Olimpismo. Meios de comunicação. Esporte midiaticizado.

ABSTRACT

The practice of the Olympic games is the oldest socio-cultural phenomenon cultivated by men. They portray the sports culture of a society and is, without any doubt, one of the most popular manifestations of our time. Their relationship with mass media fascinates and spells multitudes. This paper seeks not only to establish a dialogue with the authors of sports media but also to understand the relationships of Olympic sports and their insertion in Brazilian TV and, consequently, in national culture. In this context, it is paramount to understand the power and the influence of the media in sports values and practice and the issue of Olympic Games and their presuppositions. We have also tried to understand the cultural, technological and scientific diffusion that exists in Olympic Games through media publicizing.

Key words: *Practice of Olympic Games. Mass media. Sport through the media.*

O OLIMPISMO E OS VALORES CULTURAIS

Os estudos relacionando o esporte com os meios de comunicação, no Brasil, são recentes e influenciados por pesquisadores que realizaram seus estudos no exterior e, provavelmente, por meio de contatos com pesquisadores internacionais que buscam respostas para a área do olimpismo e os meios comunicacionais. O pioneirismo e a audácia, e também a criatividade dos jornalistas e repórteres, marcaram a veiculação do esporte olímpico na mídia brasileira.

Os registros das participações dos atletas olímpicos brasileiros e suas performances sempre foram acompanhados pela mídia. Nos primórdios, os repórteres esportivos enviavam informações das disputas por telefones ou telegramas para as emissoras; as informações com imagens eram veiculadas posteriormente. Não podemos esquecer que as transmissões em tempo real aconteceram com o rádio na década de 30 e com a televisão a partir dos anos 60. As comunicações instantâneas ocorreram na década posterior, conseqüentemente globalizando as informações, o que tornou o planeta cada vez menor, uma vez que a informação sobre um fato é veiculada no mesmo instante em que acontece o evento.

Jogos olímpicos e os meios comunicacionais: identidades...

Nosso ponto de partida, para compreender as relações e valores do olimpismo e os meios comunicacionais, está centralizado na civilização grega, marco do surgimento do movimento olímpico. Esse aspecto inicial identificado em nossa história olímpica fundamenta-se nos estudos da antropologia e, nessa linha de argumentação, encontramos Helal (1990) apresentando posições teóricas consistentes sobre os fenômenos da arte e religião e suas influências no esporte e nos valores olímpicos. Os encontros esportivos eram também celebrações religiosas. Temos vários registros dessa relação; um deles refere-se aos atletas, que competiam em três modalidades ao mesmo tempo: *a atividade esportiva, a sensibilidade e a beleza*. Naquela época não havia a separação entre o esporte, a religião e a arte como verificamos nos jogos olímpicos modernos.¹

Hoje, já existem tentativas de realização de encontros científicos e acadêmicos buscando resgatar esses processos de integração do ser humano, mostrando que a sensibilidade e a beleza sempre estiveram relacionadas com o estado interior mental, ou seja, o esporte era classificado como uma prática corporal que envolvia religiosidade, ligada aos aspectos da alma e à interiorização. Essa tríade, esporte, religião e arte, poderia trazer novos valores para as disputas esportivas se fosse incorporada às olimpíadas. É claro que, nos tempos atuais, é muito complexo tomar essa posição. Entretanto, o atleta poderia estar sendo preparado para as disputas esportivas com esses valores morais proporcionados pela religiosidade, entendidos como aspectos morais interiorizados. Não podemos pensar somente nos aspectos fisiológicos, pelos quais se busca a superação do seu recorde ou performance.

Existe uma inter-relação entre o movimento olímpico e os aspectos míticos e a religiosidade. As primeiras competições gregas eram sempre antecedidas por manifestações religiosas para agradecer e pedir proteção aos deuses nas competições. Esse movimento de saudação e reverência aos deuses ainda continua na nossa sociedade moderna: a todo instante notamos que um atleta, ao adentrar em uma quadra, campo ou piscina, faz uma reverência, pedindo proteção aos deuses do Olimpo, ou aos deuses de sua crença. Modernamente, pela imagem televisiva ou lentes de uma máquina fotográfica, percebemos esses elos com o divino, muito explorados pela mídia, criando até uma identificação com o público que busca pelo diálogo com seus deuses a vitória da sua equipe ou atleta.

