

INTERCOM/83

VI CICLO DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES
DA COMUNICAÇÃO

São Paulo, Brasil - 3 a 7 de setembro de 1983

Tema central:

NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO:
IMPLICAÇÕES POLÍTICAS, IMPACTO SÓCIO-ECONÔMICO

Comissão Organizadora:

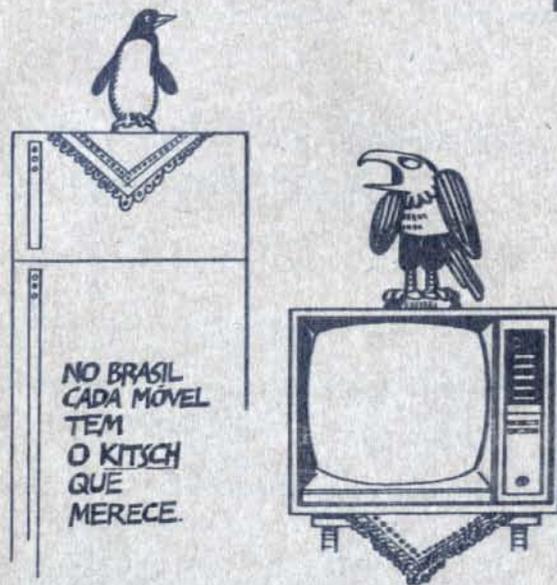
Luis Fernando Santoro
Regina Festa
Roberto Queiroz
Wilson Bueno
Armando Azzari
Alceu da Costa

Informações: INTERCOM
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação
Caixa Postal 20793
01000 - São Paulo - SP - BRASIL

O IMPÉRIO DO SILÊNCIO

Ziraldo

Jornal do Brasil
14/9/82



BOLETIM   

39 INTERCOM



Periódicos INTERCOM

CADERNOS INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação

Comunicação Latino-Americana: 3 Reforma/Revolução 3

AMÉRICA LATINA: ESTADO, SOCIEDADE CIVIL, MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Carlos Eduardo Lins da Silva

CHILE: CULTURA POPULAR E INOVAÇÃO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA - 1970/1973

Valdir Margarido

PERU: BURGUESIA (RE) EXPROPRIA IMPRENSA NACIONALISTA

Regina Festa

BRASIL: IMPRENSA E CAPITALISMO DEPENDENTE

José Marques de Melo



 LORTEZ
EDITORA

INTERCOM

 INTERCOM

* NÃO CIRCULA *

SOC. BRAS. DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES
DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Fórum de debates I - Comunicação eleitoral: o império do silêncio | 3 |
| A Lei Falcão no projeto de abertura - Celina Rabello Duarte | 3/ |
| Pesquisas em tempo de eleições - Michel Thiollent | 5/ |
| Papel da propaganda no comportamento eleitoral - Joseph Luyten | 7/ |
| Marketing político: arremedo tropical - Carlos Eduardo Lins da Silva | 8/ |
| Fórum de debates II - O Centenário de Monteiro Lobato | 10 |
| Monteiro Lobato escritor - Alice Mitika Koshiyama | 11 |
| Lobato na televisão: perda do ritmo - Antonio Hohlfeldt | 12 |
| Monteiro Lobato para crianças e jovens - Edmir Perotti | 13 |
| Reportagens | 14 |
| Bienal, a festa do livro - Dilma de Melo | 16 |
| Tendências do jornalismo contemporâneo - Lúcia Araújo | 16 |
| A Revolução Molecular entre nós - Ciro Marcondes Filho | 18 |
| Igreja inicia o "Adeus a Aristóteles" - José Marques de Melo | 19 |
| Um avanço nas lutas dos jornalistas - Regina Festa | 20 |
| Jornal laboratório tem dono? - Eucléa Bruno | 21 |
| Informação científica distante do grande público - Eron Brum | 21 |
| Crítica dos meios - A primavera dos debates | 22 |
| O debate interrompido - Luiz Fernando Santoro | 23 |
| O fraco desempenho dos candidatos paulistas - José Marques de Melo | 24 |
| No debate, os jornalistas perderam - Regina Festa | 25 |
| No combate entre os jornais, a Folha venceu - C.E. Lins da Silva | 26 |
| No Sul, rituais ao invés de idéias - Sérgio Caparelli | 27 |
| Televisão carioca: um serviço à democracia? - Marco Morel | 28 |
| Ensaíos | 32 |
| Avaliação crítica da pesquisa em comunicação - José Marques de Melo | 35 |
| O espelho tá doido - Narciso Lobo | 36 |
| Sobre o conceito de imperialismo cultural - Francisco Rüdiger | 36 |
| Resenhas | 37 |
| Estudos iniciais interessantes sobre América Latina - Ciro Marcondes F.º | 39 |
| Consolidando a "teoria das brechas" - Roberto Queiroz | 40 |
| Novas tecnologias vistas pela teoria da dependência - Tereza Hallyday | 41 |
| História de um jornal dentro da História do Brasil - Sérgio Caparelli | 42 |
| O fator cultural no processo de comunicação - Maria Cecília Silveiras | 42 |
| Noticário da INTERCOM | 44 |
| Ensino | 52 |
| Pesquisa | 56 |
| Veículos | 58 |
| Profissões | 67 |
| Censura | 69 |
| Comunicação Internacional | 70 |
| Tecnologia | 74 |
| Gente | 75 |
| Noticário Geral | 76 |
| Comunicação Popular | 78 |
| Encarte: Bibliografia Corrente de Comunicação - n.º 35 - set/out/1982 | |

COMUNICAÇÃO ELEITORAL: O IMPÉRIO DO SILÊNCIO

A campanha eleitoral de 1982 foi uma das mais importantes da história do Brasil, devido às peculiaridades conjunturais que a cercaram. Pela primeira vez em 17 anos, os brasileiros puderam escolher os governadores dos Estados.

Como nestes 17 anos a tecnologia das comunicações se modificou sensivelmente e a penetração dos meios de massa adquiriu uma força muito maior, supôs-se que esta campanha também seria um marco histórico no que diz respeito à utilização desses meios com objetivos políticos. Afinal, o gostinho do aperitivo da campanha para o Senado de 1974 ainda estava forte na boca de todos, a prever um almoço saboroso e suculento.

Contudo, o prato principal acabou sendo arrancado da mesa dos brasileiros quando o governo resolveu manter o indigesto tempero da Lei Falcão no cardápio das eleições de 82. Mal deu para o País apreciar a riqueza do debate democrático nas telas de seus aparelhos receptores. E, logo, a esterilidade dos currículos e fotos mudas ensurdeceu os ouvidos de um povo que apenas recomeçava a adquirir o hábito da audição política.

Com a imposição da Lei Falcão, o incipiente marketing político brasileiro murchou. Ficaram os bons momentos dos debates de agosto e setembro e a mania das pesquisas, mantida viva através dos jornais e revistas, pois na televisão nem isto os aplicadores da Lei Falcão quiseram permitir.

Apesar dos pesares, houve uma campanha eleitoral. E a comunicação desempenhou seu papel. Neste Fórum de Debates, o Boletim INTERCOM faz uma análise deste papel. Celina Rabello Duarte prescreta os motivos que levaram o regime a manter a Lei Falcão nestas eleições, apesar das reiteradas promessas de que iria suspendê-la, ou pelo menos abrandá-la. Michel Thiollent examina criticamente as pesquisas de opinião que tiveram divulgação sem precedentes nestas eleições e aponta possíveis perspectivas para o futuro. Joseph Luyten trata da influência da propaganda sobre o comportamento eleitoral. E Carlos Eduardo Lins da Silva revê os principais fatos que marcaram a campanha de 82 sob o ponto de vista da comunicação.

A LEI FALCÃO NO PROJETO DE ABERTURA

Celina Rabello Duarte

A regulamentação da propaganda eleitoral no rádio e na televisão é matéria de razoável complexidade técnica. Seria o caso de dar a cada partido o mesmo tempo ou dever-se-ia dividir esse tempo proporcionalmente à votação de cada um nas últimas eleições? Dentro de cada partido, o uso desse tempo deveria ficar a critério dos dirigentes, aceitando-se o risco da oligarquização, ou deveria ser distribuído igualmente entre todos os candidatos, o que fatalmente redundaria em pulverização?

No caso brasileiro, porém, a maior dificuldade para se chegar a formas justas e democráticas de regulamentação são de ordem eminentemente política. Do ponto de vista militarista dominante na cúpula governamental, os Meios de Comunicação de Massa são considerados assunto de Segurança Nacional. Os partidos políticos de oposição são tidos como ameaças à Segurança Nacional, vale dizer ao poder estabelecido. Não por acaso, conforme circulou na imprensa, coube às delegacias regionais do SNI o acompanhamento e a avaliação dos programas de debates entre candidatos no rádio e na televisão. Menos espantosa, inclusive porque verdadeira, foi a conclusão a que chegaram: que a presença das oposições no rádio e na televisão "poderia alterar ainda mais o eixo da disputa eleitoral entre o PDS e os partidos oposicionistas." (Folha de S. Paulo 25/8/82).

Nessa ótica, nada mais natural do que a decisão do Alto Comando do Político do Governo de manter a Lei Falcão pelo terceiro pleito consecutivo, a despeito das críticas unânimes a essa lei por parlamentares tanto da oposição como da situação.

Essa atitude intransigente do governo, reiterando sua predileção por modelos antidemocráticos de utilização dos Meios de Comunicação de Massa em períodos eleitorais, contraria uma série de progressos antes alcançados nesta matéria.

Mesmo em 1974, ainda sob a vigência de toda a legislação ditatorial, deu-se um grande passo no sentido de democratizar o uso dos Meios de Comunicação, através da Lei Etelvino Lins, que eliminou definitivamente a propaganda eleitoral paga no rádio e na televisão. Por outro lado, essa intransigên-

cia evidencia mais uma vez que o controle dos MCM é um dos pontos nevrálgicos e inegociáveis do projeto político do governo — a liberalização controlada.

Embora o mecanismo eleitoral tenha uma importância crescente nesse projeto, o governo procura ao mesmo tempo encontrar fórmulas capazes de impedir a autenticidade dos pleitos e de eliminar a possibilidade de que as eleições acabem forçando-o a aceitar a alternância de forças políticas no poder. Por isso, à medida em que o processo de abertura avança, as regras do jogo eleitoral são submetidas a controles e distorções cada vez mais evidentes. Entre estas, a Lei Falcão foi a primeira e talvez seja a mais eficiente.

A vitória do MDB nas eleições de 1974 despertou o governo para a crescente sensibilidade do eleitorado, especialmente nos grandes centros urbanos, para as críticas e mensagens da oposição. Impedir, então, o acesso dos candidatos ao rádio e à televisão significava controlar a influência do discurso oposicionista no eleitorado. A pretexto de solucionar um problema técnico (o grande número de candidatos dificultando a justa distribuição do horário gratuito), a Lei Falcão é instituída inicialmente, em 1976, para vigorar apenas em pleitos municipais. A verdadeira razão, contudo, era impedir a repercussão das mensagens oposicionistas dos grandes centros urbanos sobre os municípios menores.

Mesmo esta justificação cai por terra, porém, quando os dispositivos da lei são estendidos a todos os pleitos, através do Pacote de Abril, em 1977. Nesta ocasião nem uma justificativa formal foi oferecida, tornando-se pois cristalino o objetivo básico: conter o avanço eleitoral da oposição.

Dificilmente, portanto, o governo abriria mão de um expediente tão poderoso em eleições como as de 1982, cuja importância política é ímpar neste regime. São as primeiras a se realizarem depois dos passos mais importantes da abertura política (fim do AI-5, anistia, pluripartidarismo). De seu resultado dependerá a formação de um Congresso que poderá ter poderes de reformar a Constituição. Pela primeira vez depois de 16 anos haverá eleições diretas para governador. A verdade é que, desta vez, o governo não quis nem mesmo confiar apenas na Lei Falcão. Recorreu também ao voto vinculado, à proibição das coligações partidárias, à supressão do voto de legenda, a um modelo de cédula que só pode compilar, e à coincidência de eleições municipais e estaduais. A Lei Falcão, ao lado dessas medidas, irá forçar, como quer o governo, a municipalização das eleições, dificultando a polarização do eleitorado em termos mais abrangentes.

Mais grave, porém, do que favorecer a vitória eleitoral do governo, são os aspectos autoritários e conservadores da Lei Falcão, que ultrapassam o momento eleitoral e vão provavelmente repercutir, negativa e profundamente, nas possibilidades do desenvolvimento político democrático no Brasil. Despolitizando a campanha eleitoral, por reduzir ao mínimo a informação política, a Lei Falcão acaba reforçando na população sentimentos de distanciamento e até mesmo de rejeição à política. Esta, na verdade, é uma característica permanente dos regimes autoritários: a tentativa de suprimir pura e simplesmente a informação política, ou de torná-la anódina e repetitiva; de incutir no cidadão uma concepção da política como algo abstrato, que não tem nada a ver com seus interesses, ou como algo complicado demais e fora do seu alcance.

Sob a égide da Lei Falcão, a despolitização da campanha de certa forma transforma-se em um imperativo para todos os partidos e candidatos. Impedidos de debater e de se comunicarem com o eleitorado através do rádio e da televisão, todos indistintamente vêem-se obrigados a reduzir o conteúdo de sua campanha política a slogans apelativos e frases de efeito, que usam em formas alternativas de propaganda como em panfletos, santinhos, cartazes, out-doors, pichações.

Ao nível do eleitorado, a campanha assim estruturada vai reforçar não só o voto clientelístico como também a escolha a partir de critérios personalistas ou casuais como o mais simpático, o mais bonito, o primeiro com quem se teve contato, ou o último a entregar seu santinho na boca de urna.

A intenção do governo em despolitizar o voto é de tal ordem, que nestas eleições, nem mesmo o voto partidário, aquele que se manifesta simplesmente como voto na sigla do partido, terá a importância que teve nas eleições passadas. A supressão do voto de legenda, o novo modelo de cédula (que obriga o eleitor a escrever o nome ou número de todos os candidatos e que não tem lugar para a sigla partidária) além da exigência da vinculação, forçaram os candidatos a darem mais importância ao seu número do que à sigla do partido. Há outro aspecto que concorre para deturpar o sistema de representação e que atesta o caráter antidemocrático da Lei Falcão. Trata-se do favorecimento aos candidatos de maior poder econômico e aqueles que, por um motivo ou outro, são mais conhecidos. Também aqui essa legislação mostra seu caráter conservador para não mencionar que em ambos os casos os candidatos governistas levam vantagem

Não resta dúvida de que o problema da Lei Falcão passa necessariamente por uma revisão de toda a política do governo em relação ao rádio e à televisão. Assim como a democratização da sociedade passa necessariamente pela democratização dos Meios de Comunicação de Massa e da recuperação de seu papel de incentivadores da participação política. No entanto, tantos os partidos políticos como as organizações autônomas da sociedade civil têm negligenciado essas questões. E é bom lembrar que o voto distrital-misto foi instituído para as eleições de 1986. Não faltarão argumentos para tentar convencer de que, neste tipo de sistema eleitoral, os Meios de Comunicação de Massa são irrelevantes para a campanha eleitoral.

PESQUISAS EM TEMPO DE ELEIÇÕES

Michel Thiollent

Com o fim do bipartidarismo, a complexidade do pleito e o procedimento do voto vinculado, manifestam-se grandes expectativas a respeito da reação do eleitorado. Tal fato está sendo acompanhado pela sistematização e a intensificação do papel da pesquisa de opinião. A pesquisa de opinião não pode ser tratada como simples técnica de sondagem. Vem desempenhando uma acentuada função política dentro do mecanismo eleitoral e é indissociável das práticas dos meios de comunicação de massa.

A pesquisa eleitoral funciona em dois níveis a serem distinguidos: a) o do assessoramento particular dos candidatos ou partidos e b) o da campanha eleitoral maciçamente "orquestrada" pelo mcm antes da aplicação da Lei Falcão.

No primeiro caso, a sistematização da pesquisa de opinião opera como meio de afinar o marketing político. Os resultados são utilizados exclusivamente pelos candidatos ou partidos clientes das empresas de pesquisa. O preço dessas pesquisas, desproporcional a seus intrínsecos méritos, chega a ser exorbitante. Uma pesquisa para "candidato a governador num Estado de porte médio" era estimada em 8 milhões de cruzeiros em julho de 1982. Além disso, "recomendações e estratégias não saem por menos de 10 milhões". (Vejam o artigo de Célia CHAIM, "O grande negócio das eleições", in *Gazeta Mercantil, Administração e Serviços*, nº 23, julho de 1982, pp. 6-12). Nota-se, de passagem, que o faturamento das pesquisas de opinião feitas em poucos dias ou semanas supera, em muito, os orçamentos anuais de fundamentais pesquisas em ciências sociais. Numa noite de Carnaval, gasta-se mais do que no restante do ano em matéria de cultura popular. Numa véspera de eleição, gasta-se mais do que no restante dos quadriênios em matéria de pesquisa social. Cada campo tem seus "bicheiros". As pesquisas de opinião não estão ao alcance de todos os partidos de oposição ou de todos os candidatos. As pesquisas representam uma das despesas mais importantes na campanha eleitoral. Segundo a mesma fonte citada acima: na campanha, incluindo material promocional e viagens, 2 bilhões de cruzeiros são necessários para a eleição de um governador, 1 bilhão para senador, 60 milhões para deputado federal e 30 para deputado estadual. A partir desses números, vê-se que a prática do marketing político pode dificilmente ser considerado como instrumento de democracia.

No segundo contexto, o papel da pesquisa de opinião encaminhada por jornais ou entidades particulares não deve ser considerado em si próprio, e sim, em estreita relação com a organização da campanha pelos meios de comunicação. É preciso destacar os debates entre candidatos na televisão antes da aplicação da Lei Falcão (sobrevivência do passado). A função de tais debates tem sido muito importante na formação das preferências nos diversos Estados. A publicação dos resultados de pesquisas-relâmpagos administradas logo depois desses debates desempenha um papel na "corporificação" das preferências. Em função de certas táticas eleitorais, os meios de informação podem destacar que x ou y "venceu o debate" ou tem maiores chances de liderar a votação. Os resultados das perguntas sobre preferências podem ser "manipulados" por meio de notícias nas quais não é destacado o número de indecisos ou o eventual rebaixamento devido ao voto vinculado. Além do mais, a representatividade das amostras de pesquisas-relâmpagos, feitas na hora, é mais precária do que a das amostras de pesquisas mais abrangentes. As perguntas relativas ao fato de saber "quem venceu o debate" são extremamente manipuláveis, tanto ao nível da situação da entrevista quanto ao da interpretação dos resultados. A noção de "vencer o debate" é vaga e sujeita a várias interpretações. Por isso, é chave na administração dos efeitos de persuasão. Por parte de certos grupos políticos influentes na imprensa, a utilização das notícias sobre a questão do "quem venceu" tem que ver com certas jogadas diretas: promover o candidato x, ou indiretas: promover momentaneamente o outsider z para enfraquecer o principal adversário e do candidato x apoiado pelo grupo considera-

do. Esse tipo de jogada tende a se desenvolver justamente na nova conjuntura diferente do bipartidarismo. Com a presença de cinco partidos, a pesquisa de opinião se torna mais necessária para "dosar" as diversas operações táticas, de modo a maximizar as chances. O problema é complexo, na medida em que, entre os partidos de declarada oposição, existem algumas opções intermediárias escapando ao dilema situação/oposição.

Além do que precede, levando em conta a presença de partidos novos, sem eleitorado pré-determinado, e muitos jovens votando pela primeira vez, o sistema de pesquisa e informação adquire uma função que não se limita à influência ou à transferência dos eleitores de um partido para outro, e sim à constituição do próprio eleitorado. Nesse intenso trabalho de formação das preferências, surgiu um "novo" personagem: o "indeciso". Podemos considerar como sendo altamente positivo e melhor do que nas eleições anteriores, o fato dos meios de comunicação de massa terem destacado a grande proporção de indecisos em setembro. Isto relativizava as afirmações sobre quem iria vencer ou ser vencido. Agora, as pesquisas de circulação restrita focalizam a questão de saber como "conquistar" ou "seduzir" esses "indecisos", dentro da prevalente visão mercadológica.

O mecanismo constituído pelo debate na televisão seguido pela pesquisa de opinião, cujos resultados são utilizados como instantâneo *feedback* das performances dos candidatos no vídeo, possui um potente fator de "espetacularização" da vida política. O verbo é ação sobre o eleitor e o conteúdo das vagas reações verbais de uma amostra às vagas retóricas dos candidatos é utilizado para consolidar os efeitos comunicativos em tendências. Tudo isso abre um campo de aplicação para pesquisas especializadas em pragmática da comunicação.

Além dos efeitos imediatos de promoção de candidatos, a pesquisa, no seu contexto comunicativo, exerce um efeito de mais longo alcance ao nível da representação da vida política. É muito conhecido o fato de que, na chamada "cultura de massa", em particular aquela difundida pela televisão, as pesquisas de audiência desempenham um papel conformizador na concepção dos programas e contribuem para rebaixar seu nível. Na cultura política, é provável que haja um fenômeno semelhante. As pesquisas feitas dentro da concepção do *marketing* político tendem a rebaixar o nível da argumentação e a fazer depender as escolhas coletivas da capacidade verbal ou mímica dos candidatos, em vez de uma efetiva abordagem dos problemas da coletividade e de sua mobilização.

Da mesma forma que as práticas "ibopianas" contribuem para uniformizar as telenovelas, as práticas "gallupianas" podem tender a uniformizar a propaganda e outras práticas eleitorais dos diversos partidos.

Muita gente acha que toda essa concepção é "moderna" e "progressista", mas no fundo trata-se de uma simples extensão da "moral" do comércio ou da mercadoria no campo da política.

Alguns dizem que a pesquisa de opinião promove os ideais da democracia ocidental. As decisões resultariam da preferência da maioria. Segundo a *Gazeta Mercantil, Administração & Serviços*: "Há 40 anos o IBOPE ouve pessoas de todas as classes sociais, fazendo com que eles influam nas decisões" (número citado, página 13). É preciso desmistificar esse tipo de ilusão.