Durante as semanas das Olimpíadas, além das informações para o público, a espera de resultados e medalhas, a televisão traz, em escala mundial e com certa severidade, os enfoques emocionais e nacionalistas presentes nas competições.

Percebe-se que a dimensão mais crítica sobre o evento esportivo perdeu espaço para os aspectos ideológicos e sentimentais, bem elaborados pelo locutor do evento, que envolve o telespectador, e desperta a emoção e a paixão que o esporte proporciona.

O Brasil modifica-se nessas ocasiões. Durante o período do ano olímpico, a programação das emissoras de televisão promove inserções especiais dedicadas aos jogos, abordando a perspectiva histórica, a previsão de recordes de ídolos e de atletas que se tornaram heróis olímpicos. Acredita-se que o objetivo dessa ação deva ser realizado com o intuito de mobilizar as massas, como ocorreu no exemplo mais clássico de nossa história esportiva na conquista da Copa do Mundo de Futebol, em 1970.

Mas como descrever o mito? Esse é um elemento fundador e possuidor de uma "aura" que qualifica o indivíduo e o distingue do cidadão comum. Moraes (1988) aponta as virtudes morais, físicas e até esportivas que remetem a atos desbravadores desses "exemplos" de desportista. Desse modo, o vitorioso de uma disputa esportiva é quase sempre visto como um modelo a ser seguido. Verificamos também que um atleta, mesmo não tendo conseguido a vitória, poderá tornar-se um mito, um herói, se possuir as características ao cargo: bravura, honra e sobriedade, o que enaltece os valores olímpicos.

O mito pode ser considerado como um elo de comunicação simbólica, pois utiliza-se de ícones para veicular seus valores e proporcionar seduções. Encontramos em Moragas Spà (1992) ingredientes para entender esse processo. O autor argumenta que somos seduzidos pelas qualidades físicas ou morais de um personagem e o idolatramos pelas suas atitudes e conquistas. As idolatrias e seduções sempre estiveram presentes no imaginário do público e foram se alterando nas diferentes décadas. Já vivemos a "era" dos ídolos do cinema nos anos cinqüenta. Nas décadas seguintes, encontramos os ídolos do "rock and rool", posteriormente os atores de televisão e os esportistas. É necessário distinguir o ídolo do esporte de outras representações. O ídolo esportivo está diretamente ligado a uma superação de obstáculos, à luta. O "sucesso" de um atleta depende do "fracasso" do seu oponente. Somente os ídolos do esporte chegam a ser heróis, porque existe uma superação física e moral e a vitória em relação ao seu oponente.

No final do século XX, o esportista representa nossa sociedade capitalista, pois está sempre batendo recordes e competindo quer consigo ou com outros, sempre em busca da superação.

Jogos olímpicos e os meios comunicacionais: identidades...

A COMUNICAÇÃO ESPORTIVA E O OLIMPISMO

A televisão é o instrumento da Indústria Cultural de maior importância desde meados do século XX. Pela veiculação de suas imagens, produz e reproduz comportamentos, criando modismos. Associado a esse mecanismo, o fenômeno esportivo também age como um elemento formador de opinião, costumes e valores. É um elemento cultural importante em nossa sociedade.

Outra questão interessante é a relação dos comunicadores esportivos, mais especificamente os comentaristas esportivos e sua popularidade advinda da audiência. Eles se convertem em ídolos, sendo facilmente tomados como modelos de personalidade. Morin (1967) analisou esse fenômeno e denominou-o de *Novo Olimpo*. É explicitado a partir das necessidades psicológicas de projeção e identificação que os indivíduos possuem. Dessa forma, os olímpicos, denominação utilizada por Morin, tornam-se modelos de vida e de fato proporcionam o mito da auto-realização (identificação). A partir deles, as opiniões e modismos são assimilados pelo público. Não somente os atletas ou ídolos desencadeiam esse processo, mas o jornalista também, quando possui carisma e credibilidade. São facilmente tomados como modelos de personalidade e formadores de opinião, pelos comentários emitidos. Nesse sentido, o depoimento do comentarista esportivo Juca Kfourir² traz-nos uma grande contribuição a essa figura tão importante nos programas esportivos e ao mesmo tempo controversa:

*O crítico esportivo é o único que critica
a obra em andamento; o mesmo não acontece
com o crítico de cinema, de literatura e de teatro,
que escreve ou fala só depois que viu o espetáculo.
No dia em que você está com mais sorte, vira um gênio;
no dia em que você está com azar, você vira um idiota,
porque você errou, você disse que iria fazer o gol e esse
não aconteceu...*

MÍDIA E A CONSTRUÇÃO DAS IDEOLOGIAS NA SOCIEDADE

A construção da imagem do atleta perpassa os interesses das classes dominantes. A mídia e os patrocinadores são os responsáveis pelas alterações dos horários das partidas, mudanças nos calendários, enfim, toda a manipulação do evento e, nesse sentido, têm o poder de construir ou descartar o ídolo.

A mídia contribui para a construção do mito, porque apresenta ao público os momentos e imagens que denotam bravura, coragem e espírito de luta ou, então, a vontade de vencer do mito. São ingredientes necessários que compõem o imaginário do torcedor, que o estimula a torcer pelo seu ídolo. Temos a apontar, também, a participação dos patrocinadores e dirigentes dos clubes esportivos que “vendem” o evento esportivo como um objeto, uma marca que poderá ser consumida e descartada, caso apareça uma outra marca de pasta de dente ou de sabonete. Assim, o ídolo que era um objeto também cairá no esquecimento.

A publicidade, a compra e venda de atletas e a comercialização dos produtos ligados ao esporte são alguns itens que podem gerar lucros; podemos apontar, também, a contribuição dos meios de comunicação de massa, mas são valores efêmeros.

Verificamos que a mercantilização esportiva não ocorre somente com o ídolo, mas também com a imprensa. Os meios de comunicação de massa precisam vender seu produto atraindo consumidores - os receptores da mensagem esportiva (leitores, ouvintes e telespectadores) -, que sempre estarão em busca de alguma informação. Dessa forma, o veículo de comunicação venderá mais os seus produtos e terá mais audiência, se associar o jogador a um objeto, realizando o marketing esportivo. Estando em evidência, o meio comunicacional proporcionará mais dividendos ao proprietário do veículo.

Segundo Gorski & Santos (1996), os meios de comunicação de massa conseguem criar técnicas de linguagem e de dramatização que, conseqüentemente, conseguem seduzir o público, fazendo com que este assista à partida e fique envolvido com a disputa esportiva. Não podemos deixar de apontar o recurso de utilização da imagem do jogador junto ao público, para criar a técnica de identificação. O lema é este: se o seu time vence, você é também um vencedor, que carrega em si todo o prazer da vitória. Dessa forma, o torcedor se identifica e veste literalmente a camisa, assumindo as condutas e valores que o jogador possui. Os meios de comunicação têm o poder de penetrar na massa, colaborando na construção do imaginário coletivo.

Percebemos, ainda, que as projeções e identificações ocorreram em toda a história dos esportes de competição. A figura do desportista é admirada por suas habilidades, que o levam a se converter em profissional, gerando admiração e se constituindo em elemento importante no espetáculo esportivo, como modelo de virtudes a ser seguido.

Nota-se que a mitificação esportiva é produzida e alimentada pela opinião pública. Nesse sentido, existe um casamento de interesses entre o patrocinador, a mídia, o atleta e o dirigente esportivo. O mito esportivo não é uma exclusividade

Jogos olímpicos e os meios comunicacionais: identidades...

da sociedade brasileira, apenas as atitudes são bem mais exacerbadas. Os Estados Unidos da América fabricam, manipulam e vendem muito bem esses valores. Na Argentina encontramos, também, registros históricos que alertam para esses mecanismos. Scher (1996) diz que essa identificação é o perfil dos latino-americanos. Mas percebemos que essa tendência é mundial.