Devemos reconhecer que a representação mercadológica da vida política, onde vários partidos disputam os eleitores com os mesmos métodos com que os fabricantes de sabonetes disputam o mercado, pode ser julgada superior à representação monolítica e autoritária própria dos regimes de força. No entanto, essa representação não deve ser confundida com o que poderia ser uma realidade democrática. Isto constitui mais um importante problema a ser estudado do ponto de vista da comunicação.

As pesquisas de opinião e sua exploração informativa formam um círculo no qual é constantemente "reciclada" a opinião pública na qual se propagam elementos daquela representação da vida política mais "democrática", onde, aparentemente, todo mundo tem vez nas decisões. Tal representação tende a minimizar a permanência dos mecanismos antidemocráticos e poder econômico-político das pequenas minorias.

Numa próxima campanha eleitoral, se houver acabado a Lei Falcão, todos os mecanismos aqui apontados irão se desenvolver até o dia da eleição.

Existem alternativas? No sistema de pesquisa e informação vigente, os argumentos das lideranças são moldados e divulgados a partir das opiniões das massas passadas no nível da "doxocracia" num clima de bastante passividade. Como alternativa, talvez seja possível planejar, em escalas mais limitadas, certas formas de pesquisa-ação associada à propaganda político-partidária. O PT de San-

tos parece ter experimentado algo nesse sentido. No futuro, com mais preparo, talvez sejam possíveis novas formas de intervenção.

Rio de Janeiro, 8 de outubro de 1982

PAPEL DA PROPAGANDA NO COMPORTAMENTO ELEITORAL

Joseph Luyten

Gostaria de lembrar, inicialmente, de que estas linhas estão sendo escritas a um mês das eleições propriamente ditas e que estamos, portanto, em pleno fervilhar do caldeirão.

Há uma outra consideração a se fazer: As concepções políticas tendem a fazer as pessoas observarem a realidade que as cerca de acordo com uma certa visão estereotipada. É como se elas usassem óculos com lentes de determinadas cores. E elas passam a considerar tudo de acordo com este prisma, a não ser que algo muito importante ou forte aconteça e essas pessoas tirem seus óculos e passam a enxergar a realidade. Aí poderão reafirmar suas atitudes anteriores ou, até, modificá-las completamente.

Esse "algo muito importante" que pode causar uma mutação muito grande do ponto de vista ideológico nem sempre é um acontecimento relevante. Pode, também, ser uma coisa pequena e servir de "gota que faz transbordar o copo". A coisa mais difícil, inclusive, freqüentemente, para a própria pessoa envolvida, é determinar o ponto de mudança de opinião. O que acontece é que pela recorrência de determinados pensamentos a pessoa acaba tendo a sensação de que sempre pensou da maneira em que se acha no presente.

Por tudo isso, podemos dizer uma coisa sem margem de erro: a "propaganda eleitoral", como vem sendo apresentada na TV e Rádio, de acordo com a "Lei Falcão", é inteiramente inócuca. As posições políticas individuais já foram tomadas e, se houver alguma mudança, ela será em direção às oposições.

Atribui-se, erroneamente, a Adolf Hitler a afirmação de que "uma mentira, muitas vezes repetida, torna-se verdade". Não importa aqui o verdadeiro autor da frase mas o que se costuma omitir é que, para isso poder acontecer, é preciso que a mensagem mentirosa seja a única a chegar ao receptor. Numa época eleitoral, como a em que nos encontramos, certamente não há uma só voz clamando. Há muitas e contraditórias. Além disso, existe uma realidade social e histórica. O eleitor brasileiro conhece a situação econômico-social em que se encontra e, certamente, não tende a atribuir a penúria e a constante perda de poder aquisitivo a um fracasso de ordem pessoal. Ele está saindo de um longo período de silêncio forçado a respeito de muitos assuntos e, diante de tudo isso, sua tendência será a de não endossar a palavra daqueles que proclamam a continuidade deste *status-quo*. Se ele ainda tiver um mínimo de esperança em melhorias sócio-políticas, ele tenderá a escolher candidatos à sua esquerda, tanto mais à esquerda quanto maior for sua esperança.

É difícil falar-se de tradição eleitoral em um país no qual nunca se votou com inteira liberdade. Seria mais fácil referir-se a tendências. Em todo caso, observamos certas constantes no eleitorado nacional, entre as quais duas merecem atenção especial. Uma é a tendência de se votar em pessoas e não em partidos. Aí já podemos falar em tradição caudilhesca da América Latina. Não se acredita em idéias e, sim, em algum comunicador de idéias e, em alguns casos, até, em algum comunicador, seja lá de que for. Por tudo isso, com muito freqüência, confundem-se, no Brasil, homens com idéias, partidos com opiniões pessoais e fatos com boatos. Por isso mesmo, temos a tendência, sobretudo, em localidades menores e Estados de maior concentração populacional rural, de se votar em pessoas de prestígio social consolidado que, costumeiramente, se afiliam a posições políticas da situação (pois dela advém seu prestígio e poder). Por essa razão, no Brasil de hoje, o partido do Governo tenderá a ganhar nas localidades e Estados onde a conscientização do eleitorado for menor e o controle social maior. Nos centros urbanos, onde o esclarecimento tende a ser maior e o controle social menor, logicamente, se dá o contrário.

A outra constante do eleitorado brasileiro é a "simplicidade na escolha". Uma vez tomada uma posição ou escolhido um líder, haverá uma tendência de se apoiar tudo aquilo que esta posição ditar ou aquilo que o líder disser. É por isso que lideranças novas têm tanta dificuldade de se impor. Pela mesma razão, líderes do passado, embora tenham mudado diversas vezes de posição política, ainda merecem o respeito de grandes faixas do eleitorado.

Como neste ano eleitoral quase a metade dos votantes exerce este direito (dever) pela primeira vez, sua tendência será ligar também os velhos líderes aos fracassos políticos cujas consequências sentem na carne.

Praticamente em todos os setores ainda não compromissados sente-se, no fundo, um grande desejo: "Mudar para, pelo menos, ver em que resulta."

Podemos dizer que o próprio fato de haver propaganda política já é positivo e determinante para que as pessoas possam, pelo menos, escolher entre algumas opções. Uma vez tomada uma posição de ordem política, ela dificilmente mudará.

Por outro lado, é preciso ver mais uma das peculiaridades de nosso País: No Brasil, o exercício oficial da propaganda (em seu sentido puramente político) é atribuição do bacharel em Relações Públicas e não em Propaganda, como faria supor ao mais inocente desavisado. E se formos analisar a armação acadêmica dos formados em Relações Públicas, veremos que, com exceção de algumas (mas algumas só, mesmo) honrosas exceções, seus bacharéis costumam manifestar um só desejo: atrelar-se ao poder. Nunca vimos Comunidades Eclesiais de Base ou Centros Acadêmicos com serviços expressos de Relações Públicas. Tampouco sindicatos ou grupos de reivindicação sócio-política. Por outro lado, transnacionais e secretarias...

Um dos papéis fundamentais da propaganda/publicidade é o de esclarecer o público a respeito da realidade ou de um fato. Talvez não seja exatamente esta a intenção de todos aqueles que fazem propaganda política hoje, em nosso país. Mas o resultado está sendo o esclarecimento do cidadão. Se, em alguns casos, ele não sabe ainda em quem deverá votar, com certeza, sabe em quem não pode absolutamente fazê-lo.

Existe ainda uma larga faixa de possibilidades propagandísticas que consiste nas promessas, coletivas ou individuais. Neste caso, mais uma vez, as oposições levam vantagem. Como nunca estiveram no poder (com algumas exceções nas quais, aliás, geralmente tiveram atuação desastrosa — leia-se, aqui, Rio de Janeiro), é muito mais fácil, para quem se opõe a um regime em desagréguação, mostrar o que poderia e deveria ser feito e como o faria se fosse eleito. Aos candidatos da situação fica a difícil tarefa de procurar justificar promessas anteriormente feitas mas não cumpridas.

Na escala de promessas individuais, têm mais poder de penetração (a longo prazo) os partidos que nada prometem mas que simplesmente pedem o voto para fortalecer uma determinada classe.

Embora conceitos de justiça e honestidade sejam anacronismos para muitos, a sua demonstração para um eleitor consciente ainda pode surtir surpreendente efeitos.

MARKETING POLÍTICO: ARREMEDO TROPICAL

Carlos Eduardo Lins da Silva

A campanha eleitoral de 1982 no Brasil chegou a registrar embrionariamente um sucedâneo da guerra de marketing político que se observa nos países de capitalismo avançado, em especial os Estados Unidos. Durante o curto espaço de tempo entre a proximidade da data da eleição que fosse suficiente para animar o público e a entrada em vigor da Lei Falcão (sessenta dias antes do pleito), o País viveu um período em que alguma estratégia de propaganda política moderna chegou a ser implementada. No entanto, graças aos rigores da legislação do casuismo eleitoral, logo tudo voltou ao tradicionalíssimo esquema da conquista de voto através de "santinhos" e clientelismo.

Os lances mais animados nesta quase-batalha publicitária aconteceram, sem dúvida, no Rio de Janeiro, Estado em que a campanha foi mais intensa. Os candidatos Miro Teixeira (PMDB) e Wellington Moreira Franco (PDS) gastaram pequenas fortunas (respectivamente 31 e 15 milhões de cruzeiros) para veicularem através da TV Globo inteligentes peças de propaganda durante o mês de agosto, que acabaram favorecendo mais o candidato do PDS que era menos conhecido do público.

Em São Paulo, o pequeno espaço de tempo de que dispuseram os candidatos, mais a relativa homogeneidade da campanha que favoreceu o tempo todo o candidato do PMDB, impediram que lances tão ousados viessem a ocorrer na televisão. Apenas uma vez o candidato do PDS, Reynaldo de Barros, se valeu da televisão para pagar o anúncio de pretensos resultados de pesquisas eleitorais que o colocariam em situação vantajosa sobre o seu principal concorrente.

No resto do País, a televisão só foi utilizada pelos candidatos quando eles foram convidados a participar dos debates, que se tornaram uma curta porém saudável mania nacional nos meses de

agosto e setembro e que foram importantíssimos para firmar pelo menos duas candidaturas: a de Leonel Brizola (PDT) no Rio de Janeiro e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) em São Paulo.

Com a imposição da Lei Falcão, os debates silenciaram e a propaganda se limitou à monotonia dos currículos e fotografias, mudas, que a severidade dos juizes eleitorais encarregou de tornar ainda mais soturnos: dezenas de tentativas de inovações foram sistematicamente retiradas do ar pela Justiça Eleitoral, da tarja negra sobre as bocas dos candidatos do PT de Minas à musiquinha com letra do PTB de São Paulo. Houve até o caso de Rondônia, em que o juiz quis enquadrar um jornal na Lei Falcão que, ainda assim, foi burlada, em vários Estados.

Franco Montoro (PMDB), em São Paulo, leu o programa do Partido no primeiro dia de vigência da Lei; candidatos de Estados fronteiriços ao Paraguai compraram tempo nas estações de rádio do país vizinho. E os candidatos do PDS em Minas Gerais (Elizeu Rezende) e na Bahia (João Durval) concederam entrevista expondo suas plataformas de governo, sem terem sido posteriormente importunados. Aliás, a impunidade para os que transgridem a Lei Falcão é uma das razões mais gritantes para o seu banimento da vida política do País.

No final, quem acabou mais usando a televisão como arma de propaganda eleitoral foi mesmo o PDS, através dos atuais governadores e presidente da República. Diária e exaustivamente, o *Jornal Nacional* reservou cinco minutos para os comícios de Figueiredo país afora. Em muitos deles, o presidente criticava as oposições e chegava a pedir votos para o PDS. De tudo isso, resultou apenas uma advertência do TRE gaúcho a uma emissora local, além das óbvias porém estereis censuras dos oposicionistas.

Por sua vez, os governadores de Estados usaram e abusaram de seu pretense direito de "prestar contas à população das obras públicas" para, em plena campanha, apregoar pela televisão as benesses concedidas pelas administrações do PDS.

Contudo, a obra-prima de marketing eleitoral sub-reptício da campanha ficou por conta do documentário *João, um Brasileiro*, exibido em todas as redes de televisão do País, a começar pela Globo, antes e depois da vigência da Lei Falcão. Com indisfarçáveis intenções eleitorais, financiado pelo PDS e produzido por Mauro Salles com inegável competência, o documentário foi visto por quase todo o País com seus trinta minutos de duração inseridos no meio do horário mais nobre de cada estação. Sob o pretexto de avaliar a obra política do presidente Figueiredo, o programa fez severas e injustas críticas aos partidos de oposição (inclusive através de informações distorcidas, como a de que a anistia promulgada por Figueiredo teria sido mais ampla do que a reivindicada pelos oposicionistas) e enalteceu o partido do governo.

Neste amplo e inteligente projeto de propaganda eleitoral pretensamente indireta, não faltou nem mesmo a inclusão da ida de Figueiredo à sessão de abertura da Assembléia Geral das Nações Unidas, posando de estadista e líder terceiro-mundista, mas com objetivos muito mais domésticos do que externos.

De resto, proibidos o rádio e a televisão, só restou aos candidatos dos outros partidos as velhas fórmulas de sempre. Os comícios andaram escassos de audiência, mesmo porque a rígida legislação limitava sua realização a uns poucos locais, nem todos de fácil acesso. As exceções em termos de comparecimento de multidões deveram-se ou a artifícios (como os utilizados por Jânio Quadros, do PTB de São Paulo, que fazia anunciar suas concentrações como se fossem *shows* de música popular — sem referências à parte política — em programas radiofônicos de grande audiência), ou à capacidade de arrematamento de antigos líderes populistas (Aluizio Alves do PMDB do Rio Grande do Norte comandou marcha de 100 mil pessoas entre Natal e um município próximo).

Os *outdoors* e placas de publicidade também tiveram locais restritos para serem colocados. Novamente, a imaginação criadora dos políticos foi acionada para criar fórmulas de escape: Franco Montoro, do PMDB de São Paulo, anunciou um livro de sua autoria, e Guilherme Afif, do PDS de São Paulo, a sua gestão na Associação Comercial, da qual é presidente. Para compensar as restrições para este tipo de propaganda, os candidatos abusaram do direito de pichar e colar cartazes em locais proibidos, ao ponto de incitar a ira até das pessoas mais pacatas, como Pietro Bardi, diretor do Museu de Arte de São Paulo, que respondeu com um sonoro palavrão visual às feias pichações feitas sobre as paredes de seu templo de arte.

Nos jornais, os anúncios também andaram escassos, limitados em parte pela Lei Etelvino Lins, em parte pelo pequeno alcance do meio. O Rio de Janeiro foi mais uma vez a exceção. Ali, apesar da Lei Etelvino Lins, anúncios de páginas inteiras de Miro Teixeira e Wellington Franco apareceram em vários jornais muitas vezes. O destaque, novamente, foi para a equipe de Moreira Franco,

que concebeu peças criativas e inteligentes que ajudaram a tirar seu candidato do anonimato para a condição de concorrente competitivo.

Novidade mesmo foi a participação intensa dos astros da música e da TV durante a campanha. Como não podiam usar seus meios de comunicação naturais, ajudaram na tarefa de distribuir panfletos e santinhos, fazendo com que seus rostos conhecidos angariassem simpatias para seu partido. E participaram de comícios-festas, ou comícios-shows, em que sua presença era tão importante para o público quanto a dos políticos. Alguns chegaram mesmo a jogar uma partida de futebol contra um time de jogadores profissionais militantes do PT, em São Paulo.

De qualquer forma, gastou-se muito dinheiro. Cálculos conservadores apontam que pelo menos um trilhão e meio de cruzeiros foram dispendidos por todos os candidatos no decorrer do ano. Algumas empresas tiveram lucros astronômicos com a confecção de panfletos, santinhos, chaveiros, faixas, cartazes e cédulas-modelo. Chegou a faltar papel para as editoras de livros em algumas praças. Houve até quem montasse firmas especializadas para assessorar os candidatos neste arremedo de marketing político.

A lei que pretende coibir os abusos financeiros, mais uma vez, foi letra morta. Ela limitava os gastos individuais dos candidatos em 2 milhões de cruzeiros que, segundo consta, não seria quantia suficiente nem para pagar uma faixa para cada cidade do Estado de São Paulo, por exemplo.

Quem tinha dinheiro, usou tudo nestas fórmulas tradicionais de propagandear candidaturas e nas mais tradicionais ainda — embora inconfessas — maneiras de comprar votos: doações, seja de dinheiro ou de utensílios, ou simples suborno.

Melhor ainda foi para quem tinha o controle dos aparelhos de Estado. Estes, fartaram-se em gastar o dinheiro público em seu benefício pessoal ou partidário, como ficou fartamente demonstrado nas diversas denúncias que pipocaram pelo País com abundante evidência, mas que — como sempre nesta república tropical — permaneceram impunes.

Em resumo: muito pouca coisa mudou. A campanha foi muito parecida com todas as anteriores, em termos de comunicação política. O controle do poder econômico e dos aparelhos estatais constituiu-se no principal fator de desequilíbrio entre a maior ou menor capacidade de um candidato levar seu nome para os eleitores. Surpreende apenas é que partidos com tão pequena disponibilidade financeira como o PT (principalmente o de São Paulo) e o PDT (principalmente o do Rio de Janeiro) tenham conseguido atingir tanta gente com sua mensagem, o que, obviamente, deveu-se muito mais ao carisma de seus líderes principais do que à força ideológica de seus programas, já que estes fenômenos foram muito específicos em termos geográficos.

Em plena época do satélite doméstico de telecomunicações, o Brasil continuou fazendo eleições dentro dos padrões do clientelismo mais arcaico. Os donos do poder continuam fazendo gols com a mão — como cinicamente admitiu o presidente da República — sem que os juízes marcassem a infração. A lei continuou discriminando entre amigos e inimigos do rei. E o marketing político não passou de arremedo.

Fórum de Debates II O CENTENÁRIO DE MONTEIRO LOBATO

Se a Rede Globo de Televisão não tivesse produzido um especial chamado Pirlimpimpim, talvez tivesse passado despercebido para a maioria dos brasileiros o centenário de um de nossos maiores intelectuais, Monteiro Lobato. Contudo, o casamento de Monteiro Lobato com a televisão é uma das características mais importantes — ainda que não voluntária — de sua obra.

O Sítio do Pica-Pau Amarelo, na versão de Júlio Gouveia e Tatiana Belinky, foi um dos primeiros sucessos da televisão brasileira e ajudou a popularizar ainda mais a formidável obra infantil de Lobato. E hoje, apesar da pasteurização do padrão Globo, o programa continua tendo êxito entre seu público preferencial e o anima à prática da leitura.

Neste Fórum de Debates, a transposição do trabalho de Monteiro Lobato para a televisão é um dos assuntos, analisado por Antonio Hohlfeldt. Além dele, Alice Mitika Koshiyama faz um comentário sobre a obra de Lobato como escritor e Edmir Perroti traça seu perfil como criador para o público infantil-juvenil.

MONTEIRO LOBATO ESCRITOR

Alice Mitika Koshiyama

Monteiro Lobato não é um dos nossos mais qualificados autores pela qualidade literária de todos os seus textos. Mas, ele merece uma apreciação singular pois fez de sua vida um permanente tema para escrever. E pelo que deixou escrito vê-se que o cidadão Monteiro Lobato foi um homem irreverente, batalhador das causas consideradas por ele justas, apreciador de polêmicas, lutando sempre pelas suas idéias. Deixou obras literárias para adultos e crianças, artigos, crônicas, traduções — um conjunto de trabalhos de valor literário desigual — produzidos, muitas vezes, às pressas. Agitou e agiu em favor de uma atividade extrativa do ferro e do petróleo em nosso país. Foi defensor da implantação de uma indústria nacional do livro.

Até hoje Monteiro Lobato tem muitos admiradores: leitores e ex-leitores de suas obras infanto-juvenis, telespectadores de programas inspirados em suas obras (apenas inspirados, vale frisar), e alguns velhos contemporâneos de inesquecíveis campanhas do passado. Mas, Lobato também desperta rancores mais de trinta anos após sua morte. Há quem pregue o ostracismo para suas obras, considerando-as racistas, antipedagógicas, veículos da ideologia da classe dominante.

Enquanto leitores, todos temos o direito de apreciar ou não obras em circulação. Reconhecemos, porém, o direito ao acesso a quaisquer tipos de textos pelos interessados. Não cabe, sob nenhum pretexto, pregar a volta de métodos inquisitoriais aplicados, em outras épocas, contra Lobato e suas obras. Seria muito desprezível a quem sempre lutou pelo direito à divergência, uma ofensa contra quem sempre buscou impor suas idéias pelo debate.

Monteiro Lobato dispunha-se a redefinir um juízo lançado, contanto que houvesse argumentos em contrário. A imagem de um brasileiro preguiçoso por índole, sua primeira visão de Jeca Tatu, é totalmente modificada ao ter acesso às explicações médicas para a aparente indiferença do caboclo ao trabalho: a fome, a verminose, a ignorância.

Essa procura constante de respostas para os problemas brasileiros explica-nos, em parte, sua trajetória de vida. Bacharel em direito, promotor em Areias, no Vale do Paraíba, herdeiro de uma decadente fazenda de café na área, literato nas horas vagas. Depois de revelar seu talento para agitar problemas, através de colaborações ao jornal *O Estado de São Paulo*, muda-se para a cidade de São Paulo. Aí, torna-se editor de livros seus e de escritores conhecidos e amigos.

Lança *Urupês*, *Negrinha*, *A Menina do Narizinho Arrebitado* — um marco na literatura infantil brasileira — dentre outras obras suas. Acaba falindo. Logo está de volta ao ramo, abrindo a Cia. Editora Nacional, em sociedade com Octalles Marcondes Ferreira.

Durante a Presidência de Washington Luís, consegue um cargo em nossa embaixada nos EUA. Ao voltar de lá, no início dos anos 30, está contagiado pela crença no desenvolvimento brasileiro. Bastava imitar o país do norte, acreditava Lobato, extraíndo ferro e petróleo do nosso subsolo. As suas campanhas nacionais para atingir esses objetivos vão levá-lo ao fracasso financeiro e à prisão. Ele não havia notado que o desenvolvimento dos E.U.A. decorria também da existência do nosso atraso. Tenta montar uma empresa para extrair petróleo sem dispor de capital. Fracassa, pois o Estado também se recusa a aplicar no ramo. Os protestos de Monteiro Lobato acabam resultando em sua prisão. Ele documentou sua luta no livro *O Escândalo do Petróleo e do Ferro*. Um texto didático, tendo como cenário O Sítio do Picapau Amarelo, *O Poço do Visconde* é o resultado da preocupação de Monteiro Lobato em explicar a importância do petróleo para a economia do mundo.