A mídia detém o poder de construir e descartar os ídolos do esporte, conforme os interesses pré-determinados. Temos, assim, que formar um público mais crítico e que não assimile somente o que é veiculado pelas mídias, mas tenha um olhar mais profundo para todas essas relações apontadas e saiba identificá-las para não consumir pacificamente esses valores.

Verificamos que os meios de comunicação de massa tanto podem destacar os ídolos por seus feitos positivos, quanto com um olhar de censura por suas atitudes. Exemplos dessa catarse foram verificados na trajetória esportiva do jogador Garrincha no passado, e mais recentemente, com Afonsinho e Edmundo (Castro, 1995) e (Florenzano, 1998).

Os meios de comunicação de massa estão cada vez mais presentes no esporte, assim como o patrocinador. Esses contribuem para a construção do espetáculo esportivo. Nesse sentido, o movimento olímpico também é um grande colaborador, porque cria o show para que o mito no esporte possa ressurgir a cada quatro anos e trazer a paz e harmonia para a civilização, mesmo que, junto a todo esse discurso, venha acompanhado de manipulações e ideologias políticas e mercadológicas. Desse modo, é necessário criarmos um público com um olhar mais crítico para essas relações. Afinal, a cultura de massa produzida pela nossa sociedade é feita por uma minoria e absorvida pela maioria da sociedade brasileira. A sociedade moderna é midiaticizada, razão pela qual um fato só existe se ele está na mídia...

NOTAS

⁽¹⁾ Ênfase melhor essas relações em minha dissertação de mestrado *Nadadores brasileiros: campeões ou ídolos esquecidos*.

⁽²⁾ Entrevista concedida à pesquisadora em 10.02.98.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CAMARGO, V.R.T. *Nadadores brasileiros: Campeões ou ídolos esquecidos?* Campinas: Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, 1995 (Dissertação de Mestrado).

Vera Regina Toledo CAMARGO

- CASTRO, R. *Estrela Solitária: um brasileiro chamado Garrincha*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- DURANTEZ, C. *L'olimpisme i els seus jocs: Olimpíada 776 a C- Barcelona 1992*. Barcelona, Espanha: Generalitat de Catalunya, 1992.
- ELIADE, M. *Mito e realidade*. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- FLORENZANO, J.P. *Afonso e Edmundo: a rebeldia no futebol brasileiro*. São Paulo: Musa Editora, 1998.
- MORAGAS SPa, M. *Los juegos de la comunicacion: las multiples dimensiones comunicativas De los Juegos Olimpicos*. Espanha: FUNDESCO, 1992.
- MORAGAS SPa, M. *Cultura, simbols i jocs olimpics: la mediación de la comunicació*. Espanha: Generalitat de Catalunya, 1992.
- MORAIS R. (org) *As razões do mito*. Campinas: Papirus, 1988.
- SANTOS, Z & GORSKI, D. *A construção da imagem do atleta nos jornais impressos*. Piracicaba: Curso de Comunicação Social, Unimep, 1996 (Projeto Experimental)
- SCHER, A. *La patria desportista; cien años de politica y deporte*. Argentina: Editorial Planeta, 1996.