Sendo ainda hoje admirado, procurado por novos leitores, Monteiro Lobato transformou-se num dos lucrativos produtos da indústria da cultura. Ele, o nome, mais as possíveis qualidades de suas obras, principalmente as de literatura infantil, funcionam como um rótulo de garantia. E mesmo criações redigidas por outros autores, como as mostradas na atual série de televisão — O Sítio do Picapau Amarelo — valem-se da marca Monteiro Lobato e seus personagens mágicos. A qualidade literária medíocre de alguns dos seus livros não prejudica as suas possibilidades de reedição. Se vivo, talvez ele não ficasse mais surpreso. No início de sua carreira de escritor havia constatado que as obras preferidas pelo público não são necessariamente as melhores ou as mais artísticas. Surpreendido com a vendagem do livro *Urupês*, em agosto de 1918, escrevia ao escritor Godofredo Rangel suas considerações, perguntando: "Por que se reedita então? — Porque se vende. Já que o público é besta, toca explorar o público." E pouco antes de morrer, o avô Monteiro Lobato respondeu aos elogios do neto Rodrigo às suas obras de literatura infantil: "A grande coisa é esta: produzir coisas que

o mundo compra, porque se o mundo não compra a gente fica a chupar o dedo, com o bolso sempre vazio."

Continuamos, no Centenário de nascimento de Monteiro Lobato, comprando suas obras. A Editora Brasiliense acaba de reeditar suas *Obras Completas*.

A *Barca de Gleyre* parece-nos ser um dos seus melhores textos. São cartas que ele escreveu durante sua vida ao amigo Godofredo Rangel. Pelas cartas, ficamos sabendo do encantamento de Lobato com um doce gelado (era o sorvete), do seu fascínio pelo desenho de Walt Disney *Fantasia*, de suas opiniões sobre os leitores de livros, as autoridades, os políticos, os livros que lia, temos registrados mégoas e preconceitos.

Mas é em *Reinações de Narizinho* e em *A Chave do Tamanho* que podemos parar e ficar morando. Textos para crianças. Textos para adultos. Textos bem escritos.

Depois de termos feito uma pesquisa, que a Editora T. Aquino vai publicar em forma de livro, descobrimos Monteiro Lobato gente: um brasileiro só.

LOBATO NA TELEVISÃO: PERDA DE RITMO

Antonio Hohlfeldt

Creio que ainda não se fez um estudo mais profundo das técnicas empregadas por Monteiro Lobato para desenvolver suas histórias e ensinamentos através dos enredos apresentados em suas dezenas de obras dirigidas às crianças. À primeira vista, contudo, aflora o procedimento básico de que ele sempre se valeu, procedimento este clássico, pois advém da experiência de Sócrates e é geralmente conhecido como *maieútica*. Consiste, como sabemos, em formular determinadas perguntas que levem ao próprio indagador a encontrar a resposta que lhe atenda o grau de curiosidade.

O processo sofisticado, que no decorrer dos séculos viria a ser detratado, é ainda um dos mais dinâmicos mecanismos de conhecimento, desde que o educador seja capaz de fazer a pergunta correta no momento correto. Este processo, verifica-se com facilidade, é a base de que se vale Monteiro Lobato em seus textos, organizando-os de tal forma que com ele se intercala um segundo, típico ao procedimento de ficção, que é a criação de clima para a narrativa, mesclando-se nele tanto a provocação do texto, propriamente dito, — quanto os comentários sobre determinados fatos, episódios ou peripécias, bem como o suspense em torno dos acontecimentos vindouros, chegando-se ao desfecho.

A exploração deste procedimento pode ser mais didática e quase artificial em livros como *Geografia de Dona Benta*, mas ganha extrema naturalidade em *Reinações de Narizinho*, por exemplo. De qualquer forma, todas as narrativas são banhadas pela perfeita sintonia entre o que denominamos tradicionalmente de real e o que consideramos como fantasia ou 'de mentira'. Sente-se, inclusive, uma preocupação objetiva do escritor, ao retomar fábulas, lendas ou histórias clássicas de fadas, de trazer para a convivência cotidiana dos personagens do Sítio do Pica-pau. Amarelo todas aquelas figuras tradicionalmente distanciadas, dando-lhes humanidade. Neste sentido, pode-se mesmo dizer que Lobato realiza a mesma aspiração da cultura grega, que criou deuses à sua imagem e semelhança. Em Monteiro Lobato, todas as figuras são verossímeis, exatamente porque se comportam humanamente, com defeitos e virtudes, coisa que nem sempre bons escritores para adultos, ao se dedicarem às crianças, alcançaram realizar, bastando lembrar-se das experiências de Erico Veríssimo.

Outro elemento importante nos trabalhos de Lobato é a maneira pela qual se organiza o texto. Ele é seqüenciado. Isto é, temos em geral a ordem cronológica dos acontecimentos, narrativa direta, — simples, sem maiores complicações, narração linear, em resumo. Assim, o leitor acompanha um fato após o outro, e se algo ocorre simultaneamente, o que bem sabemos existir, vale-se ele aqui e ali de um "flash-back" explicativo, e vamos em frente. Ainda à maneira clássica grega, em que, no teatro, o coro explicava ao espectador o que este não via em cena, assim agem as criaturas de Lobato. Elas vivem uns fatos, pressupõem outros, explicam terceiros. O desenho que se apresenta ao leitor, contudo, é sempre claro, e mais, possui um ritmo que permite a leitura, sua compreensão, e posteriormente seu aprofundamento, sem que se perca, jamais, o nível da ficção em si, isto é, do diálogo em que na verdade se constituem todos os textos, entre Dona Benta — e raramente Tia Nastácia — com as crianças e demais figuras.

A transposição da literatura para o meio áudio-visual implica em si um desafio tremendo. Sabe-se que uma simples frase de um livro, para ser "vista", exige toda uma série de preparativos e anteceden-

tes. A televisão não escapa a isso. Dizer "Dona Benta" implica em sua visualização, desafio aqui duplo, na medida em que uma boa percentagem das crianças que vêm assistindo à série pela televisão já leram, algum dia, um ou outro livro de Lobato, e têm uma visualização bastante objetiva das personagens. Basta lembrarmos que modificações recentes introduzidas na série não deixaram de provocar comentários nos telespectadores, mirins ou adultos.

É indiscutível, por outro lado, a importância da transposição do livro para este multi-meio eficientíssimo que é a televisão. O "tubo", como o denominam os norte-americanos, não apenas pela multiplicidade quase infinita de sua audiência, como pela efetividade múltipla da mensagem que é capaz de alcançar, transforma qualquer ilustre desconhecido em sucesso absoluto, quanto mais a literatura de Monteiro Lobato, sobejamente conhecida.

Mas o que muda nesta transposição? Lembro-me que em tempos idos, foram sérias as críticas quanto aos "desvios" que a série teria provocado. Verificando, porém, o atual momento, já com cinquenta capítulos no Rio Grande do Sul, pode-se observar que, embora a narrativa não pertença diretamente a Lobato, constituindo-se em homenagem evidente ao escritor, uma vez que o incorpora como personagem em visita ao sítio, a fidelidade ao espírito da literatura lobatiana é bastante grande. Afinal, a Cuca, como o Saci, constituíram um dos elementos de maior interesse de Lobato, que publicou inclusive como primeira obra de sua autoria uma pesquisa em torno da figura do negrinho de uma perna só, e ao longo de toda a vida sempre privilegia cultura e a sabedoria populares, inclusive indo contra os gramáticos, como se vê em tantas passagens de suas narrativas, ou pela atenção que concede às lendas. Terá sido esta tendência uma contrapartida de "mea-culpa" aos ataques inicialmente formulados na figura de Jeca Tau? Eis aí uma curiosa questão.

A observação à série da televisão, porém, coloca-nos o uso do pressuposto das imagens visuais tradicionais das personagens: Dona Benta, como Tia Nastácia, Pedrinho como Narizinho, a sempre fascinante Emília como o Visconde, seguem à risca a visualização tradicional. Até mesmo o Saci surpreende pela fidelidade. Acrescentaram-se personagens, é certo, inventaram-se novas situações como o enredo atualmente apresentado. Mas o clima permanece. O que mudou foi o ritmo.

Por exemplo, à linearidade, pretendeu-se substituir pela simultaneidade das ações. No entanto, o ritmo contínuo, bem marcado, equilibrado, que o texto nos apresentava, perdeu-se. Por que? Parece-me haver uma contradição entre a rapidez pretendida com a simultaneidade e a exigência que o conceito da série, através do "capítulo", propõe para a televisão: o enredo se torna arrastado, por vezes melodramático, pois o texto deve ceder lugar à imagem e a observação de entrelinha ao "close" ou ao "traveling" que, em certo momento, — corta a empatia entre espectador e a coisa narrada.

A montagem que a suíte de televisão exige parece contrapor-se diretamente a esta perspectiva sugerida pelo texto, de tal maneira que, apesar de se manter o clima das personagens, perde-se o envolvimento, a empatia que elas provocam no texto, mas de que normalmente se mostram incapazes no vídeo.

Sei que existem estudos que chegam mesmo a medir a duração de cada "take" na televisão, por exemplo, na telenovela ou no noticiário, bem como a conseqüência psicológica e de efetividade de mensagens que isso alcança. Caberia pensar, conseqüentemente, porque, em "O Sítio do Pica-pau amarelo" as tomadas são mais longas. Verificar a relação desta duração com as mensagens veiculadas e, enfim, o que se perde, como o esboçamos, com tal situação, em relação ao texto lobatiano. Observe-se, por exemplo, como, de uma cena para outra, trata-se de "encher o miolo" do enredo, repetindo-se de capítulo para capítulo as mesmas situações, inclusive mediante o uso de frases absolutamente artificiais, que nada acrescentam à ação dramática em si. Eis uma tarefa que se apresenta aos pesquisadores de comunicação, e para bem breve.

MONTEIRO LOBATO PARA CRIANÇAS E JOVENS

Emir Perrotti

A situação de países como o Brasil no cenário mundial é tão problemática que a idéia de desenvolvimento acaba tomando aí medidas gigantescas, capazes de gerarem equívocos de toda ordem, de levarem a opções injustificáveis, de enredarem em suas malhas cabeças extremamente lúcidas bem como pessoas dotadas da maior generosidade. Acometendo a todo mundo, nesses países, a febre do progresso transforma-se em categoria mítica que se basta a si mesma e que, enquanto

tal, é inquestionável ou, ainda, justifica todos os meios utilizados pelos homens para chegarem a esse fim-destino.

A obra infantil de Monteiro Lobato foi atingida em cheio por essa concepção salvacionista do progresso. Ela é a pedra de toque de seus trabalhos dirigidos à criança. É essa crença cega na força do progresso, elemento capaz de dissolver contradições de toda espécie, que me parece ser a chave explicativa da obra de nosso maior escritor para crianças. Estabelecendo o progresso como medida de todas as coisas, tudo para Lobato seria visto a partir dessa perspectiva. Povo, raça, sistemas políticos e sociais oscilariam no julgamento do escritor, segundo o grau de aproximação maior ou menor que mantivessem com a idéia-projeto. Daí o relativismo de Lobato, postura avançada para a literatura infanto-juvenil da época e que sustentará uma de suas obras mais importantes: *A chave do tamanho*.

Assim, se tudo está em relação e se o progresso é a categoria unificadora das contradições, tudo o que estiver caminhando nesta direção terá um valor maior. Não é gratuito, pois, a dedicação especial do Autor à personagem Emília. Esta aparece como um organismo em franco progresso, e, franca evolução. De simples boneca de pano, tomou características humanas e, enquanto tal, não parava de evoluir, mesmo guardando as marcas de sua origem. Como ela — ainda que nem tanto —, as demais crianças e o próprio Sítio do Pica-pau Amarelo eram fruto de admiração por se mostrarem em evolução constante. Ao se referir ao progresso das crianças, Dona Benta afirma com orgulho nas *Histórias de Tia Nastácia*: "Neste andar, meu sítio acaba virando Universidade do Pica-pau Amarelo."

Nessa perspectiva, o próprio fato de escrever para crianças está ligado à idéia síntese. A criança é o vir-a-ser, o futuro, a possibilidade de realização da utopia. Escrever para ela é, então, missão maior. Enquanto ser em formação, ela poderá incorporar a seu organismo os valores positivos possibilitadores da concretização do projeto. Educar, transmitir cultura é, pois, preparar a Idade de Ouro que poderá chegar, tudo dependendo de nossa vontade em construí-la.

É claro que essa visão do que seja uma criança é adultocêntrica, pois o interesse pela criança é ainda determinado pela sua futura condição de adulto. Mas não poderia ser diferente, dentro das condições da sociedade brasileira da época.

O problema, parece-me, é outro. É que, se tudo é relativo, a idéia de progresso também deveria ser. E essa efetivamente não é. Daí existirem violências justas e violências injustas; invasões simpáticas de países e invasões horrendas; daí o otimismo em relação ao povo convivendo com o pessimismo; daí o racismo e o anti-racismo. Lobato não julgava essas coisas a partir de uma concepção verdadeiramente relativista da realidade, mas julgava-se sempre a partir de uma concepção mantida ente elas e o progresso entendido como categoria absoluta. O relativismo se esvaziava, pois, nessa absolutização conferida à categoria progresso. A contradição tinha aí o seu limite e era evidente.

Todavia, apesar dessa limitação que toda leitura contemporânea das obras infantis oferece — o próprio Lobato defendeu essa postura crítica do leitor —, não se pode negar o caráter revolucionária da obra de Lobato para crianças. Nela, pela primeira vez no país, a criança era tratada como ser dotado de sentimentos, de inteligência, de saber. Pela primeira vez era "gente". Lobato teve o mérito de instaurar novas relações de poder entre a criança e o adulto, através do texto literário. Na obra de Lobato, as crianças foram reconhecidas enquanto seres políticos, logo, portadoras de direitos. Daí que, enquanto a questão da democracia não atingir a esfera do etário também, em nossa sociedade — coisa que parece ainda distante —, a obra de Lobato se manterá viva junto das crianças e jovens.

Reportagens

BIENAL, A FESTA DO LIVRO

Dilma de Melo

Realizou-se em São Paulo, de 19 a 29 de agosto de 1982, a sétima Bienal Internacional do Livro, no Ibirapuera (pavilhão das bienais), reunindo escritores, editores, livreiros, e o público em geral. O evento foi denominado "festa do livro", e durante os dez dias de duração houve troca de idéias, informações, contatos, e possibilidade de conhecimento do que se edita dentro e fora do país. Além das editoras brasileiras participaram os seguintes países: África do Sul (18 editoras), Alemanha (21 editoras), Angola (3 editoras), Argentina (13 editoras), Colômbia (1 editora), Espanha (30 editoras),

Estados Unidos (18 editoras), França (15 editoras), Hungria (1 editora), Inglaterra (28 editoras), Itália (1 editora: F.A.O.), Japão (5 editoras), México (5 editoras), Perú (1 editora), Portugal (14 editoras), Suíça (2 editoras), URSS (13 editoras). Cerca de 70.000 obras foram expostas em 150 estandes, rompendo com o circuito quase fechado em que vivem as livrarias.

Para os promotores da Câmara Brasileira do Livro, as bienais são um sucesso, atestado pelo número elevado de pessoas que a ela compareceram: 700.000 pagantes. Essa cifra se eleva se computarmos o número de alunos de escola oficiais e particulares que tinham ingresso gratuito, cerca de 300.000.

A Bienal foi mais que uma simples "feira de livros". Foi um local onde uma série de eventos paralelos tiveram lugar: III Seminário Latino-Americano de Literatura Infantil e Juvenil; I Simpósio sobre Biblioteca e Desenvolvimento Cultural; Ciclo de Palestras sobre Autores Brasileiros; Painel da Poesia Marginal; Festival de Poesia; filmes sobre o Modernismo. Além dos estandes convencionais havia salas especiais. Os 60 anos da Semana de Artes Moderna de 22 foram homenageados na sala da Secretaria de Cultura do Município de São Paulo. A Fundação Cultural da Bahia apresentou uma exposição comemorativa dos 50 anos da literatura de Jorge Amado.

Uma novidade chamava a atenção de muitos: o uso do computador. Estavam instalados seis terminais de computador, fornecendo informações sobre todos os livros brasileiros expostos, que podiam ser utilizados pelos interessados. Os terminais atendiam a consultas por assunto, nome da obra, nome do autor, indicando o estande onde existia o livro procurado. O visitante lia as indicações no visor e também recebia por escrito as informações solicitadas.

Quanto à compra dos livros, havia uma agência bancária instalada no recinto oferecendo financiamento em qualquer transação que se fizesse no local. Efetuada a aquisição, o visitante recebia um "cheque-livro" no valor de 10% do total pago. Esse cheque poderia ser descontado depois em qualquer livraria da Rede Livreira. Também o ingresso (Cr\$ 50,00) podia ser trocado na compra de livros. O saldo de vendas fornecido pela Câmara Brasileira do Livro, foi de 100 milhões de cruzeiros. A maioria dos editores considerou a feira como um excelente incentivo à indústria editorial e uma forma positiva de promoção do livro.

A área mais procurada foi a de literatura infantil e juvenil. E, para atender à demanda de obras para crianças e jovens, as editoras guardaram para o período muitos lançamentos, realizados com a presença dos autores.

Contudo, existem algumas críticas, tanto por parte dos editores, como por parte dos que visitaram a Bienal. As queixas mais ouvidas se referiam à área ocupada ser exageradamente grande, obrigando as pessoas a uma verdadeira maratona, para percorrer todos os estandes, e atingir a saída, que se situava como que no final de um extenso labirinto. A localização dos estandes, apesar de ter sido feita por sorteio, favoreceu as editoras maiores que ficaram com os espaços do início, enquanto as médias e pequenas ficaram localizadas no final. Assim, quando o visitante tinha percorrido pouco mais da metade já estava exausto não tendo mais disposição para ver nada.

Outro problema apontado foi quanto à organização. Muitos países anunciados não compareceram, como foi o caso da China, e outros que participaram anteriormente deixaram de vir neste ano.

Algumas editoras acusam a Câmara Brasileira do Livro de favorecer 4 ou 5 editoras que a mantêm às suas expensas, como um "clubes privado". Apesar de ser uma associação de utilidade pública, existe um parágrafo de seu estatuto que estipula que para compor a diretoria só podem se eleger os sócios fundadores (que são dessas editoras...). Faltaria, pois, organização entre as editoras menores para se anteporem às maiores organizadas em torno da Câmara Brasileira do Livro que promove as Bienais do Livro. Quanto à organização dos livreiros, a situação é ainda pior. Havia uma associação que custou para ser feita e depois acabou.

A conclusão de todos é que o mercado de livros é muito reduzido num país de semi-alfabetizados. Temos cerca de 50.000 supermercados e menos de 500 livrarias em todo o país, número esse menor do que havia há seis anos atrás. Em termos comparativos, podemos dizer que uma gravadora vende no mínimo 10 mil discos a Cr\$ 1.500,00 e o editor, se vender 3.000 livros, fica satisfeito. Além do problema do perfil desigual de renda, é preciso verificar que há um problema editorial. O público que lê é desproporcionalmente menor àquele que poderia efetivamente ler. Se pensarmos nos milhões de universitários e nos já formados em universidade, vemos que o livro não é uma necessidade para as pessoas que têm condições de comprá-lo. Alguns editores sugerem mesmo uma bienal do livro e da comunicação, com todos os meios de comunicação envolvidos — jornais, revistas, televisão, discos, som, shows, música. Para ver tudo isso, o visitante teria que passar pelo livro, para ver Rita Lee, teria também que ver o livro. Água mole.

TENDÊNCIAS DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO

Lúcia Araújo

"Tendências do Jornalismo Contemporâneo": este foi o tema do seminário organizado pela Intercom e Sindicato dos Jornalistas, no mês de setembro.

O objetivo de traçar os caminhos percorridos pelo jornalismo nos países capitalistas avançados, socialistas, do terceiro mundo e no Brasil, reuniu um gabaritado grupo de profissionais nas mais diversas áreas.

O painel sobre jornalismo no Brasil, coordenado por Lourenço Diaféria, com a participação de Alberto Dines, João Werneck e Almyr Gajardoni, discutiu a crescente presença estatal nos meios de comunicação e as influências da abertura política no jornalismo brasileiro. Tratou também da profissionalização do jornalista e de sua importância na garantia do mercado do trabalho e na construção de uma consciência sindical mais participante.

O debate sobre as tendências do jornalismo nos países terceiro-mundistas foi um dos pontos mais acalorados do seminário. Marcos Wilson de *O Estado de São Paulo* e Paulo Canabrava dos *Cadernos do Terceiro Mundo* esgrimaram posições em relação ao papel das agências noticiosas que operam no Terceiro Mundo e às perspectivas de uma nova ordem internacional da informação. Para Marcos Wilson, uma nova ordem é bem-vinda, desde que seja muito bem definido quem se responsabilizará pela emissão das informações. Ele teme que haja centralização por parte das ditaduras existentes nos países periféricos e crê que seria importante garantir o direito à palavra de todos os setores das sociedades envolvidas na nova ordem. Já para Paulo Canabrava, é preferível a centralização nas mãos "de qualquer ditadorzinho" do que no poder dos países capitalistas avançados, como ocorre hoje.

As experiências profissionais vividas por Mauro Santayana (Tchecoslováquia) Pedro del Picchia (Iugoslávia) e Anamaria Fadul (Cuba) foram relatadas no quarto painel do seminário, sob a coordenação do professor José Marques de Mello: "Tendências do jornalismo nos países socialista".

Mauro, que trabalhou em uma rádio tcheca foi munucioso ao expor o florescimento do jornalismo interativo, durante o período marcado pela Primavera de Praga, quando população e jornalistas avançaram na direção realmente socializante: "informar, discutir e mudar".

Pedro del Picchia que, como correspondente da *Folha*, cobriu a morte e sucessão de Tito, deteve-se em contar as dificuldades e surpresas de um jornalista brasileiro junto aos jornalistas iugoslavos e, principalmente, o fácil acesso às informações do poder, algo extremamente bloqueado entre nós.

Anamaria Fadul deu um quadro da situação dos meios de comunicação que teve a oportunidade de acompanhar, durante sua estada em Cuba, sublinhando a importância do cinema em termos de inovação e autonomia em relação ao poder.

No final, um consenso: numa sociedade socialista é fundamental que se preserve a democratização dos meios, a apropriação coletiva e não simplesmente a apropriação pelo Estado.

Os ex-correspondentes Ricardo Kotscho (Alemanha), Antonio Alberto Prado (EUA), Carlos Castilho (Inglaterra) e Osvaldo Peralva (Japão), sob a coordenação de Carlos Eduardo Lins da Silva, discutiram a imprensa nos países capitalistas avançados. Como último painel, todas as tendências se misturaram: a progressiva sofisticação dos meios, as assessorias de imprensa e o temor da cooptação dos jornalistas, os países revolucionários e a socialização da informação, a nova ordem internacional. Enfim, todos os temas que o jornalista tem que enfrentar, sonhar e realizar na busca de uma sociedade mais justa.

A REVOLUÇÃO MOLECULAR ENTRE NÓS

Ciro Marcondes Filho

O polêmico pensador francês Felix Guattari compareceu no dia 3 de setembro ao auditório da *Folha de S. Paulo* para falar sobre Cultura de Massa e Singularidade. Ao seu lado, estiveram como debatedores Arlindo Machado, professor de jornalismo da PUC, José Miguel Wisnick, professor de Literatura da USP, Laymert G. dos Santos, da Unicamp, J. B. Natali da *Folha* e Modesto Carone, professor de literatura da Unicamp.

Para Guattari a cultura de massa é o elemento fundamental na produção industrial de sistemas de submissão. Existe uma produção de subjetividade (social) que atinge a todos os níveis da produção,

do consumo e do inconsciente. A máquina capitalista produz até nossos sonhos, nossas paixões e busca ser hegemônica nesses campos. Para ele, nesses discursos há algumas palavras-chave, como é o caso da palavra "cultura", que por sua vez pode ter três sentidos diferentes: (a) a cultura-valor, ou seja, se existe ou não cultura; (b) a cultura como "alma coletiva", aquela que todos têm, todos rejeita, se existe ou não cultura; (c) a cultura-mercadoria, sem valor, onde já não há mais territórios do fundo cultural nas massas; (d) a cultura-mercadoria, sem valor, onde já não há mais territórios secretos, onde estão todos os bens e mercadorias culturais.

A cultura "a" seria a qualidade da cultura resultante de um trabalho, assim como Voltaire lhe atribua o sentido de cultivar jardins; é uma categoria geral, divisível em diversas culturas. A cultura "b" é pseudo-científica, vem com o desenvolvimento da antropologia. A "alma coletiva" está próxima à noção de segregação e aparece em Levi-Brühl e em Taylor, que reificam tal noção. A cultura "c" é a categoria que se pretende mais objetiva. Segundo Guattari, ela produz mercadorias culturais sem considerar o valor do tipo "e", nem com os níveis territoriais do tipo "b". É a cultura que se produz e se modifica.

Os três sentidos, continua Guattari, funcionam em conjunto e há uma complementaridade dos três mundos semânticos. Os *mass media* produzem cultura pela vocação universal-comercial para a força coletiva do trabalho e do controle social. Ao lado desses dois objetivos, ela tolera ainda territórios subjetivos dando margem a culturas minoritárias. Existe a tolerância sem que haja a integração no capitalismo; é o caso das últimas décadas, em que a produção capitalista ocupou novos territórios, os de grupos, minorias etc., com ministérios da cultura, democratização, etc. Na prática, explica Guattari, a coisa se dá assim: no duplo modo de produção da subjetividade a industrialização da produção cultural "b" e "c" não renuncia ao sistema "a". Atrás da democracia da cultura, permanece a segregação a partir da categoria geral.

Por exemplo, no contexto brasileiro a "abertura" é o mercado geral do poder. O que se diz é que Lula e o PT são simpáticos, mas que irão se revelar incapazes de gerir a sociedade capitalista e que não têm níveis de saber para poder gerir o país. O que se coloca na verdade, complementa o pensador, não é o nível de competência, já que o nível de incompetência do poder é grande; a gestão dos conjuntos industriais implica na articulação de níveis diferentes e isso Lula poderia fazer. Por que, pergunta Guattari, diferentes potencialidades de competência não fariam menos pior que as elites do poder?

Segundo Guattari o problema é outro. As pessoas do PT não participam da qualidade da cultura dominante. É uma questão de estilo, de etiqueta. De algo que funciona antes da formulação do discurso. Eles não fazem parte da cultura capitalista dominante, que impregna todos os níveis. Na ascensão de tais movimentos o que é estranho não é a ruptura da gestão social e econômica mas o questionamento da outra subjetividade capitalista, o seu duplo registro de valores capitalistas.

A produção de subjetividade capaz de gerir sociedades subdesenvolvidas não isola categorias, minorias raciais, sexuais etc. Trata-se, neste caso, não mais de quem produz a cultura, mas de como outros modos de produção semiótica podem ser agenciados para se construir uma sociedade que fique de pé, sem fechar os indivíduos numa opressão segregativa, conclui.

Guattari pergunta como se podem articular diferentes modos de produção cultural uns aos outros no conjunto da sociedade e com outros tipos de produções maquímicas. A sua resposta é de que o problema da cultura pode se resolver na articulação dos três níveis semióticos. Embora os *mass media* e os ministros da cultura falem como se não se tratasse de problemas sociais, os agenciamentos da produção semiótica implicam sempre em diversas macro e micropolíticas. Tal é o caso do governo socialista francês, no qual os socialistas falham por restabelecer uma relação privilegiada entre Estado e o sistema da produção cultural.

Após a intervenção dos debatedores, Guattari respondeu algumas questões do público. Em relação às rádios livres, ele disse que o problema não é somente o de seu uso mas também da articulação deles com outros componentes sociais. Segundo ele, não se pode falar em cultura popular versus cultura erudita; há uma cultura capitalista que atrai todos os sentidos da cultura. Nada há de mais terrível, complementa, do que fazer a apologia da cultura popular e da cultura proletária: a reapropriação e a recuperação são operados pelo sistema capitalista.

Em relação ao "caos terceiro-mundista", que dificulta a padronização apresentada (conforme alguém do público), Guattari responde que o termo "caos" é um termo difícil de se operar. É um conceito dominante. Guattari se reporta a sociólogos americanos que descreveram o processo da comunicação como "processo por degraus": não se trata de caos, mas sim de agenciamentos de enuncia-

ção que não têm acesso aos meios nem por isso são caos. Caos só existe a nível da representação social mas da libido. Sobre a questão levantada por Arlindo Machado, que descreveu o processo de "pirataria da comunicação" desenvolvido por brasileiros através do uso alternativo do vídeo-cassete, Guattari responde entusiasmado: se o Brasil continuar nessa ebulição social, talvez seja preciso mandar para a França esse elevador de revoluções moleculares (...). Nos países europeus o que é característico é que as profissões sejam extremamente enquadradas nos sistemas de hierarquia, o que faz com que a menor transformação seja tomada no quadro das hidras estatais, com uma tecnologia altamente elaborada, para operar com vetores tupiniquins. Há redes de vida alternativa, de multiplicação de grupos primários e há políticas elaboradas para criar estatutos pouco institucionalizados para financiar rádios livres, comunidades alternativas de psiquiatria. A tentação das prrpostas oficiais cria uma situação difícil. O que ocorreria se em creches alternativas como as de Pinheiros (bairro de burguesia) um governo socialista as financiasse esperando em contrapartida receber serviços políticos? Neste caso, talvez, o financiamento nem se coloque, pondera Guattari. Mas globalmente é preciso que se pensem estratégias para a questão. Na França está se discutindo um financiamento não estatal mas dos setores marginais para que se possa sair da tráfada: ou Estado ou capital privado ou miséria total. Pensa-se na criação de uma nova fundação democrática, descentralizada, setorial que assuma problemas de financiamento sem recusar o contacto com o Estado mas que o negocie. Há que se conjugar o financiamento estatal, o privado e o auto-financiamento. A questão da auto-gestão é que poderá levá-la a um nível superior.

IGREJA INICIA O "ADEUS A ARISTÓTELES"

José Marques de Melo

Luis Ramiro Beltrán, pesquisador boliviano, sem dúvida nenhuma uma das figuras mais representativas do pensamento latino-americano sobre comunicação, cunhou com extrema felicidade a tendência que ganha corpo no mundo de hoje: "Adeus a Aristóteles". Com essa expressão, Beltrán pretende caracterizar toda a busca empreendida pelo Brasileiro Paulo Freire, pelo venezuelano Antonio Pasquali, pelo belga-chileno Armand Mattelart, entre tantos outros, que se esforçaram por sistematizar teoricamente uma mudança profunda nos processos sociais de comunicação, abandonando definitivamente os esquemas verticalistas, unidirecionais, dominadores de reprodução das criações simbólicas, substituindo-os por novas experiências horizontais, bidirecionais, libertadoras de apreensão da realidade e de repartição fraterna dessas configurações culturais.

Dizer "Adeus a Aristóteles", contrapondo os modelos de informação e de persuasão aos processos de comunicação e de participação, tem sido uma preocupação dominante, nos últimos anos, em grande parte dos círculos acadêmicos, profissionais e nos movimentos populares de todo o continente.

A Igreja, particularmente a Católica, não obstante o papel de liderança que vem assumindo na transformação da realidade socio-econômica latino-americana, em consequência da sua opção preferencial pelos pobres, nem sempre se mostrou sensível a essa nova concepção de comunicação. O documento de Puebla indica uma mudança de sistema referencial, quando admite fortalecer pequenos meios de comunicação que possam dar "voz aos que não têm voz" (comunicação alternativa). Persiste todavia a ambigüidade, quando o mesmo documento insiste no uso dos grandes meios (comunicação de massa) para reproduzir, e conseqüentemente ampliar, o raio de audiência da mensagem evangélica. Ou seja, mantêm-se duas estruturas paralelas e contrapostas. No nível micro-social, operam-se processos dialógicos e participativos; no nível macro-social, conservam-se mecanismos massificadores e propagandísticos.

Esse impasse e essa ambigüidade parece que começaram a ser refletidos e melhor compreendidos no seminário sobre "Igreja e Nova Ordem da Comunicação", realizado em Embu (São Paulo), no período de 8 a 12 de outubro. Foi um encontro promovido pela UNDA-AL, Associação Católica Latinoamericana para o Rádio e a Televisão, com o respaldo do Departamento de Comunicação Social do CELAM (Conferência Episcopal Latinoamericana) e da CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil), tendo o apio institucional da UNESCO.

Tratou-se de um evento singular, e portanto histórico, para a comunicação latinoamericana. Pela primeira vez, reuniram-se comunicadores cristãos e não-cristãos, a convite da própria Igreja, para discutir questões sociais, econômicas e tecnológicas da maior significação política, tendo como ponto de convergência os processos de comunicação vigentes na América Latina. A intenção do seminário

foi a de colher idéias e aprofundar reflexões que ajudem a Igreja, enquanto instituição social e enquanto organização espiritual, a se posicionar diante da proposta de uma Nova Ordem Mundial da Comunicação e da Informação. Para tanto, foram convocadas as entidades vinculadas às próprias Igrejas e que se dedicam ao ministério da comunicação — UCLAP, SAL-OCIC, UCBC, WACC — para se unirem a instituições civis, desvinculadas estatutariamente de compromissos religiosos, como FELAP, ALAIC, ILET, DECOM, INTERCOM, para repensarem conjuntamente essa problemática que interessa a todo o povo latino-americano.

O resultado foi dos mais auspiciosos. Bispos, sacerdotes, jornalistas, educadores e pesquisadores viveram momentos de profunda integração, onde o aprendizado mútuo foi gratificante. A presença de autoridades eclesiais do porte de D. Luciano Metzinger, responsável pelo departamento social do CELMA, de D. Eduardo Koaik, coordenador do setor de comunicação da CNBB, e de D. Candido Padim, dirigente episcopal respeitado tanto em plano latino-americano quanto no território brasileiro, ao lado de personalidades reconhecidas no mundo acadêmico e profissional, como o jornalista Eleazar Diaz Rangel, presidente da FELAP (Federação Latino-Americana de Jornalistas), do filósofo Antonio Pasquali (sub-diretor de comunicação da UNESCO), da educadora Patricia Anzola (presidente da ALAIC, Associação Latinoamericana de Pesquisadores da Comunicação), conferiu inteira legitimidade e deu força intelectual às proposições ali esboçadas.

O exame do documento final indica uma forte disposição para a mudança da Igreja em relação às concepções de comunicação que tradicionalmente aceitou e reproduziu. As conclusões do Embu significam um passo bem adiante, na linha de Puebla e Medellín, convocando toda a Igreja para refletir, repensar e redimensionar suas práticas de comunicação. Desta maneira, e começando a dar o exemplo em casa, a Igreja assume naturalmente a liderança das transformações na vigente ordem de comunicação que impera na América Latina, motivando as demais instituições da sociedade política e da sociedade civil a seguirem na mesma direção.

Não se tenha ilusões quanto à aplicação imediata de tais posicionamentos. A absorção dos novos conceitos de comunicação, que envolvem participação, democracia, liberdade, diálogo, não se fará sem muitos traumatismos, sobretudo numa instituição (e numa sociedade) moldada pelo exercício secular do autoritarismo. Todavia, a enunciação desse discurso libertador, que é ao mesmo tempo uma auto-crítica e um projeto de construção de novas formas de relações sociais e de mediações culturais, já representa um grande avanço. Cabe aos que o assumiram, e aos que com ele se solidarizam, lutarem pela conquista de novas e amplas adesões à sua prática efetiva.

Para permitir uma difusão plena do Documento do Embu na comunidade acadêmica, a INTERCOM está providenciando a sua distribuição a todos os seus associados, bem como às instituições com quem mantém intercâmbio e cooperação. Aos demais interessados, recomendamos solicitar o texto em espanhol à UNDA-AL — Apartado 8009 — Bogotá — Colombia, e em português à UCBC — rua Sacramento, 230 — Rudge Ramos — São Bernardo do Campo, Brasil.

UM AVANÇO NAS LUTAS DOS JORNALISTAS

Regina Festa

Cerca de 200 delegados sindicais, representando 24 sindicatos de todo o país, reuniram-se de 8 a 12 de setembro passado, em Guarapari, Espírito Santo, para a realização do XIX Congresso Nacional dos Jornalistas Profissionais, patrocinado pela FENAJ — Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais — e para o qual a INTERCOM foi convidada a participar.

O encontro, considerado um avanço nas lutas da categoria, mobilizou centenas de profissionais que, durante todo o mês de agosto, em comissões de trabalho nos sindicatos estaduais, prepararam e encaminharam ao congresso um verdadeiro diagnóstico da situação atual da categoria, ameaçada por leis arbitrárias, por um mercado de trabalho reduzido, pelo recrudescimento da censura e pelo aumento da escalada de violência que tem atingido vários jornalistas brasileiros nos últimos meses.

Durante a realização do encontro, os participantes se dividiram em cinco comissões de trabalho, que discutiram os problemas que atingem a categoria e o exercício da profissão. A comissão 1, de "Legislação Profissional", discutiu a situação do provisionado, aprovando em assembléia que "todos os jornalistas com registro de provisionado anterior a 13/4/79 deverão ser considerados jornalistas profissionais, tendo essa condição anotada em carteira de trabalho; propôs a extinção do jornalista colaborador e a adoção em todo o Brasil de uma tabela de preços mínimos para free-lancer, baseada no piso regional. Propôs também que seja definido, através de lei, "que é privativo do jornalista

profissional o trabalho com a notícia e a informação, qualquer que seja o veículo utilizado"; que se exija a formação superior para repórter-fotográfico, diagramador e repórter cinematográfico e que seja abolida a figura da "Cessão de Direitos" existente na Lei Autoral. Em assembléia, decidiu-se apoiar o anteprojeto de Resolução que regulamentará os Cursos Superiores de Comunicação e indicar o presidente da FENAJ, Washington Melo, para compor a comissão que estuda os cursos de comunicação, constituída pelo Conselho Federal de Educação.

A comissão 2, sobre "Mercado de Trabalho" decidiu que é necessário buscar novas alternativas de trabalho para a categoria com apoio dos sindicatos, jornais de bairro, revistas e publicações empresariais, nos jornais de interior etc. Aprovou também a realização de uma pesquisa sobre o mercado de trabalho com o vídeo-texto e um repúdio à formação do Pool de Agências, também chamado de Agência, que ameaça os jornalistas de vários Estados.

A comissão 3, de "Luta Sindical" discutiu e aprovou em assembléia uma nova fase na vida da FENAJ: a que trata das eleições da entidade a realizar-se no próximo ano. Segundo o documento aprovado em plenário, as eleições na Federação serão livres, diretas e verdadeiramente democráticas. As bases (sindicatos) deverão estar representadas na diretoria da FENAJ, mantendo-se o princípio federativo da entidade. Nesse sentido, e segundo os estatutos, serão eleitos cinco vice-presidentes das cinco regiões do País. O cargo de presidente será preenchido através de voto livre, direto e secreto. Cada base (sindicato) deverá votar em candidatos a três cargos: o de representantes de sua base na diretoria da FENAJ, o de vice-presidente da região a que esta base pertence e o de presidente da Federação.

A comissão 4, "Questão Nacional", se posicionou diante do conjunto de dificuldades políticas, econômicas e sociais que o país enfrenta. Denunciou a política econômico-financeira vigente, que penaliza a classe trabalhadora, a situação da dívida externa, os alarmantes índices do custo de vida, a existência de instrumentos anti-democráticos aplicados contra padres, posseiros, sindicalistas, parlamentares e jornalistas. Defendeu a efetiva realização do Conclat para 83 e aprovou, por unanimidade, a realização de uma pesquisa em todos os sindicatos filiados à FENAJ sobre violação da liberdade de imprensa.

A comissão 5, sobre "Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação", aprovou declaração dos jornalistas brasileiros em favor da NOMIC, através da qual a categoria assume o compromisso de lutar pela democratização da comunicação. Recomendou também a criação ou consolidação das Comissões Regionais para estudo da NOMIC e a realização no próximo ano de um encontro nacional para debater o tema, principalmente nos aspectos que envolvem a categoria. Com essa posição, a FENAJ é a primeira entidade de classe, de jornalistas latino-americanos, a assumir de fato a luta em favor da NOMIC e dos direitos dos povos do Terceiro Mundo.

No final do encontro, foi aprovada a "Carta de Guarapari", por meio da qual os jornalistas brasileiros, através de seus delegados, a INTERCOM e a ABEPEC, "conscientes do papel que lhes cabe desempenhar na vida nacional - em particular num período em que se impõe uma profunda transformação na vida política, econômica e social do Brasil, declaram que: são a favor de eleições livres, diretas e verdadeiramente democráticas na FENAJ...; é necessário democratizar o acesso à informação e à comunicação, dando-se oportunidade a todos os segmentos da sociedade...; repudiam e exigem a revogação das leis de excessão em vigor...; denunciam o recrudescimento da censura exercida pelo Governo...; protestam contra a escalada de violência aos jornalistas brasileiros...; denunciam os equívocos da política econômica...; e repudiam o pronunciamento da Ministra da Educação, professora Esther Figueiredo Ferraz, que defendeu a transformação dos cursos de jornalismo em cursos suplementares para profissionais graduados em outras áreas. Consideram da maior gravidade as freqüentes ameaças de extinção dos cursos de comunicação..."

JORNAL LABORATÓRIO TEM DONO?

Eucléa Bruno

De quem é o jornal - laboratório? Da Escola ou do aluno? Devem os veículos laboratoriais conter publicidade paga? Com quem fica a decisão das matérias a serem publicadas? E com relação à tiragem, periodicamente e mais os recursos necessários à elaboração desses jornais, quem responde?

Todas essas perguntas, sintetizadas ou exaustivamente discutidas foram alvo do debate realizado em Santos, na FACOS, de 8 a 10 de outubro, durante a realização do VII Encontro de Jornalismo Regional, este ano sob o tema "Órgãos Laboratoriais Impressos"

Na verdade, nem sempre conseguimos, alunos e professores, respostas claras e coletivas a todas as indagações feitas. Mas a troca de experiências acumuladas na área pelos participantes já significa um avanço e, por que não?, um ponto de partida frente aos sérios obstáculos enfrentados, hoje, pelos que trabalham os jornais-laboratório das faculdades de Comunicação.

Durante o Encontro, em reuniões nem sempre "bem comportadas", discutiu-se pontos básicos sobre a prática jornalística desenvolvida nos cursos de Jornalismo e a importância que os órgãos de laboratório adquiriram, principalmente com a extinção dos estágios nos jornais da chamada "grande imprensa". A partir daí, a transformação desses jornais laboratoriais em elementos fundamentais à preparação técnica e profissional dos jornalistas.

As Comissões organizadas (em número de 3) trataram, especificamente, de analisar os jornais laboratórios sob diversos ângulos, desde seu entrosamento com as Comunidades a que se destinam, passando por sua conceituação e objetivos, indo até a infra-estrutura física necessária à execução das tarefas laboratoriais vistas com caráter profissionalizante e não puramente acadêmico de aspecto escolar.

O fato de as Escolas terem a obrigação de manter jornais-laboratório à disposição dos alunos torna extremamente importantes o tipo de trabalho a ser executado, seus objetivos e seu público. Nesse sentido, deve-se, respeitadas as peculiaridades de cada região, definir esse público e obter, junto a ele, uma avaliação do trabalho realizado, já que não se pode pensar em produção jornalística distante das camadas às quais se dirige. E é dessa interação entre veículo e comunidade que decorrerão, naturalmente, a linha editorial, a linguagem adequada ao universo linguístico-cultural do público e, ainda, o conteúdo. Daí, porque se enfatizar ser indispensável a reflexão crítica sobre a importância do jornal laboratório na formação profissional.

Ficou claro também que o jornal-laboratório não deve conter publicidade paga, já que cabe à Escola responder por todas as despesas. Em consequência, o jornal-laboratório não pode ser vendido. Além, no Documento Final tirado do Encontro, alunos e professores aprovaram algumas recomendações, entre elas a de repúdio às faculdades que produzem veículos impressos com a obtenção de recursos oriundos de publicidade, explorando a mão de obra de estudantes e não os beneficiando com esses recursos.