ESTÁGIO EM TURISMO E HOTELARIA

Um dos problemas inerentes aos cursos superiores com formação profissional específica é a dificuldade em inserir procedimentos metodológicos em atividades pedagógicas como visitas técnicas, cursos complementares, convênios e estágios. Essas atividades são fundamentais para a formação do futuro profissional mas muitas vezes se desvalorizam por falta de experiência dos responsáveis. A professora Maria Angela Marques Ambrizi Bissoli, do Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas, publicou uma valiosa colaboração intitulada “Estágio em turismo e hotelaria” (São Paulo: Aleph, 2002). Fruto de uma vasta experiência na área e de seu trabalho como pesquisadora da Carreira Docente da PUC-Campinas, a professora consegue um feito raro com seu trabalho: o livro é informativo, abrangente, possui ótima carga teórica e uma clareza cristalina quanto à aplicação de seus conceitos e métodos. O texto vem acompanhado de um disquete onde está inserido um Banco de Dados de Estágio e um Banco de Relacionamento Profissional. O conteúdo do livro abrange a conceitualização (inclusive competências e habilidades) do estágio nas áreas de turismo e hotelaria, os planos de estágio, a legislação com destaque para os códigos de ética profissionais (são cinco códigos de ética específicos a cada categoria profissional), os bancos de dados informatizados e a avaliação de todo esse processo. Nos anexos estão a relação das organizações profissionais e deliberações normativas específicas da Embratur. Em resumo, o texto favorece a reflexão e a crítica sobre o estágio e oferece um valioso instrumental para docentes, alunos e profissionais, harmonizando teoria e prática de uma forma inteligente e acessível.

Ficha Técnica

Estágio e Turismo em Hotelaria

Maria Angela Marques Ambrizi Bissoli

São Paulo: Aleph, 2002

Prof. Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Professor da Faculdade de Turismo da PUC-Campinas

HOMENAGEM

Mário Erbolato

(Diretor-Fundador - 1982 1990)



"A hipótese de que Mário Erbolato tivesse a noção do que seu gesto representaria para os professores das áreas de conhecimento é inevitável pela sua amplitude e importância histórica, por terem um canal que permite o debate e a livre exposição das idéias".

José Marques de Melo (coordenador do projeto), Rosemary Bars Mendez, Wilma Barros, Glaubio Batista e Nahara Mackvikz, in "Para uma história da difusão do pensamento latino-americano no Brasil: o papel das revistas das Ciências da Comunicação" (Pós-Com Universidade Metodista de São Paulo).

Institutions interested in exchange of publications are requested to adress to *Las instituciones interesadas em el cambio de publicaciones son invitadas a dirigirse a *Les institutions que désirent établir un échange de publications sont priées de s'adresser à *Le Instituzioni che vogliono ricevere questa pubblicazione in forma de cambio fare la richiesta:

COMUNICARTE

Pontificia Universidade Católica de Campinas- PUC-Campinas
Centro de Linguagem e Comunicação
Campus I - Rodovia D. Pedro I, km 136 - Parque das Universidades
CEP 13086-900 - Caixa Postal (Mail Box) 317 CEP 13012-970
Telefone (0XX19) 3756-7164/ 3756-7176- Fax (0XX19) 3756-7191
Campinas-SP- Brasil

Editoração: Beccari Propaganda e Marketing
Rua Pedro Alvares Cabral, 183 - Campinas - S.P. - Fone Fax (19) 3255-6311
beccaripropag@uol.com.br

Impresso por: GRÁFICA E EDITORA TECLA TIPO LTDA
Fone: (19) 3216-5566 - E-mail: gtt@teclatipo.com.br

O Papel das Revistas de Ciências da Comunicação *

“Desde sua primeira edição, Comunicarte tem uma identidade própria, permitindo aproximar-se dos conceitos da Escola Latino-Americana, ao publicar textos que mostram a preocupação com temas que envolvem a Comunicação e a cultura desta comunidade (...).

A iniciativa abre espaço para produções científicas que questionavam, analisavam e explicavam temas de interesse específico da comunidade acadêmica. Esse espaço permitiu, e ainda possibilita, a oportunidade para quem desdobra sua atenção a esse universo, a mostrar suas idéias sobre assuntos que estão em pauta, nem sempre conhecidos pelos homens que o ocupam”.

** Trechos da pesquisa “Para uma história da difusão do pensamento latino-americano no Brasil”, desenvolvido sob a coordenação do Prof. Dr. José Marques de Melo, por Rosemary Bars Mendez, Wilma Barros, Glaubio Batista e Nahara Mackovikz, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).*