Um outro problema fundamental amplamente debatido foi a periodicidade desses veículos, que muitas vezes se restringem até a uma ou duas edições anuais. No caso, essa prática anula qualquer objetivo que se pretenda atingir tanto a nível de público quanto a nível de prática redacional por parte dos alunos. No mínimo, as edições devem circular mensalmente, durante todo o ano. Mais: foi ressaltada a necessidade de as Escolas incentivarem, desde os primeiros semestres a elaboração de boletins informativos extra-curriculares, com a participação optativa de alunos, visando uma melhor preparação para o último semestre de cada ano, quando são intensificadas as atividades práticas.

Para que isso ocorra, torna-se necessária maior agilização do setor gráfico, com condições de imprimir os veículos até o tamanho tablóide, com prioridade no atendimento. Implícita, aqui, está a existência de equipamento básico que inclui composição, fotolitagem, laboratório fotográfico com acesso livre e desburocratizado.

Assim, uma a uma, todas as "pedras do sapato" daqueles que estão envolvidos na preparação dos jornais-laboratório foram apontadas. Daí a elas serem retiradas, implica na disposição e entendimento do significado real que as Escolas e os que pretendem atuar no campo do jornalismo têm sobre esses impressos. É bom lembrar (e o documento tirado ao final do Encontro da Facos enfatiza isso) que um jornal-laboratório não se faz do nada, mas de uma infra-estrutura educacional de qualidade.

Logo veremos. Março está aí e novo encontro será realizado, desta vez promovido pelo Curso de Jornalismo do Instituto de Artes e Comunicação da PUC, de Campinas. Ali, tentaremos novo balanço dos erros e acertos dos veículos produzidos em nossas faculdades de Comunicação brasileiras.

INFORMAÇÃO CIENTÍFICA DISTANTE DO GRANDE PÚBLICO

Eron Brum

O acesso à informação científica já começa a existir, mas nem sempre essa informação chega ao grande público. Esse foi um dos aspectos mais debatidos durante o Seminário de Jornalismo Científico

co realizado de 16 a 8 de setembro, em Brasília, promovido pela Coordenação do Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e Comissão Fulbright. Participaram, além de 20 alunos do curso de Jornalismo Científico — Tutoria à Distância —, da CAPES, vários cientistas brasileiros, além de jornalistas e professores de universidades e publicações especializadas dos Estados Unidos, Espanha e México.

Na abertura do seminário, o presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Científico, Julio Abramczyk, enfatizou que a divulgação de informação científica deve ser feita pelo jornalista, "a não ser que o cientista curse uma Faculdade de Comunicação". E enfatizou a necessidade de se criar assessorias de imprensa junto aos institutos de pesquisa.

A jornalista Sharon Friedman, da Lehigh University, afirmou que há, nos Estados Unidos, cerca de 1.000 jornalistas científicos, e os enquadrou em três categorias distintas: 1ª, os que entraram por acaso na área e acabaram se especializando a partir da prática; 2ª, os jornalistas que buscaram treinamento ou especialização nas universidades; e 3ª, a categoria dos que já tinham formação científica e cursaram jornalismo. Sharon alertou, entretanto, que no início havia um abismo muito grande entre o jornalista e o cientista. "A especialização do jornalista está eliminando esse problema", disse.

Sharon Dunwoody, professora de jornalismo científico da University of Wisconsin, enumerou uma série de fatores que considera como as principais causas das tensões entre o jornalista e o cientista; o cientista gosta de ler o que o jornalista escreveu; o cientista dá a informação mas pede para não ser citado na matéria; o cientista dá a impressão que não pode perder tempo, e considera o contato com o jornalista uma perda de tempo; o cientista irrita-se quando o jornalista não entende suas colocações.

Mas Sharon Dunwoody chama a atenção para a seguinte questão: o cientista e o jornalista devem entender que a ciência existe para o povo e este tem todo o direito de saber o que está ocorrendo. Na sua opinião, a especialização do jornalista em ciências tende a eliminar esses atritos, em benefício do povo.

Já Clodowaldo Pavan, presidente da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), não acredita que haja muita distorção da informação científica por parte dos jornalistas. "No meu caso particular, assegurem Pavan, apenas duas ou três vezes saiu publicado alguma coisa que eu não disse ou então fui mal interpretado. O que acontece é que, na maioria das vezes, o cientista também diz besteiras e quando as vê publicadas culpa o jornalista".

Walter Froelich, da International Science Writers, um dos jornalistas científicos mais conceituados dos Estados Unidos, vê com bastante otimismo a divulgação da ciência. "Estamos vivendo a era dourada da ciência e a divulgação de fatos científicos está crescendo de forma acentuada. Os jornalistas que tratam de se especializar, pois os mais bem preparados terão lugar de destaque", assegurou Froelich.

Crítica dos meios A PRIMAVERA DOS DEBATES

Raras vezes a televisão brasileira conseguiu atender tão plenamente os interesses nacionais como quando, nos meses de agosto e setembro deste ano, transformou-se em palco privilegiado para o debate político através do confronto entre os candidatos aos governos estaduais. Audiências até então exclusivas das emoções das telenovelas ficaram presas aos vídeos até altas horas da madrugada, fascinadas com o universo da política durante tantos anos proibido.

Na verdade, esta primavera televisiva começou antes de agosto, quando o arrojo e o furo jornalísticos de Ferreira Neto provocaram o primeiro confronto dos candidatos de São Paulo. Depois, vieram os debates de O Povo na TV, da Globo (em São Paulo, co-patrocinados pelo jornal O Estado de S. Paulo) e, finalmente, os da Bandeirantes (em S. Paulo, co-patrocinados pela Folha). Em todos os Estados, eles também se multiplicaram pelas estações de rádio. E, com a febre, chegaram às universidades, às associações profissionais, aos sindicatos. Os debates tornaram-se mania nacional.

Então, 60 dias antes do pleito, fez-se o silêncio. Os debates saíram do ar e em seu lugar entraram currículos e fotos. Mas o Boletim INTERCOM vai analisar este momento de primavera na televisão brasileira. Luiz Fernando Santoro, José Marques de Melo, Regina Festa e Carlos Eduardo Lins da Silva examinam os debates em São Paulo, Marco Morei, o. do Rio de Janeiro, e Sérgio Caparelli, os do Rio Grande do Sul.

O DEBATE INTERROMPIDO

Luiz Fernando Santoro

A questão do debate político na TV já vem sendo abordada neste Boletim sob diversos aspectos. Entretanto, julgamos importante juntar ao processo de discussão mais um enfoque, ao comentar o tratamento que as emissoras de TV têm dispensado aos debates.

O último debate entre os candidatos ao governo de São Paulo, promovido pela Rede Bandeirantes de TV e o jornal Folha de São Paulo, teve alguns elementos até então inéditos: foi o único debate pela TV em São Paulo com a presença dos cinco candidatos, sofreu uma interrupção para a veiculação de uma mensagem do presidente Figueiredo, foi constantemente fragmentado por incontáveis intervalos comerciais e, finalmente, teve o mérito de ter sido realmente o último debate pela TV antes da proibição decorrente da Lei Falcão.

Sem o menor pudor, o presidente participou do debate sem ter sido convidado. Sua participação não esteve ao nível do diálogo, como aconteceu com os candidatos, mas teve a conotação de uma comunicação ao povo brasileiro, ao falar dos esforços dispendidos pelo governo federal visando melhorar o problema já crônico da Previdência Social. Em cadeia nacional, o presidente falou olhando fixamente nos olhos do espectador: apesar de ter em mãos o texto de sua fala, contou com o mesmo recurso utilizado pelos apresentadores de nossos telejornais, que é o "tele-prompter" — aparelho que projeta o "script" a ser lido na altura da lente da câmera. O efeito obtido é bem interessante, enquanto impacto no público em geral: o apresentador dá a impressão de falar com o texto decorado, ou melhor, de expressar um pensamento perfeitamente articulado, reforçando sobremaneira sua credibilidade. Afinal, imagina-se que é um texto próprio daquele que o lê, e não algo escrito por terceiros, como transparece nos textos lidos diretamente do "script". Claro que o presidente esteve longe da descontração dos profissionais dos telejornais, ainda que se preocupasse, vez por outra, em "virar a página" do texto que tinha em mãos, o que foi realizado em espaços de tempo absolutamente irregulares. Enfim, esteve "no ar" por preciosos minutos, com a inegável consequência de oferecer, vamos até acreditar que por mero acaso, importante elemento de reforço ao candidato do PDS. O fato do debate ter sido exibido em "video-tape" impediu que qualquer outro candidato pudesse fazer alguma referência ao que foi dito pelo presidente, ou à sua própria "presença".

Outro aspecto que pareceu-nos marcante foi o desrespeito total com o espectador que procurou assistir ao debate para sentir o clima do antagonismo de idéias e a própria reação dos candidatos a perguntas impertinentes. Antes de respostas esperadas, o programa era interrompido para mensagens comerciais, usando a mesma estrutura — desculpem a comparação — de uma telenovela. A intenção de criar/escrever cenas que terminam num clima de tensão crescente é parte integrante do processo de realização de uma telenovela, na evidente expectativa de que o espectador continue sintonizado na emissora e assista suas mensagens comerciais. Isso sem se referir a justificativas de que o intervalo comercial é importante pois possibilita um "relaxamento" emocional por parte da audiência — como se ela já não estivesse suficientemente relaxada durante o ato de ver TV. A seqüência de interrupções chegou ao limite do grotesco pois a sonoplastia das vinhetas entrava em "off" no close do candidato que reagia à pergunta feita, e tínhamos que esperar alguns minutos para a resposta. Nesse momento, conscientes do quanto inoportunas são tais interrupções para que o espectador possa ter clara a seqüência de idéias abordadas, a emissora repetia a pergunta, ao voltar ao programa após os comerciais, usando o recurso do "video-tape".

Não há menor dúvida que o tratamento dado ao debate político é o mesmo dado a qualquer outro programa que preencha os requisitos de uma emissora/empresa com fins lucrativos. Ou melhor, a Rede Bandeirantes "faturou", em todos os sentidos, em cima de um tipo de programa que parece-nos essencial dentro de processo de abertura política. O interessante é que as diretrizes da empresa, em certos momentos, se impõem sobre uma política de controle determinada pelo Estado. A simples audição de outros debates levados pela TV, com alguns dos candidatos na Rede Globo e na Record, mostra que o espectador foi, no mínimo, respeitado: os segmentos eram bem mais longos, apesar dos comerciais inerentes ao nosso modelo de TV.

Em tempos de transição, como os que estamos atravessando às vésperas das eleições de 82, os meios de comunicação de massa e os trabalhadores desses meios, têm, ou podem ter, uma função um pouco diversa da de taxativos meios de controle social. O controle do Estado sobre o que é transmitido não é total, e programas "ao vivo", como os do apresentador Ferreira Neto, tiveram

a participação de políticos que em momento algum deixaram ou foram impedidos de falar o que pensavam. Só não foram mais além por não terem mesmo o que falar, por não se identificarem com uma posição de real oposição. Curioso este momento histórico, em que o apresentador Ferrel-neto passou de "fofoqueiro" dos bastidores das emissoras de TV e de rádio a condutor do processo de abertura para os debates políticos na TV. Em suas próprias palavras, "o pioneiro".

Por fim, tivemos o debate interrompido exatamente à meia-noite pelo início da vigência da Lei Falcão, quando os angustiados minutos que antecediam a hora fatídica foram então coroados com o corte do som numa eficaz demonstração da violência da Lei Falcão. Esse momento, no qual o espectador se viu completamente perdido, quando o seu direito à informação foi podado de forma autoritária, pareceu-nos o mais forte do programa. Talvez o debate tivesse sido exibido na íntegra se não houvesse havido tantas interrupções. A escolher...

O FRACO DESEMPENHO DOS CANDIDATOS PAULISTAS

José Marques de Melo

Os debates promovidos pelas estações de TV, em São Paulo, nos momentos que antecederam à vigência da Lei Falcão, constituíram uma demonstração do despreparo dos candidatos para o exercício da política na era da comunicação eletrônica.

Dezoito anos de governo autoritário, entremeados por simulacros eleitorais, foram suficientes para inibir os velhos políticos e para coibir os novos, quando tiveram a oportunidade de se dirigir ao eleitorado através da televisão.

O desempenho dos cinco candidatos ao governo de São Paulo nos debates promovidos pela TV Globo, TV Bandeirantes e TV Silvio Santos foi lamentável e decepcionante.

É evidente que não se pode atribuir a culpa aos próprios candidatos, cujo (re)aprendizado da comunicação político-eleitoral através dos modernos meios de comunicação lhes tem sido negado (impedido seria a palavra mais adequada) pelo Estado tecnocrático estabelecido no país a partir de 1964. E não é apenas uma questão de preparo técnico para enfrentar as câmeras de televisão. Isso conta, mas pode ser superado facilmente. O âmago do problema está na desvalorização da democracia, mesmo dentro da competição eleitoral, que se torna enfraquecida quando as regras do jogo ainda são ambíguas, indefinidas, propositalmente atemorizantes.

Os candidatos temiam uma dupla avaliação: a do próprio eleitorado, mas também a do chamado Sistema, cujo poder de punição e de coação tem se mostrado implacável. Daí o nervosismo pessoal, a improvisação cênica, ou destemperamento ou dissimulação verbal.

Dos cinco candidatos, Rogê Ferreira (PDT) foi sem dúvida o que tirou melhor proveito da situação, apesar de seu discurso elitista, ou seja, do uso de um linguajar que não penetra no grosso do contingente eleitoral, mais próximo de Plínio Marcos que de Graciliano Ramos. Nesse sentido é que a palavra de Luís Inácio Lula da Silva (PT) foi, de todos os debatedores, aquela mais acessível à maioria dos telespectadores, o que se justifica pela própria origem de classe do ex-presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo. O que prejudicou a atuação de Lula nos debates foi inegavelmente aquele tom de sermão que adquiriu em alguns momentos, parecendo mais um pregador de verdades absolutas que um líder emergente das classes trabalhadoras, cujas certezas ainda não se configuraram. Do ponto de vista da expectativa popular, Lula agradou mais pelo tom afirmativo (ou agressivo, como pretendem alguns), posicionando-se concretamente (mas nem sempre claramente), evitando as estocadas evasivas que caracterizaram outros candidatos.

Reinaldo de Barros (PDS) mostrou-se o mais despreparado politicamente, o que aliás fez questão de confirmar, quando confessou que não era do "ramo" da política, mas um administrador que acorda cedo e toca obras. Portando-se muitas vezes com ingenuidade (ou seria parte do papel que representa?), se não chegou a cair no ridículo inspirou pelo menos uma certa piedade dos telespectadores, acentuada também pelo fato de defender causas indefensáveis...

O mais decepcionante dos candidatos foi o já tarimbado senador Franco Montoro (PMDB). A opção pelo discurso oco, ambíguo, escorregadio, prejudicou sensivelmente sua atuação. A pose de "artista" (sorriso permanentemente aos lábios: cheeeese) deixou a idéia de alguém que tinha consciência de estar em cena. Mas o descontrole gestual (o tique nervoso de segurar a dentadura) tornou hilariante muitas de suas aparições no vídeo. É bem verdade que a posição de Montoro foi a mais difícil, pois a ele foram dirigidas as baterias de quase todos os candidatos, colocando-o permanentemente na berlinda, e sem dúvida da aumentando sua tensão emocional.

Jânio Quadros (PTB) não chegou a ser decepcionante, confirmando apenas o papel ridículo que desempenha nessa campanha. Repetindo velhos e carcomidos estereótipos eleitorais, posou na televisão como se estivesse saindo de um sarcófago jurídico-gramatical. Suas intervenções (não fossem os ataques virulentos ao candidato do PMDB) teriam enfadado os telespectadores, pela sensação de filme antigo, de cena *demodée*. Jânio repetiu Jânio até à exaustão... E, por isso, irritou, deprimiu, aborreceu.

É pena que os debates não tenham ajudado a definir a personalidade comunicativa dos candidatos. A sua contribuição esteve principalmente na identificação das respectivas propostas governamentais. Vamos esperar pelo fim da Lei Falcão para poder conhecer esse outro lado do processo político. Tomara que isso venha a ocorrer.

NO DEBATE, OS JORNALISTAS PERDERAM

Regina Festa

"Pela primeira vez, nas eleições de 82, ou pela primeira vez nos últimos vinte anos, para não dizer pela primeira vez na história republicana do País, há um debate com os candidatos ao governo do Estado de São Paulo, com todos os candidatos. Um debate primeiro e único, porque logo mais, à meia-noite, entra em vigor o bloqueio da Lei Falcão". Com essas palavras, que revelam o triunfalismo da imprensa e do poder da televisão, o jornalista Joelmir Beting abriu o debate promovido pela Rede Bandeirantes de Televisão e *Folha de São Paulo*, no passado dia 13 de setembro.

A audiência do programa em São Paulo foi massiva, segundo os dados de pesquisa divulgados posteriormente, justificada não apenas pelo efetivo desejo da população de participar do processo eleitoral, mas sobretudo pela persuasão feita por uma prévia campanha dos *media* patrocinadores do programa. A pergunta que fica é: será que o debate satisfaz à população?

Efetivamente, o programa atingiu. Nos dias subsequentes continuavam vivos os comentários sobre a atuação dos candidatos nas ruas, bares, locais de trabalho, universidades etc., consagrando uma vez mais a importância e o poder da televisão como veículo articulador da chamada opinião pública.

Apesar disso, algumas questões ficaram ou nem entraram no ar. A primeira delas, refere-se ao tipo de perguntas feitas pelos jornalistas entrevistadores, que nesse programa foram os srs. Odon Pereira, secretário de redação da *Folha*, Ruy Lopes, diretor da sucursal da *Folha* em Brasília, José Augusto Ribeiro, analista de política nacional nos telejornais da TV Bandeirantes e Salomão Esper, comentarista do *Jornal Gente* da Rádio Bandeirantes. Teriam eles perguntado o que sociedade civil esperava saber dos candidatos?

Para quem está lembrado, a *Folha de São Paulo*, na semana antes do programa informava aos seus leitores que cerca de duas mil perguntas para os candidatos haviam chegado à redação, trazendo à tona a ansiedade da população. Pois bem, num breve exercício de síntese tentamos comparar as perguntas do povo, publicadas desde o dia 21 de setembro na nova seção da *Folha* "A Palavra do Eleitor" e as perguntas dirigidas pelos jornalistas do programa aos candidatos ao governo de São Paulo.

Perguntas dos jornalistas: Depois das eleições é provável a união entre os partidos trabalhistas? Eu gostaria de ter um "sim" ou "não" dos candidatos, além do discurso: a política pode ou não matar? Se eleito o sr. será aquele opositor chapa branca a que se referiu tantas vezes o sr. Carlos Lacerda? O que os conservadores querem conservar e o que querem mudar? Por que o sr. não compareceu aos outros debates? Deputado, as pesquisas indicam que o sr. está em último lugar... Atribui isso à fraqueza do seu partido? A igreja tem se manifestado contra a venda de argumentos... Nesse assunto, sacerdotes e dirigentes partidários, dirigentes do PT, são também alma gêmea? O que o sr. aconselharia para quem tem uma pequena propriedade...? Qual a taxa de investimento da Prefeitura? Como evitar o risco de acabar debaixo das botas do general Jaruzelsky? Você está preparado para governar? O sr. acha que o general Figueiredo está incapacitado para governar São Paulo? O que o senhor acha da co-gestão na Polônia?

Perguntas da população, encaminhadas à "Folha": O que o sr. pretende fazer contra o exodo rural? Como o sr. pretende resolver a falta de apoio ao trabalhador do campo? Que providências Lula vai adotar quanto ao salário mínimo? O que o sr. pretende fazer para ajudar as classes sindicalizadas? Como evitar tanto assalto e violência? Está disposto a publicar a declaração do seu Imposto de Renda? Como resolver os baixos índices de aumento de salário do funcionalismo público?

nível nacional, que davam Jair Soares em primeiro lugar na preferência dos eleitores, já que o racha da oposição parecia condenar seus integrantes a uma derrota.

Carlos Fehlberg, editor-chefe de *Zero Hora* e ex-assessor de imprensa de Médici, mostrou bem um aspecto do debate em sua coluna diária "De qualquer maneira, já ocorreu uma mudança, pelo menos de temática, com o surgimento de fatos novos, indagações, relacionadas com o momento político, sobretudo a cédula única, hoje manchete nacional. Do ponto de vista de desempenho, uma constatação inevitável: o cansaço que já domina os candidatos que começaram cedo demais a campanha e a mantêm sem solução de continuidade. Nesse aspecto, o ex-ministro Jair Soares pareceu mais exausto, ele que desenvolve intensa campanha; Pedro Simon manteve a mesma imagem. Alceu Collares ainda revelou o mesmo estilo incisivo, e às vezes agressivo à sua moda, e Olívio Dutra, um pregador de seu programa, preocupado em plantar para o futuro mas ontem mais questionado".

O último debate aconteceu pouco antes de vigorar a Lei Falcão, com uso gratuito de rádio e TV, no dia 14 de setembro. Como das vezes anteriores, prevaleceu o ritual comandado por um mestre de cerimônia, só que mais flexível e fazendo vistas grossas quando a polêmica se acirrava. Premeditadamente, ou por acidente, tanto o PDT quanto o PMDB concentraram seu poder de fogo sobre o candidato Jair Soares, do PDS. Este se via acuado, gaguejava, perdia-se a todo instante.

Uma coincidência: o nome do programa era *Sem Censura* e boa parte do debate foi consumido em críticas à censura da Lei Falcão, que entraria em vigor horas depois. *Zero Hora*, no dia seguinte, trouxe a íntegra das três horas de debate e, no dia 14, uma pesquisa IBOPE/Rede Brasil Sul de Comunicações (a quem pertence a TV Gaúcha) mostrou alguns resultados. Simon ganhou no cômputo geral, com Jair Soares em segundo, sendo também Collares bem votado.

A chamada de capa do mesmo jornal — os da Caldas Jr. preferiram desconhecer: o debate — terminava assim: "Hoje começa na TV e rádio a propaganda, mas só com retrato e currículo de todos os candidatos." Estava no ar um novo programa chamado Lei Falcão. Não houve um mestre de cerimônia visível, que mediasse os diversos candidatos a cargos eletivos. Na verdade, o mestre de cerimônias atuava de mais longe, em Brasília.

TELEVISÃO CARIOCA: UM SERVIÇO À DEMOCRACIA?

Marco Morel

O papel da televisão brasileira na conjuntura política dos anos 80 está sendo diferente da década anterior, é claro. O projeto de "abertura" está permitindo, também na televisão, como que um rearranjo de forças, quem sabe outras estratégias televisivas por parte daqueles que mantêm o poder hegemônico neste veículo de comunicação. É uma boa maneira de irmos tomando o pulso desta situação são as eleições de 82. Faltando um mês para 15 de novembro já dava para delinear o comportamento e a importância que a televisão assumiu no debate eleitoral carioca. Pode-se até dividir este debate, em termos de repercussão no eleitorado, entre antes e depois das apresentações dos cinco candidatos a governador, embora a TV não seja necessariamente a única motivadora. Não há dúvida, portanto, de que houve uma mobilização. Mas é preciso ver como foi feita esta mobilização, por que e para quem, se houve ou não determinada metodologia, um determinado "comportamento televisivo", e, dentro do possível, como isso repercutiu no eleitorado.

Podemos especificar no município do Rio de Janeiro indagações mais gerais sobre a televisão enquanto nova tecnologia: trata-se de um veículo necessariamente autoritário e unidirecional ou, ao contrário, um meio neutro que pode ter os efeitos alterados pela mudança do conteúdo? Parte desta discussão está no texto "Televisão e Mobilização Popular", de Sergio Caparelli, nos *Cadernos Intercom* n.º 2. Vale ainda tentar esclarecer um aspecto que me parece essencial. Embora os eleitores cariocas vejam a TV Globo, "espontaneamente", fazendo chamadas nos intervalos conclamando todos a votarem, em nome da importância da "democracia", é importante investigarmos, na sociedade dividida em classes, qual o resultado deste "serviço" junto à mobilização e organização das classes populares. Que não são detentoras, inclusive, dos meios de produção televisivos, embora "façam o que quiserem" com as mensagens emitidas.

Os Candidatos — Para os que não acompanharam de perto o processo eleitoral carioca, vale inicialmente uma rápida apresentação do comportamento dos cinco candidatos a governador, sem nenhuma intenção de neutralidade. Como eles vêm se apresentando ante a maioria da população através da televisão? O candidato do PDS, Wellington Moreira Franco, ex-prefeito de Niterói, vem se exibindo com um comportamento ostensivamente "introvertido", "subjetivo", a ponto de seus

adversários o apelidarem de "maior abandonado". O que não é nada ingênuo, mas uma tentativa de adequação ao aspecto manipulatório dos meios de comunicação de massa, exaltando o lado mítico, sentimentalista e irracional, oferecendo segurança. Pelo PTB, Sandra Cavalcanti não fica atrás na imagem de chefe-de-família, embora solteira, apelando sempre para a "bondade", "moral" e "honestidade", além de prometer uma Disneylândia no Rio, o que a coloca em sintonia com a ideologia hegemônica da TV. Miro Teixeira, do PMDB, parece pouco afeito aos jargões contestatórios que pronuncia, ficando mais à vontade num discurso que "fala ao coração", mais enfático, quando deixa de lado "racionalismos" como "questão fundiária nacional", "ditadura militar" etc., linguagem que é pouco encontrada na televisão. Leonel Brizola, PDT, vem fazendo um inegável sucesso na televisão, sabendo talvez conciliar o colorido e agradável (superficialidade) das mensagens com temas contestatórios, chegando a se emocionar algumas vezes. Note-se que esta tendência de "harmonizar", encoberta com tiradas "inteligentes", é a essência de seu comportamento. Basta ver que Brizola encampou quase sem restrições as reivindicações da II Plenária da Indústria e Comércio (empresários) e da Famerj (organizações populares), prometendo ainda teleféricos nas favelas. . . Quanto ao candidato do PT, Lysnéas Maciel, sempre teve suas apresentações em televisão bastante criticadas, mesmo quando saiu-se com desenvoltura, estando em alguns momentos em flagrante desacordo com o veículo, não apenas no conteúdo. Em primeiro lugar, isto pode ser creditado à pouca chance que o candidato tem para se apresentar em televisão e, mesmo no Rio, o próprio PT não se constrói numa linguagem veiculada a um grande público. "Ele é muito zangado, nervoso", e isto disto do conjunto, não está em acordo com o tom "agradável" da mensagem televisiva atual. Note-se que Lysnéas foi o único dos cinco que não encampou as teses da II Plenária da Indústria e Comércio.

Técnicas Televisivas — A relação, em ordem cronológica, dos debates entre os candidatos a governador na televisão carioca foi a seguinte: 1.º) No programa *Sem Censura* (sic), em 20 de abril, somente entre Miro e Sandra, pela Globo. 2.º e 3.º) — No programa *O Povo na TV* (sic) com os cinco candidatos se confrontando pela primeira vez na TV, no dia 2 de agosto pela TVS, e novamente pela mesma emissora em 29 de agosto. 4.º) Ainda os cinco pela Bandeirantes, *Voto Direto*, em 11 de setembro. 5.º) E, finalmente, o *Desafio Final*, pela Globo, em 13 de setembro. A TV Educativa, oficial, e a Record, recém lançada no Rio, praticamente se abstiveram do debate eleitoral, limitando-se quase ao noticiário. Vamos ver, resumidamente, como foi cada um destes cinco programas, e se a TV realmente utilizou sua tecnologia a serviço do "diálogo". 1.º) — Amplamente divulgado e com antecedência, esclarecendo-se que o telespectador poderia participar apenas fazendo perguntas por cartas, o que eliminou uma das mais ricas possibilidades da televisão que é a *resposta e participação do telespectador*. Além de fixar regras que não permitiam apartes ou que os dois candidatos "não saíssem do assunto". O representante da emissora, como mediador, tentou em vão fazer com que estas regras fossem respeitadas no final do programa. Apesar de toda a divulgação, de toda a aparelhagem envolvendo aparatos técnicos como luzes, letreiros, superposição de câmaras etc, o horário, de 23h até 2h30m, reduziu ainda mais o acesso do grande público. 2.º e 3.º) Bem mais flexíveis e sem preocupações rígidas, mas também por serem os primeiros embates públicos entre os cinco candidatos, não foi possível nestes debates sistematizar ou aprofundar as propostas e eles acabaram caindo-se em pólo oposto ao da Globo, dando-se a impressão de caótico. Apenas em alguns pontos o telespectador pôde fazer perguntas diretas. A televisão, enquanto portadora de técnicas que permitem a padronização e a dispersão das informações, acabou posando de neutra, crucificando os candidatos por se criticarem mutuamente ("moral", "bondade", "honestidade". . .) e não exporem de maneira aprofundada suas propostas. Comportamento semelhante foi o dos jornais, como veremos adiante. Ainda para o público pouco afeito à eleição, puderam tornar-se cansativas as cinco horas de cada debate, num total de dez horas. 4.º) Não inclui a participação do telespectador, sim a presença de um grupo de jornalistas para fazer as perguntas. Cada candidato teve três minutos em cada vez para responder, o que permitiu um maior esclarecimento nas respostas, e o programa foi das 21 h até as 2 h. Brizola, no final, desentendeu-se com o *mediador*, acusando-o de favoritismo, mas nos bastidores foi se desculpar. Foi a única vez em que um dos candidatos atacou publicamente a emissora de TV. Houve possibilidade, neste programa, de discussão entre os candidatos, o que não impediu que expressassem suas propostas. 5.º) *Debate Final*, feito no último dia antes da vigência da Lei Falcão, pela Globo, foi o que teve maior repercussão. Foi também o que mais explicitou o "padrão técnico global", suas implicações, contradições e intenções. A TV Globo havia estabelecido algumas regras para o que considerava bom funcionamento do "debate democrático": cada candidato ficaria numa cabine de vidro à prova de som, não podendo se comunicar

com os demais candidatos; não poderia haver referências consideradas impróprias. Houve também algumas brechas, ou possibilidades de, pois foram convidados membros de entidades como OAB, ABI, Federação das Favelas, Centro Estadual dos Professores, entre outras. Só que na véspera, quatro dos candidatos (menos Miro) se recusaram a comparecer dentro do tal aquário isolado e a Globos populosos, onde o público poderia se dirigir e fazer perguntas aos candidatos. Parecia então que estava se utilizando aquilo que Caparelli citou no artigo referido: "Existe a possibilidade de reverter a situação do receptor no sistema televisivo, empregando os mesmos princípios que possibilitam a conexão através da unidade móvel entre os locais onde se desenrolam os acontecimentos e a estação geradora que transmite a imagem a milhares de telespectadores." Um dos primeiros telespectadores a ser entrevistado na rua, fez uma pergunta sobre policiamento, que caiu para o candidato do PDS. Este, deu uma longa resposta. A imagem voltou para a rua, onde o autor da pergunta diria se estava ou não satisfeito com a resposta: "Estou sim, mas pena que ele é do PDS!". o que causou gargalhadas de todos. Só que lá pela metade do programa este *feed-back* foi abolido pela coordenação do programa, "para ganhar tempo", e o *mediador* repreendia insistentemente as perguntas mais *inoportunas* dos representantes de entidades. Quando o deputado Miro Teixeira referia-se de maneira crítica a Sandra *avalcanta*, o programa ficou fora do ar, bruscamente, por alguns momentos. E quando foi meio-dia em ponto, início oficial da famigerada Lei Falcão, a Globo interrompeu a programação, em clima de correria, encerrando-a. Mas o telespectador que soubesse poderia virar para a Bandeirantes, canal 7, onde o debate com os cinco candidatos paulistas foi até 1h30m.

Meios de Comunicação e Poder Político — Poder político e meios de comunicação, embora formalmente distintos, não nitidamente articulados, e nestes costuma-se espelhar e travar as disputas e vitórias daquele, e a especial as composições das classes dominantes. Em relação à imprensa vemos que *O Dia*, jornal de propriedade do governador Chagas Freitas e o de maior tiragem, estava integralmente apoiando a candidatura de Miro Teixeira, até a manifestação do rompimento público um mês antes das eleições. *O Globo*, o segundo em tiragem, também inicialmente tinha uma certa simpatia e abria espaço maior para Miro e menor para Sandra, mas com a consolidação da candidatura Moreira Franco passou a destacá-lo, juntamente com os pronunciamentos do presidente Figueiredo. *O Jornal do Brasil*, por sua vez, também deu e retirou apoio a Miro, e depois que Brizola passou a despontar como favorito em pesquisas de opinião vem tendo manchetes quase diárias, com Moreira Franco. *Última Hora*, de linha anti-chaguita, embora igualmente populista e sensacionalista, estava com Sandra e com poucos elementos brizolistas, até que em setembro o PDS arrendou o jornal, afastando Sandra e dando inteira cobertura a Moreira Franco, mantendo os brizolistas e acirrando a campanha anti-chaguita. *A Tribuna da Imprensa*, leia-se seu proprietário Helio Fernandes, de dois anos para cá, passou pelo MDB, anti-chaguita, depois PP (chaguita), PMDB e finalmente PTB (Sandra) onde é candidato ao Senado, novamente anti-chaguita. Quanto à televisão, levando-se em conta a concessão estatal dos canais, o panorama é mais estático. Antes dos debates se iniciarem, no final de abril, o grande público conhecia apenas dois candidatos pela televisão, Sandra e Miro, pois eram os únicos que faziam anúncios no veículo (bastando lembrar que, na Globo, um comercial em "horário nobre" custa por segundo uns Cr\$ 800 mil, em cada vez, a nível estadual). Neste período inicial Miro era "convidado" a fazer aparições em diversos programas da Globo, como o "Balança Mas Não Cai", entre outros. Com a vigência da Lei Falcão esta mesma emissora passou a dar destaque para os pronunciamentos do presidente Figueiredo. Note-se que, na primeira vez em que os retratos e os currículos dos candidatos foram ao ar (Lei Falcão), o poderoso PDS se absteve de apresentar sua propaganda gratuita. Alguns dias depois, todos os partidos começaram a fazer acusações mútuas sobre o desrespeito da lei, acusações confirmadas, e o material dos quatro partidos foi retirado do ar por ordem do TRE, voltando modificados. Só então o PDS apresentou seus letreiros luminosos. . . . Aliás, o PDS publicou matéria paga de página inteira nos principais jornais cariocas defendendo-se, com boa vantagem, do rapaz que dissera "pena que é do PDS" no *Debate Final*. De maneira resumida, pode-se confirmar como os meios de comunicação são reflexo e instrumento na luta ideológica das classes dominantes, mostrando suas contradições, limitações e potencialidades, embora não impeçam e nem possam esconder totalmente o surgimento de forças sociais com visão crítica e distinta da hegemônica na sociedade.

A Imprensa e Os Debates Televisivos — Depois de situar a posição dos veículos de comunicação, é interessante ver o comportamento da imprensa diária em relação a estes debates. Analisando o primeiro debate, no final de abril, *O Globo* de 21 de abril publicou-o quase na íntegra, em metade de página inteira e descritiva. *O Jornal do Brasil* do mesmo dia dedicou o mesmo espaço, mas jun-

tando comentários críticos onde destacava que o programa, apesar das regras previamente afixadas, "acabou carioca" e só então, segundo o JB, foi capaz de despertar algum interesse. Quanto ao último debate, também pela Globo, a *Tribuna da Imprensa* anunciou com alarde na primeira página de 13 de setembro, comentando o episódio das cabines de vidro a prova de som: "Candidatos Não Aceitam Debate Com As Jaulas". É importante destacar os comentários bem explícitos do *Jornal do Brasil* de 3/8, sobre o debate na TVS, o primeiro em que os cinco candidatos se confrontaram: "o debate caiu para discussões menores" ou "não ultrapassou o nível do bate-boca político" (sic). Ainda neste último programa, *Debate Final*, a manchete do *Jornal do Brasil* foi: "Boni se irrita com candidatas e tira programa do ar" (14/8/82) e a do *O Globo* no mesmo dia: "Candidatos debatem propostas. Aliás, a 'grande imprensa' carioca podia ter passado sem a catuçada da 'grande imprensa' paulista, dada pela *Folha de São Paulo* (8/10/82) ao comentar com detalhes a crise do PMDB entre Chagas e Miro: "A opinião pública do Rio de Janeiro, para estar bem informada, precisa ler a imprensa de São Paulo" . . . Antes de concluir, vou falar de maneira rápida do comportamento dos jornalistas e do impacto sobre o eleitorado dos programas da TV.

Jornalistas: aderindo ou resistindo — O comportamento predominante dos jornalistas, enquanto profissionais assalariados dos meios de comunicação, foi basicamente de duas maneiras: enquadrados e padronizados nas diretrizes da empresa ou tentando aproveitar e criar brechas. Sendo que, felizmente, o primeiro predominou, pelo menos ao olhar da maioria da população não envolvida com o processo de elaboração da notícia. Como exemplo do caso citado anteriormente pode-se lembrar o *mediador* do *Debate Final*, que introyetou com gosto e vontade os desígnios patronais, chegando a ameaçar gravemente quando o programa saiu do ar: "Esta vez saiu do ar por problemas técnicos (sic) mas da próxima vez pode ser que não" . . . E o do segundo comportamento, resistindo e ampliando o espaço do debate crítico, foi o dos jornalistas que participaram do *Voto Direto*, pela Bandeirantes, fazendo perguntas informativas e de denúncia, transcritas pelos jornais no dia seguinte.

Eleitorado — É certo que, bem ou mal, estes debates na televisão trouxeram à tona e ajudaram a deflagrar o debate na população carioca. Mas é preciso ver que a tendência de qualquer eleição ao aproximar-se da data, independente da televisão, é acirrar-se o debate. Não se deve reforçar o mito dos superpoderes dos meios de comunicação de massas. Para aferir a tendência do eleitorado, antes do resultado das urnas, usa-se as pesquisas de opinião. Ante elas é preciso ter a cautela da abordagem crítica, como fazem alguns autores, entre eles Pierre Bourdieu e Michel Tiolett, este último alertando também contra o "padrão de análise emissor/receptor separado de uma análise das estruturas de classe (*Cadernos Intercom* nº 2). Pode-se ver que, no caso carioca, Brizola fez sucesso com seu jeito extrovertido e propostas contestatórias nem sempre definidas. Sua mensagem "pegou bem", teve grande repercussão e seu nome passou de penúltimo para primeiro lugar nas pesquisas de opinião. Há que se levar em conta, como assinalou José Manuel Morán (*Cadernos Intercom* nº 2), que na receptividade do telespectador muitos destacam não só o lado "agradável", mas o "modo sereno e seguro de contar a notícia como fator de credibilidade". Fato que não só explica o crescimento de Moreira Franco, mas que teria levado ao declínio do "zangado" Lysáneas, como se fosse um mau humor injustificado, justamente do único candidato que falou, em sua última apresentação na televisão, que a credibilidade deve ser no eleitor/telespectador e não de cima para baixo como vem acontecendo predominantemente.

Conclusões:

Volta-se à indagação inicial, a partir do papel da televisão na atual conjuntura política brasileira: afinal de contas, valeu ou não em termos de organização popular, conseqüentemente em termos de ampliação do espaço democrático? Pode-se notar que a televisão predominantemente, mas também os jornais diários, apresentam-se como *mediadores*, meros instrumentos equidistantes. E este aparente não envolvimento, várias vezes explicitado e reforçado pela metodologia no uso das novas tecnologias, acaba desaguando numa tentativa de conduzir sutilmente o eleitor/telespectador ao descredito ou descrença em qualquer tipo de embate, diálogo. Em termos mais imediatos, querendo levar quem sabe à desconfiança em relação aos "políticos" indistintamente, como que a "falência de todas as classes sociais", o que acaba resultando, como já mostrou Marx no *18 Brumário*, no fortalecimento do poder militar, como *mediador*, como instância superior. A própria divulgação das mensa-

gens pelos veículos de comunicação deixa transparecer as contradições das classes dominantes, que não conseguem produzir uma mensagem homogênea, embora ainda hegemônica. Logo, a televisão não é um veículo necessariamente neutro, bastando alterar seu conteúdo para torná-la abarçante. E nem é fatalmente autoritária e manipuladora pelo fato de ser portadora de novas tecnologias, independente dos contextos. É preciso justamente conhecer estes contextos. Mas, neste caso, o do televisivo, seja nas brechas ou nas contradições do sistema. Mudanças dentro e fora da televisão, convivendo juntamente com a imposição da ideologia dominante, que se concretiza não só nas mensagens explícitas como na conformação tecnológica, isto é, nas *roupagens* das mensagens.

Ensaio

AVALIAÇÃO CRÍTICA DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

José Marques de Melo

O V Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, que a INTERCOM promoveu em São Paulo, no período de 3 a 7 de setembro de 1982, significou o coroamento de um trabalho de politização dos estudos de comunicação no Brasil. Durante cinco anos, a INTERCOM promoveu, em suas reuniões anuais, o debate de temas que buscavam resgatar o relacionamento entre os fenômenos sociais da comunicação e sua dimensão política. É que a tradição desses estudos em nosso país caracterizava-se por empanar (ou escamotear?) as implicações políticas e ideológicas da produção e difusão dos bens simbólicos através dos meios de comunicação de massa.

Evidentemente, a INTERCOM não postula um pioneirismo exclusivista. Antes, surgiram pesquisas e pesquisadores que, adotando posturas diversas, pretendiam introduzir novas visões na análise do panorama brasileiro da comunicação. Mas a tendência permanecia majoritariamente a-política e a quase totalidade continuava defendendo o não-engajamento dos pesquisadores nos processos de transformação social. Quando muito, alguns ousavam formas de atuação próximas daquilo que os venezuelanos rotularam como "pesquisa-denúncia", apesar da nítida inclinação apocalíptica.

O aparecimento da INTERCOM no cenário intelectual brasileiro se dá num momento histórico singular. Ocorre no auge do cerco autoritário ao mundo da ciência e da cultura, cujo indicador mais evidente foi a proibição governamental à realização da 27.ª Reunião Anual da SBPC, em Fortaleza, e sua efetivação, apesar de tudo e de todos, em São Paulo. Ocorre no vazio da atuação das organizações nacionais que se deveriam dedicar à promoção do ensino e da pesquisa da comunicação. Então, eram poucos os cientistas da comunicação que compareciam às reuniões da SBPC expondo os seus trabalhos de pesquisa, defendendo as suas teses acadêmicas ou profissionais. O próprio debate sobre as questões do ensino, além de restrito a meras disputas curriculares, fazia-se em círculos fechados, privilegiados, mantendo à margem toda a comunidade universitária diretamente envolvida.

Naqueles instantes, era cômodo permanecer em silêncio, ou, quando muito, acenar vagamente contra a censura. . . sem que nada de concreto se fizesse para inverter o rumo da situação. Os que o fizeram, arcaram com as cicatrizes das perseguições, coações, cassações ou com o distanciamento cauteloso daqueles que, embora contestatários no discurso, prosseguiram com uma prática de rendosa corte ao poder.

A INTERCOM é, portanto, um sinal perturbador, ao mesmo tempo firme e definido, nesse quadro inquietante. Ela surge como uma resposta pungente, de um grupo de pesquisadores de São Paulo, ao marasmo então reinante. Não se trata de mais um grupo vanguardista, cioso de aproveitar a oportunidade para comparecer ostensivamente à cena e logo se retrair, vivendo das glórias do impacto inicial. A INTERCOM nasce com a proposta de uma associação de pesquisadores de novo tipo e, por isso, sua trajetória vem sendo construída pacientemente, com muita pertinácia, entusiasmo e sobretudo coragem. Não é sem razão que se fala, hoje, na América Latina da "mística da INTERCOM". Sua experiência de estruturação de um espaço democrático e engajado, onde os pesquisadores da comunicação possam se reunir e crescer coletivamente, começa a ser indicado como exemplo a instituições congêneres do continente.

O traço marcante da vida da INTERCOM vêm sendo inegavelmente os ciclos de estudos que organiza a cada ano. Trata-se de eventos que não somente oferecem oportunidades para que pesquisadores possam expor e discutir os resultados das suas reflexões e estudos de campo, mas de encontros cuja temática indica um posicionamento, ainda que conjuntural, na realidade que vivem

os seus participantes. Assim sendo, os ciclos de estudos interdisciplinares da comunicação pretendiam, desde o primeiro momento, ser simultaneamente científicos e políticos. Pretendiam analisar questões científicas, sem isolar ou minimizar a sua dimensão política. Ao contrário, o político tem sido determinante, na medida em que se busca conscientemente novos modelos de pesquisa, novas formas de compreensão da realidade e novos caminhos para transformar a própria sociedade.

Em 1978, ao estudar as relações entre ideologia e poder no ensino de comunicação, buscou-se demonstrar que a discussão sobre a formação dos profissionais da comunicação não poderia permanecer no formalismo da estrutura peculiar ao binômio ensino-aprendizagem, mas deveria partir da indagação sobre que tipo de profissional e para que tipo de sociedade, chegando à constatação das mediações simbólicas e das injunções culturais em que está imerso aquele processo. Em 1979, a temática dos modos de comunicação das classes subalternas remetia os pesquisadores universitários para outras realidades, até então ingoradas ou propositamente deixadas de lado, qual seja o universo comunicacional das classes trabalhadoras e dos grupos ou camadas mantidos sob opressão nos porões da nossa sociedade. Em 1980, acompanhando as tentativas do regime autoritário para se manter no controle do Estado, recorrendo embora aos mecanismos populistas que tanto combateram no passado, o ciclo foi dedicado a analisar as convergências entre Estado, populismo e comunicação, descobrindo a função manipulatória dos MCM na edificação de um novo tipo de populismo sem adesão popular. Essa retração das classes subalternas aos envolventes apelos populistas do Sistema foi o elemento que determinou a escolha do referencial para o ciclo de 1981: comunicação, hegemonia e contra-informação. Estudaram-se aí os processos de resistência dos trabalhadores e dos contingentes progressistas da classe média, utilizando formas peculiares de comunicação e cultura, e a ação avassaladora e quase onipresente das redes comunicacionais mantidas pelo Estado autoritário ou pelos setores hegemônicos da burguesia, respaldados e financiados pelas corporações transnacionais a que servem docilmente.

Os quatro primeiros ciclos foram, portanto, dedicados a analisar, radiografar e compreender as mediações entre os processos sociais de comunicação e as articulações próprias dos sistemas políticos em que se concretizam.

A publicação, sob a forma de livros, das idéias e proposições esboçadas em cada ciclo de estudos, garantiu a sua democratização, oferecendo-se a toda a comunidade acadêmica e profissional o registro das inquietações e das esperanças emergentes na INTERCOM.

Por isso mesmo é que o ciclo de 1982 correspondeu às expectativas, já amadurecidas nos ambientes universitários, de se repensar a própria prática da produção acadêmica sobre comunicação, tomando como norteador o conjunto dos avanços teóricos acumulados pela INTERCOM nos anos anteriores. O tema *Impasses e desafios da pesquisa em comunicação* é sem dúvida a confluência das inúmeras preocupações sentidas pela comunidade científica que se indagava: o que fazer? E tal indagação configura-se a partir do processo de democratização da vida brasileira, que se está gerando no bojo da "abertura política", onde o papel do intelectual começa a ser redimensionado. É compreensível que os pesquisadores da comunicação queiram discutir e avaliar que tarefa lhes cabe nesse momento histórico, enquanto produtores e transmissores de conhecimentos sobre as mediações simbólicas que se operam cotidianamente na sociedade. E sem dúvida o Ciclo Intercom/82 correspondeu plenamente a tais anseios.

Sua principal característica foi a de ter rompido a tradicional incomunicação entre pesquisadores da comunicação. Pela primeira vez no Brasil pesquisadores da imprensa, do cinema, do rádio, da televisão e das novas tecnologias da comunicação se encontraram para confrontar os resultados das suas pesquisas e dialogar sobre as metodologias que empregam. Estudiosos da indústria cultural e analistas da cultura popular, especialistas em semiologia e cientistas sociais, pesquisadores que atuam nas empresas de comunicação e universitários engajados nos movimentos populares, enfim, todos, se uniram para reunir esforços e melhor delinear o espaço que cabe à comunicação nessa conjuntura de revitalização da ciência brasileira.

Outro aspecto importante do Ciclo Intercom/82 foi o início do diálogo entre os pesquisadores da comunicação e as autoridades que, no plano estatal, administram os recursos destinados à pesquisa e à produção científica. Nem sempre fácil, muitas vezes tenso, de parte a parte, esse diálogo foi esboçado na abertura do Ciclo, retratando, de um lado, a posição secundária a que a comunicação está relegada no conjunto das atividades científicas nacionais, e de outro lado, legitimando canais para que as frustrações e as reivindicações dos cientistas da comunicação possam ser devidamente resgatadas pelos dirigentes dos órgãos de fomento à pesquisa e se convertam em apoio efetivo

Lá, ainda hoje, o plantio e venda da juta é uma das principais atividades econômicas do interior do Estado. O ribeirinho colhe a juta quando o rio começa a encher e trabalha, com água até a barba e mergulhando para cortar a juta no pé, de seis da manhã às seis da tarde. Pois bem, viajando na ocasião, em todas aquelas beiradas, que a juta daquele ano, depois de colhida e transformada em fibra, estava entregue ao sol e à chuva, em imensos varais, porque naquele ano não havia compradores para a produção. O governo havia importado juta semelhante (destinada à fabricação de sacos) do Paquistão, se não me engano, deixando de lado, assim, a produção regional.

Aquilo me despertou a curiosidade e um funcionário da Empresa Amazonense de Terras — Ema-ter —, que viajava no mesmo barco, me deu a explicação acima. Por outro lado, o assunto não mereceu maiores considerações dos meios de comunicação e se alguma denúncia de deputado ou vereador opositorista foi feita igualmente deve ter sido inserida em ata e estamos conversados. Mas o certo é que se uma família trabalha durante todo o ano para produzir alguma coisa é porque conta com aquilo para o seu sustento. E se esse produto não é comercializado só existe a perspectiva da fome.

Essa historinha tem até um grau de dramaticidade que na minha opinião daria pano para as mangas. Mas, ora, se nem na capital do Estado o problema mereceu atenção... Mas afinal, pela mesma época ocorria o casamento do príncipe Charles com a princesa Diana.

Fazendo aqui meu trocadilho, arrisco-me a dizer que cada vez mais sabemos o que se passa longe de nós — aquele papo da aldeia global — e em contrapartida sabemos menos o que está acontecendo do nosso lado.

É como se o povo brasileiro, no seu conjunto, estivesse se mirando num espelho mas esse espelho estivesse refletindo outra imagem. Comparar Rio/S. Paulo com o resto do País, também vale. É, o espelho tá doido: Dupla identidade e certa propensão à esquizofrenia.

SOBRE O CONCEITO DE IMPERIALISMO CULTURAL

Francisco Rüdiger

A reprodução internacional do processo global da produção capitalista, que caracteriza a história do modo de produção capitalista em sua fase monopolista, implica a produção e reprodução do conjunto de políticas e ideologias que fundamentam esse processo. A generalização em escala planetária da cultura de massa capitalista deve, por isso, ser enfocada não como uma imposição estrangeira aos países do III Mundo, não como o estabelecimento desde o exterior de uma Ordem Internacional de Informação desequilibrada, mas como um processo subordinado à dinâmica da reprodução das relações sociais de produção monopolista nos países dependentes na cadeia imperialista a partir de uma conjuntura precisa no processo da luta de classes que resulta na hegemonia das classes e frações de classes orientadas à associação desses países para com o capital monopolista internacional.

Uma análise materialista da problemática dos sistemas de comunicação massivos e da produção cultural nos países dependentes deve portanto, nos parece, ser avaliada através da consideração histórica das relações sociais de produção e da luta de classes, apreendidas no processo de sua reprodução-transformação nos diferentes níveis de uma formação social, a partir do quadro indicado por estes elementos. No estágio atual da história do capitalismo, em que o capital é cada vez menos um capital nacional, a luta de classes responsável por sua reprodução tem por efeito uma transformação na estrutura de classes pela qual frações crescentes da burguesia passam a ser determinadas por uma contradição entre as condições econômicas e ideológicas internacionais e as condições políticas e ideológicas nacionais, vinculadas à questão do Estado nacional, de sua dominação (o que nos coloca para além da tese do ultraimperialismo).

Nesse sentido, as análises que sustentam a hipótese de uma agressão e dependência culturais continuadas (em diferentes épocas e formações sociais) do imperialismo têm sido míopes às próprias particularidades revestidas pela reprodução desse estágio da história do modo capitalista de produção no período posterior à II Grande Guerra (1939-1945), tais como a internacionalização do Capital (de suas relações sociais como um todo), de parte dos setores públicos, do mercado etc. Trata-se, nesse caso, da concepção do imperialismo como uma espécie de *leviatã* conquistador, que se impõe do exterior às nações *subdesenvolvidas*, de modo que a alienação cultural é o estigma de uma dominação política e uma exploração econômica entre nações ou entre mundos imposta pelo imperialismo internacional. No fundo, parece que estamos diante de um nacionalismo enrustido que, no qua-

dro atual e suas perspectivas, tem como única alternativa ao exercício imperialista a ascensão de nosso capitalismo de Estado dependente à posição de um capitalismo de Estado dominante e, se levada à raiz essa perspectiva, à posição típica buscada pelo fascismo de um capitalismo de Estado autônomo, nacional e independente.

Ora, é preciso superar essa concepção do Estado-nação como superfície de recepção transparente, onde se imprimem os desígnios do imperialismo tornado sujeito da história universal. É preciso retomar a metáfora da inversão e recolocar os pés sob a cabeça; ou seja, a transformação da problemática do imperialismo cultural como variante da dominação entre nações, que tende a esfumar o problema efetivo da dominação internacional de classes. Com efeito, essa questão, cuja formulação teórica está presente já em Lenin, não suprime a sobre-determinação político e ideológica que, em etapas anteriores, revestiam-se dos aspectos dominantes; apenas procura alertar para o equacionamento concreto da sua determinação econômico-social, o que o próprio desenvolvimento do processo permite na atualidade.

Ingressamos numa época de dependência generalizada à escala mundial do conjunto das classes e frações de classes populares ao conjunto das classes e frações de classes dominantes, bem como aos seus representantes, ou seja, ao Capital. É a dominação de classes que explica a dominação entre nações ou mundos, e não o inverso, de modo que a dependência entre as nações resulta da supremacia da classe burguesa sobre as demais a partir de uma proveniência histórica e sua manutenção a partir da determinação da luta de classes internacional. Assistimos, portanto, à transformação do processo histórico concreto da luta de classes em novas formas e escalas que determinam a formação de diferentes sistemas dominantes/dominados, hegemônicos/subalternos (ainda que por vezes se confundam) na cadeia imperialista entre os quais se estabelecem novas relações de dependências. Nesse sentido, para fins de análise, distinguimos com Eduardo Fioravanti (*El Capitalismo Monopolista Internacional*, Barcelona, Península, 1977) os vetores fundamentais dessas novas relações:

- 1) Relações de dependência financeira;
- 2) Relações de dependência tecnológica;
- 3) Relações de dependência produtiva;
- 4) Relações de dependência comercial;
- 5) Relações de dependência cultural.

Dessa forma, o problema da agressão e dependência cultural dos países dependentes deve ser recolocado conforme os diferentes níveis reconhecidos pela teorização marxista. Ou seja, distinguindo os seguintes níveis:

- 1) *Nível econômico*: pelo qual determinadas formações sociais beneficiam-se das relações econômicas decorrentes da produção cultural e da produção de seus meios de produção (*hard and software*).
- 2) *Nível político*: pelo qual determinadas formações sociais, bem como determinadas classes e frações de classes, beneficiam-se das modalidades de controle social traduzidos nos sistemas de comunicação e seus agenciamentos semióticos.
- 3) *Nível ideológico*: pelo qual certas classes e frações de classes (para além da idéia de uma transmissão de conteúdos de um país para outro) impõe sua produção de sentido ao conjunto da sociedade.

A suposta ideologia *alienígena* veiculada pelos *media*, a que se contraporia uma cultura nacional (uma ideologia) não passa da ideologia compartilhada pelas classes hegemônicas no conjunto do capitalismo monopolista internacional. Que as particularidades dessa ideologia tenham sido geradas numa ou outra formação social trata-se de um problema de proveniência histórica; que elas possam ser contestadas ou substituídas nas diferentes sociedades por outros tipos de agenciamentos ideológicos trata-se de um problema que tão somente a análise das estratégias sociais por vir poderão apontar que cabe aos movimentos sociais efetivar no processo de suas lutas.

ESTUDOS INICIAIS INTERESSANTES SOBRE AMÉRICA LATINA

Ciro Marcondes Filho

(CADERNOS INTERCOM 3 — Comunicação Latino-Americana: Reforma/Revolução. São Paulo: Cortez/Intercom, 1982 80 p.)

Desperdício de espaço também seria explicar a importância da comunicação na formação, manutenção e reprodução da hegemonia política vigente, bem como seu potencial nas práticas alternativas de contra-informação face ao status quo. Deixemos isso para o próprio livro.

Importa ressaltar, isso sim, que *Comunicação, Hegemonia e Contra-Informação*, conforme a ordenação feita pelo coordenador Carlos Eduardo Lins da Silva, separando os textos sob os itens *Questões Teóricas e Reflexões sobre Práticas*, reforça a ligação interdisciplinar entre a teoria dos *media* e as ciências sociais e a reflexão do ponto de vista das propostas práticas.

O livro não é uma obra monolítica em termos conceituais, como também não o é a indústria cultural que contesta. Tanto que abre o espaço pluralista aos que ainda não se conformam com a progressiva substituição dos conceitos e pressupostos de linha frankfurtiana em favor de uma teoria hegemônica de origem gramsciana.

Outra constatação importante é a de que não há, de maneira geral, conclusões ou fórmulas definitivas, mas contribuições a indicar rotas possíveis tanto a nível de arcabouço teórico como de comprovação de ação prática possível. E esse caráter aberto, não dogmático, para o qual contribuem participações de pesquisadores latino-americanos, é responsável pela extrema atualidade da temática na realidade atual, momento em que estudiosos da comunicação e ciências sociais procuram esboçar um modelo conceitual mais próximo das contradições do terceiro-mundo, enquanto área periférica do capitalismo, em sua luta por uma ordem hegemônica mais justa às aspirações das classes populares.

Quanto aos trabalhos apresentados, em sua maioria elaborados ou re-escritos após o encerramento do IV Ciclo mais representando as discussões e o clima ali desenvolvidos, a citação dos vinte e um textos selecionados neste espaço previamente pautado pelo editor do Boletim pareceria apenas um longo e enfadonho índice. Dessa forma, parece-nos mais proveitoso ao leitor — que deverá comprová-lo na leitura dos textos — chamar-lhe a atenção para o que se convencionou chamar, entre aspas e entre as paredes do local onde ocorreu o evento, teoria das brechas.

Brincadeiras à parte, pois sorrindo devem estar os que se lembram das irreverências ligadas à expressão, a teoria das brechas representa a alternativa ao Aparelho Ideológico de Estado, à Indústria Cultural "monolítica e indestrutível", a oportunidade da eficácia contra-informacional.

E é esta a grande lição deste "Comunicação, Hegemonia e Contra-Informação". Não existe espaço maldito, no máximo mal dito. Pelo menos é o que nos ensinam, acima das dúvidas sobre qual o verdadeiro espaço da comunicação popular (que devem desaparecer após a leitura do texto de Regina Festa) os trabalhos apresentados.

NOVAS TECNOLOGIAS VISTAS PELA TEORIA DA DEPENDÊNCIA

Tereza Hallyday

(SCHILLER, Herbert I. WHO KNOWS: INFORMATION IN THE AGE OF THE FORTUNE 500. 1981, Norwood, N.J.: Ablex, 187 p.)

A perspectiva da teoria da dependência, de que se vale Schiller em seus livros anteriores *O Império Americano das Comunicações e Comunicação e Dominação Cultural*, é utilizada neste novo livro para analisar mais uma faceta da comunicação internacional: o controle das modernas tecnologias da comunicação (satélites, micro-computadores, video-cassetes) pelas grandes empresas supra-nacionais (quer estejam no ramo da produção destes equipamentos quer não).

A defesa do livre fluxo de informação, pregada pela UNESCO, é baseada na premissa de que a modernização tecnológica das comunicações reduz as desigualdades entre os indivíduos dentro de um mesmo país e entre países, porque estende a todos informação e oportunidades educacionais e culturais. Schiller denuncia esta premissa como hipócrita — uma cortina de fumaça para o aumento das desigualdades, pelo aumento da concentração de posse da informação nas mãos dos que já têm mais e podem mais: as grandes empresas. Estas usam esse poder para veicular suas ideologias e contrabalançar matérias pouco favoráveis que aparecem nos meios de comunicação de massa.

Mas até essas matérias, críticas ao sistema (econômico e político dos Estados Unidos), só são publicadas ou vão ao ar, segundo Schiller, porque as grandes empresas de comunicação precisam de lucros. Atender a todos os gostos ideológicos de seus públicos faz pois, parte dos seus esquemas de venda.

BIBLIOGRAFIA CORRENTE DE COMUNICAÇÃO

n.º 35, set./out. 1982

Editor: José Marques da Melo
Editor Adjunto: Tereza Lúcia Halliday
Supervisão bibliográfica: Maria Christina da Silva Souza
Sueli Aparecida Torres
Irati Antonio

Redatores dos sumários: Admond Ben Meir e Sonia de Castilho

Publicação editada pelo PORT-COM — Centro de Documentação da Comunicação nos Países de Língua Portuguesa — órgão complementar da INTERCOM, mantido com a colaboração da Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da USP.

Endereço para correspondência: Caixa Postal 20793 — São Paulo

A BIBLIOGRAFIA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Cinema

1. CORREA, José Celso Martinez et alii — *Cinemação*. São Paulo, 5.º Tempo, 1980.

Depoimento sobre a experiência do filme 25 rodado em Moçambique na tentativa de levar àquele país um cinema paralelo popular e revolucionário. Apresenta textos feitos em Moçambique na fase de criação do Instituto Nacional de Cinema pelos autores.

2. ESPINAL, Luis — *O cinema frente à televisão*. São Paulo, LIC, s.d.

Enfoca as diferenças entre as linguagens cinematográfica e televisiva, levando em conta as influências mútuas existentes. Procura mostrar a diversa natureza e psicologia de cada um desses meios. Apresenta, ainda, um apêndice com Vocabulário Televisivo.

3. NASCIMENTO, Hélio — *Cinema brasileiro*. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1981.

Levantamento de questões sobre o cinema brasileiro, a partir de alguns filmes, numa tentativa de captar aspectos essenciais do cinema aqui produzido.

4. SOARES NETTO, Gaspar — *Fonogrametro*. São Paulo, ECA/USP, 1982. Tese (mestrado).

Pesquisa sobre a construção de um pré-protótipo de um aparelho auxiliar que simplifique e economize a mão de obra no trabalho de decupagem de trilhas sonoras para a elaboração de desenhos animados.

5. STAM, Robert — *O espetáculo interrompido: literatura e cinema de desmistificação*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1981.

Reflexões gerais sobre a noção de antiilusionismo na literatura e cinema através da análise detalhada de textos específicos. Estuda filmes de Glauber Rocha, Buñuel, Joaquim Pedro de Andrade, Rui Guerra, Jean Luc Godard, além de textos de Machado de Assis, Honoré de Balzac, Alfred Jarry e Bertold Brecht, entre outros.

Comunicação Rural

6. DELIBERADOR, Lucia Mitsue Yamashita - *O papel de comunicação interpessoal na difusão de inovações: o caso dos produtores de soja no município de Cambé, São Paulo, ECA/USP, 1981. Tese (mestrado).*

Análise do papel da comunicação interpessoal na adoção de novas práticas agrícolas, através de uma pesquisa realizada entre os produtores de soja do município de Cambé, Paraná.

Editoração

7. COSTA, Américo de Oliveira - *A biblioteca e seus habitantes*. 2 ed. rev. aum. Rio de Janeiro, Achiamé/Fundação José Augusto, 1982.

Ensaio sobre livros, autores, personagens e leitores, através da exposição e síntese de valores, pensamentos e mensagens de escritores de todos os tempos.

8. KNYCHALA, Catarina Helena - *Editoração*. Rio de Janeiro, Presença/Instituto Nacional do Livro, 1981.

Sugestões para uma melhor apresentação do livro, tanto a nível de uma impressão correta e uniforme (editores) como também na maneira de selecioná-lo e prepará-lo para o leitor (bibliotecários). Procura ressaltar a necessidade de uma maior interação entre os modos de produção e de consumo de um produto cultural destinado e adequado às bibliotecas.

9. LIMA, Yvone Soares de - *Aspectos da ilustração na produção literária em São Paulo: década de 20*. São Paulo, ECA/USP, 1981. Tese (mestrado).

Dissertação sobre o livro em São Paulo no início do século, com mais ênfase nos anos 20, não enquanto meio de consulta, mas como objeto de estudo. Propõe-se a estudar os aspectos gráficos e visuais do livro, assinalando os valores plásticos da ilustração como tal. É lembrado também o movimento editorial de São Paulo na época, com o surgimento de artistas e escritores que contribuíram para maior divulgação da obra literária.

Folkcomunicação

10. CARDOSO, Haydê Dourado de Faria - *Relações entre cultura popular e indústria cultural: a congada de Ilha Bela*. São Paulo, ECA/USP, 1982. Tese (mestrado).

Análise das transformações substanciais que atualmente vêm sofrendo as danças folclóricas, baseada no estudo da congada de Ilha Bela que, entre os nove grupos de dançantes anteriormente existentes, conseguiu persistir até 1978 razoavelmente bem estruturada. Mostra as influências econômicas, sociais e do desenvolvimento do turismo sobre essas formas de expressão popular.

11. MELO, Veríssimo de - *Folclore infantil*. Rio de Janeiro, Editora Cátedra/MED, 1981.

Reunião de cinco ensaios publicados pelo autor entre 1948 e 1956: "Acalantos", "Parlendas", "Adivinhas", "Jogos Populares" e "Cantigas de roda". Os ensaios têm como tema o universo fantástico da criança, nas suas brincadeiras de grupo e seus jogos verbais. Os ensaios foram reunidos com o propósito de reavivar os estudos sobre as nossas tradições e personagens folclóricas.

12. PELLEGRINI FILHO, Américo, org. - *Antologia de folclore brasileiro*. São Paulo/Belém/João Pessoa, Edart/Universidade Federal do Pará/Universidade Federal da Paraíba, 1982.

Exposições analíticas de vários autores sobre aspectos da Cultura Popular no Brasil, na tentativa de apresentar uma visão abrangente do folclore brasileiro.

Fotografia

13. BRIL, Stefania - *Clareando as imagens como quem coleciona o mundo*. *Iris*, São Paulo, *Iris*, (351): 30-33, ago. 1982.

Considerações sobre o livro *Fotografia* de Susan Sontag, composto a partir de ensaios publicados anteriormente pela autora no *New York Review*. Analisa o relacionamento da fotografia com a pintura, literatura e os contextos social e ético em que se insere.

14. FLUSSER, Vilem - *O instrumento do fotógrafo ou o fotógrafo instrumento?*. *Iris*, São Paulo, *Iris*, (351): 18-19, ago. 1982.

Considerações acerca da relação homem-instrumento, desde o início da sociedade, concentrando-se na relação fotógrafo-máquina-obra, e a maneira como esse processo interage com o mundo.

15. HUMBERTO, Luís - *Um sentido para a fotografia*. *Fotoptica*, São Paulo, Bela Vista, (106): 66, 1982.

Considerações acerca do papel e significado da fotografia. Não obstante o caráter documental da arte fotográfica, destaca a sua importância como modo de expressão, absorvendo o real e interpretando-o.

16. LIMA, Ivan - *Da luta nebulosa para se regulamentar a profissão*. *Iris*, São Paulo, *Iris*, (351): 28-29, ago. 1982.

Considerações acerca da profissão de fotógrafo, especialidades, dificuldades e perspectivas, principalmente no que concerne à regulamentação da profissão no Brasil.

17. MICCOLIS, Leila - *Fotografia rima com poesia*. *Iris*, São Paulo, *Iris*, (351): 34-35, ago. 1982.

Considerações acerca dos pontos comuns entre a fotografia e a poesia, ressaltando a importância de ambas no atual processo cultural. Analisa, ainda, novas formas de expressão, como poesia marginal, arte postal, poema-processo, e o Movimento de Arte Pornô.

18. PERSICHETTI, Simonetta - *Fotógrafo: uma profissão em busca de reconhecimento*. *Iris*. São Paulo, *Iris*, (351): 24-27, ago. 1982.

Reportagem sobre o projeto de lei do deputado Adhemar Ghisi que regulamenta a profissão de fotógrafo e o projeto substitutivo que os profissionais da categoria elaboraram. Traz depoimentos de Almir Pazzianotto (Deputado Federal), Milton Guran (Presidente da União dos Fotógrafos de Brasília) e José Roberto Cecatto (Presidente da União dos Fotógrafos do Estado de São Paulo).

Jornalismo

19. BELMONTE - *Caricatura dos tempos*. São Paulo, Melhoramentos/Círculo do Livro, 1982.

Reunião de algumas das mais expressivas caricaturas publicadas por Belmonte na imprensa paulista, de 1936 a 1947. As caricaturas retratam todo o período de crise que antecedeu a II Guerra Mundial, o seu deflagramento e desenvolvimento e o seu término, através de alguns dos personagens mais importantes do período, como Hitler, Churchill, Stálin e outros. O livro contém ainda um resumo dos principais acontecimentos mundiais de 1929 a 1948.

20. O CLUBE da informação - *Revista Nacional de Telecomunicações*, São Paulo, Telepress Assessoria de Comunicações, 4 (40): 57-60, ago. 1982.

Reportagem sobre o Centro Mundial de Informática e Recursos Humanos, criado pelo governo francês e que reúne intelectuais de todo o mundo propondo-se a estudar em profundidade o fenômeno da Sociedade da Informação.

Cobertura completa da entrega do Prêmio Colunista — os melhores da propaganda, que há 15 anos vem avaliando e classificando o que se faz anualmente no país em termos de produto publicitário. Relação de todos os vencedores, a festa de entrega do prêmio e um apanhado geral do que foi o prêmio nesses 15 anos.

Rádio e Televisão

36. COM VOCÊS a TV Olho. *Videomagia*, Rio de Janeiro, Videomagia, 1 (4): 4-6.

Reportagem sobre a TV Olho, sistema de televisão produzido artesanalmente, instalado em Casias, Rio de Janeiro. Funcionando numa praça da cidade, filmada e transmitida por vídeo cassete, o sistema permite uma TV mais acessível ao telespectador, sendo um veículo de reivindicação e diversão.

37. ORTRIWANO, Gisela S. — *A informação no rádio: critérios de seleção de notícias*. São Paulo, ECA/USP, 1982. Tese (mestrado).

Estudo dos critérios de seleção de notícias utilizados pelas emissoras de rádio da cidade de São Paulo, procurando identificar as interferências internas e/ou externas (tais como elementos da legislação específica, interesses políticos e econômicos e o critério de importância do fato) que determinam sua adoção por parte dos profissionais encarregados de selecionar o que será divulgado ao público.

38. SEMINÁRIO NACIONAL SOBRE PROGRAMAÇÃO DE TV E PÚBLICO USUÁRIO. Brasília, 1981 — *Anais*. Brasília: Conselho Superior de Censura, 1981.

Reprodução das conferências realizadas durante o Seminário sobre programação de TV em Brasília, em dezembro de 1981. Contém as mais variadas opiniões e pareceres sobre a programação televisiva que é oferecida ao público e suas possíveis influências sobre ele.

Rádio e Televisão: ver também itens 2 e 43

Semiologia

39. JUNQUEIRA, Valderez Helena Gil — *Uma leitura semântica de Bodas de Caná*. São Paulo, ECA/USP, 1982. Tese (mestrado).

Estudo semiológico do quadro *Bodas de Caná* de Paolo Veronese, abordando a materialidade expressa na obra.

Teatro

40. FONSECA, Elías Fajardo da — José Celso Martinez Correia: com o vídeo apontado para todos os lados da vida. *Videomagia*, Rio de Janeiro, Videomagia, 1 (4): 11-15.

Entrevista com o diretor de teatro e cinema José Celso Martinez Correia e os integrantes do Grupo Oficina, Noilton Nunes e Catherine Hirsch. Falam sobre o uso que o grupo tem feito do vídeo-cassete, que para eles é um "telefone social" capaz de colocar seus trabalhos dentro do ritual de massa que é a TV.

41. GUZIK, Alberto — *Crônica de um sonho: o Teatro Brasileiro de Comédia, 1948-1964*. São Paulo, ECA/USP, 1982. Tese (mestrado).

Reflexão sobre a atividade do Teatro Brasileiro de Comédia e, mais especificamente, sobre seu repertório. O autor propõe-se a fazer justiça para com o teatro, demonstrando sua importância na formação de toda uma geração de atores (como Cacilda Becker, Sérgio Cardoso e Fernanda Montenegro, entre outros) e a visão, pela primeira vez no Brasil, do teatro como uma atividade profissional e empresarial.

42. PALLOTTINI, Renata — *O país do sol*. São Paulo, ECA/USP, 1982.

Tese (mestrado).

A partir da apresentação do texto de peça *O país do sol* a autora retoma sua própria obra, cuja primeira fase se inicia com *A lâmpada* e termina com a peça *O vencedor*. A fase seguinte, iniciada com *O crime da cabra*, é considerada pela autora como o início de sua fase profissional, sendo a peça *O país do sol* uma tentativa de fazer o que a autora chamaria de "teatro poético", o que a autora chamaria de "teatro poético".

Telecomunicações

43. O ANIVERSÁRIO de um velho de 20 anos. *Revista Nacional de Telecomunicações*, São Paulo, Telepress Assessoria de Comunicações, 4 (40): 22-30, ago. 1982.

Histórico da Lei 4.117, ou Código Brasileiro de Telecomunicações, mostrando que, apesar de ter passado por muitas reformas, ainda se mantém defasado frente ao estado atual das comunicações no Brasil. Discute-se ainda o envio de um projeto de lei, relativo à rádiodifusão, a ser enviado ao Congresso no início do próximo ano.

44. AS TELECOMUNICAÇÕES no programa. *Revista Nacional de Telecomunicações*, São Paulo, Telepress Assessoria de Comunicações, 4 (40): 49-52, ago. 1982.

Discussão sobre possíveis propostas dos partidos que concorrerão às eleições de 15 de novembro, com relação à área das telecomunicações. Todos os partidos se propõem a pelo menos ampliar o debate sobre a política do setor.

45. TELECOMUNICAÇÕES saem da sombra. *Revista Nacional de Telecomunicações*, São Paulo, Telepress Assessoria de Comunicações, 4 (40): 37-42, ago. 1982.

Sempre merecendo uma atenção abaixo de sua relevância nos encontros anuais da SBPC (Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência), as telecomunicações conseguiram, no último encontro da entidade, despertar maior atenção, principalmente na sessão onde foram mostradas as últimas produções dos pesquisadores em microondas, transmissão digital, comunicação por satélite e comunicação óptica.

B. BIBLIOGRAFIA SELETIVA EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS

Espanhol

1. PIDC — Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación. Segunda Reunión, Acapulco, 18-25 de enero de 1982. *Informe Final*. Paris, UNESCO, 1982.

Documentário da segunda reunião do PIDC, contendo os discursos das principais autoridades, um informe sobre andamento dos trabalhos, a lista dos projetos aprovados, o roteiro para a apresentação de projetos e a lista dos participantes da reunião.

2. PORTALES, Diego e outros — *Comunicación Transnacional — conflicto político y cultural*. Lima, DESCO/ILET, 1982.

A luta por uma nova ordem mundial da comunicação começa pelo esforço de democratização dos meios de comunicação, em plano nacional. Essa tarefa, contudo, esbarra num obstáculo poderoso: a presença de uma cultura transnacional, irradiada pelos centros difusores dos monopólios multinacionais, e que penetra fortemente nas culturas nacionais do Terceiro Mundo. O livro é uma tentativa de descrever e analisar como essa cultura transnacional penetrou na América Latina e ocasionou conflitos políticos significativos, antepondo-se como barreira para

a ação dos movimentos populares no continente. Colaboram no volume: Rafael Roncagliolo, Nicolas Casullo, Noreene Janus, Hector Schnauder, Alcira Argumedo e Fernando Reyes Matta.

3. ESTEINOU MADRID, Javier — *Medios de comunicación y acumulación de capital*. México, Universidad Iberoamericana, Centro de Servicio y Promoción Social, 1982.

Tentativa de uma nova interpretação teórica sobre a origem e o funcionamento dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. O autor defende o seguinte ponto de vista: contrariamente aos postulados funcionalistas, culturalistas e idealistas, segundo os quais os aparatos de comunicação surgem e se desenvolvem como variáveis tecnológicas independentes do desenvolvimento global da sociedade, os meios de comunicação emergem e operam na história contemporânea como necessidades orgânicas do processo de acumulação do capital, em sua fase de reprodução ampliada.

4. PAIVA, Alfredo J., org. — *Por una información libre y liberadora*. Lima, CELADEC, 1982.

Coletânea destinada aos movimentos pastorais e populares, reunindo estudos sobre a questão da nova ordem mundial da comunicação e da informação, com o objetivo de esclarecer os temas em debate e aprofundar a análise das propostas já realizadas. O volume inclui colaborações de pesquisadores europeus (Hamilink, Foubert, Nordenstreng), asiáticos (Jayaweera), norte-americanos (Schiller), latino-americanos (Somavia, Regina Festa, Maria Cristina Mata) e também estudiosos dos países socialistas (Breda Pvlíc e Tamas Szeckko).

5. MARTÍNEZ, Hernando, org. — *El Periodismo frente al país — de la libertad de expresión al derecho a la comunicación*. Bogotá, CINEP, 1981.

Estudos sobre a liberdade de imprensa e de comunicação na Colômbia, analisando o fenômeno sob a ótica dos trabalhadores dos meios de comunicação de massa e identificando os obstáculos que se antepõem à sua plena realização. Uma parte da reflexão orienta-se para integrar o debate no marco da NOMIC e sugere uma nova deontologia da comunicação social.

6. NAVARRO, Alfredo Figueroa — *El intelectual panameño y la sociología de comunicación social*. Panama, Imprensa Panama, 1981.

Constatando o distanciamento a que se impõem os intelectuais em relação aos meios de comunicação de massa, o autor propõe o engajamento e a participação dos intelectuais panamenhos na produção cultural dos sistemas nacionais de comunicação como forma de contribuir para a democratização cultural e para introduzir uma visão crítica da sociedade.

7. CORWLEY, David e outros — *Manual de grupos de aprendizaje radiofonico*. Quito, CIESPAL, Fundación Friedrich Ebert, 1981.

Manual que recupera e sistematiza a experiência dos GAR — Grupos de Aprendizagem Radiofônica — realizada em Botswana (África), mas inicialmente testada na Tanzânia, com o apoio da Fundação Friedrich Ebert. Trata-se de um tipo de comunicação comunitária, que utiliza o rádio como elemento motivador e aglutinador, ensejando a mobilização da comunidade para a realização de campanhas de auto-ajuda que solucionem problemas coletivos.

8. EZCURRA, Ana Maria e Cayetano DE LELLA — *La UPI EN PUEBLA*. México, Centro de Estudios Euménicos, 1980.

Estudo sobre a manipulação ideológica que as agências transnacionais de notícias realizaram em torno da III Conferência Geral do Episcopado Latino-americano, mais conhecida como Reunião de Puebla. A pesquisa concentra-se na análise da cobertura feita pela UPI — United Press International — agência norte-americana que procurou acentuar os antagonismos entre as diferentes correntes da Igreja Católica, desacreditando a tendência que defende uma teologia da libertação.

9. AGUIRRE, Jesus e Marcelino BISBA — *El Nuevo Cine Venezolano*. Caracas, Editorial Ateneo, 1980.

Ensaio sobre a tendência que se esboça no cinema venezuelano, a partir de 1975, chamada "Cinema Novo", e que significa a intensificação da produção cinematográfica nacional, utilizando uma técnica e uma estética que asseguram a presença competitiva no mercado cultural. Além de resgatar os antecedentes dessa experiência, os autores analisam o seu desenvolvimento e vislumbram alguns dos seus pontos de estrangulamento: a concorrência da indústria norte-americana e a posição ambígua do Estado venezuelano.

10. SILVA, Ludovico — *La plusvalía ideológica*. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1977, 3.^o ed.

Ensaio sobre o conceito de ideologia em Marx, Engels e Sartre, confrontado com algumas interpretações de Nietzsche, Ortega y Gasset e Althusser. O último capítulo é dedicado à caracterização da "mais valia ideológica", fenômeno que o autor configura a partir da noção de "indústria cultural" (Adorno) e da "teoria do valor" (Marx). A mais valia ideológica equivale ao controle auto-regulador que o capitalismo gera no plano das falsas representações, economizando tempo e recursos, pois faz com que os cidadãos aceitem a prática de um sistema opressivo sem ter necessidade de recorrer à formação de um conjunto de idéias que encubram e racionalizem a opressão.

Francês

11. BALLE, Francis, ed. *Medias et Société*. Paris, Montchrestren, 1980. Análise global sobre os fluxos de informação e suas contingências históricas, a regulamentação dos MCM, as mudanças tecnológicas e as necessidades de informação da sociedade.

12. GONDRAND, François — *L'information dans les entreprises et les organisations*. 2.^o ed. Paris, Edition d'Organisations, 1981.

Edição revista e aumentada do manual "L'Information dans l'Entreprise. Pourquoi? Comment?". Focaliza nove situações-chave de comunicação organizacional e 30 maneiras de informar os públicos internos e externos das empresas.

Inglês

13. ABEL, Alie, ed. — *What's news — the media in American society*. New Brunswick, NJ: x, Transaction Books, 1981.

O conceito de notícia e como o crescimento das grandes empresas de comunicação afeta a relação jornal/rádio/TV com o público, nos Estados Unidos.

14. KIM, Young C. — *Japanese Journalists and their world*. University of Virginia Press, 1982.

Crônica sobre a organização do trabalho dos repórteres no Japão e a corrupção no jornalismo japonês.

15. MICKIEWICZ, Ellen Proper — *Media and the Russian public*. New York, Praeger, 1981.

Estudo de comunicação comparada, mostrando como o público soviético usa os meios de comunicação de massa. A fonte de referência do autor são as pesquisas de opinião realizadas na URSS.

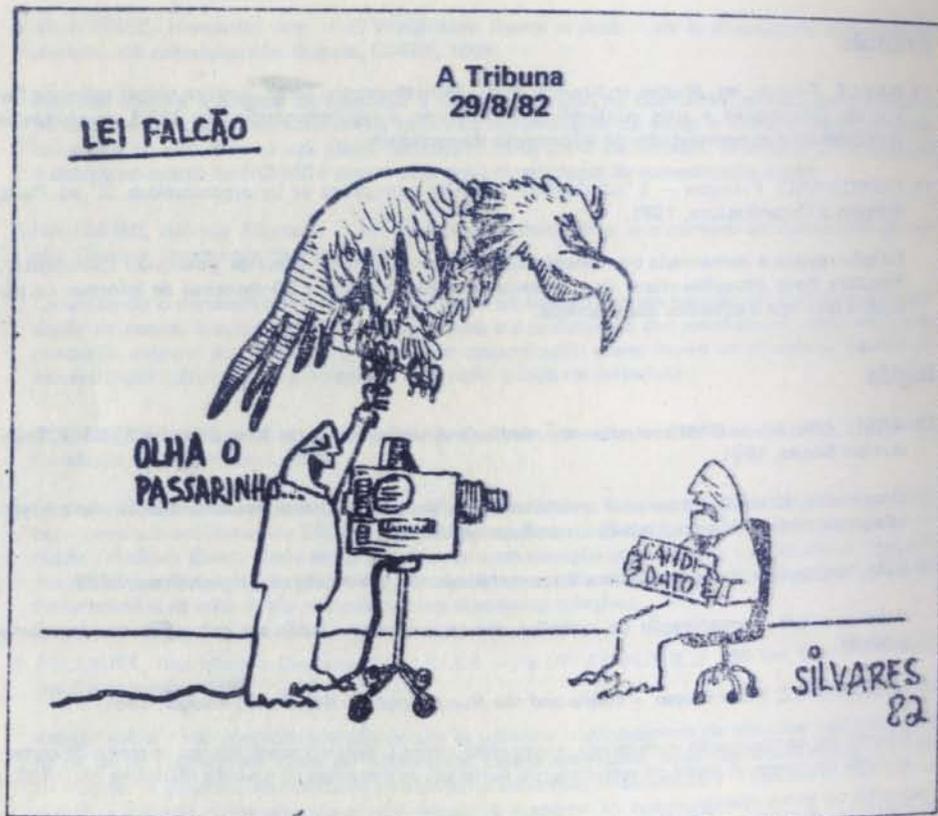
16. PAULU, Burton — *Television and Radio in the United Kingdom*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1982.

Estudo da estrutura legal, financeira e política da teradiodifusão britânica e do conteúdo de seus programas. Explica por que a BBC se destaca em credibilidade e respeitabilidade no mundo da comunicação.

17. SCHMID, Alex P. e Janny DE GRAAF — *Violence as communication*. Beverly Hills, California, Sage, 1982.

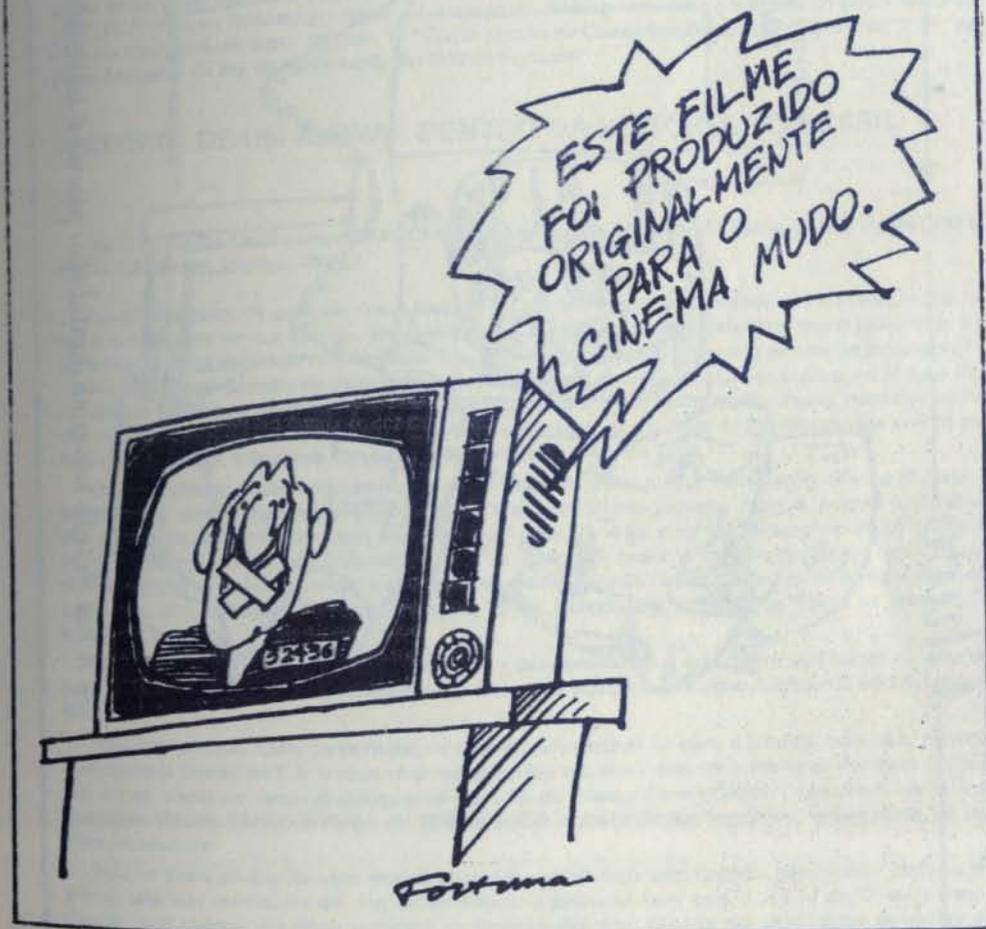
Os autores são professores do Centro de Estudo dos Conflitos Sociais da Universidade Estadual de Leiden (Holanda) e mostram, neste livro, como os terroristas usam os meios de comunicação de massa e vice-versa.

O HUMOR CONTRA A LEI FALCÃO

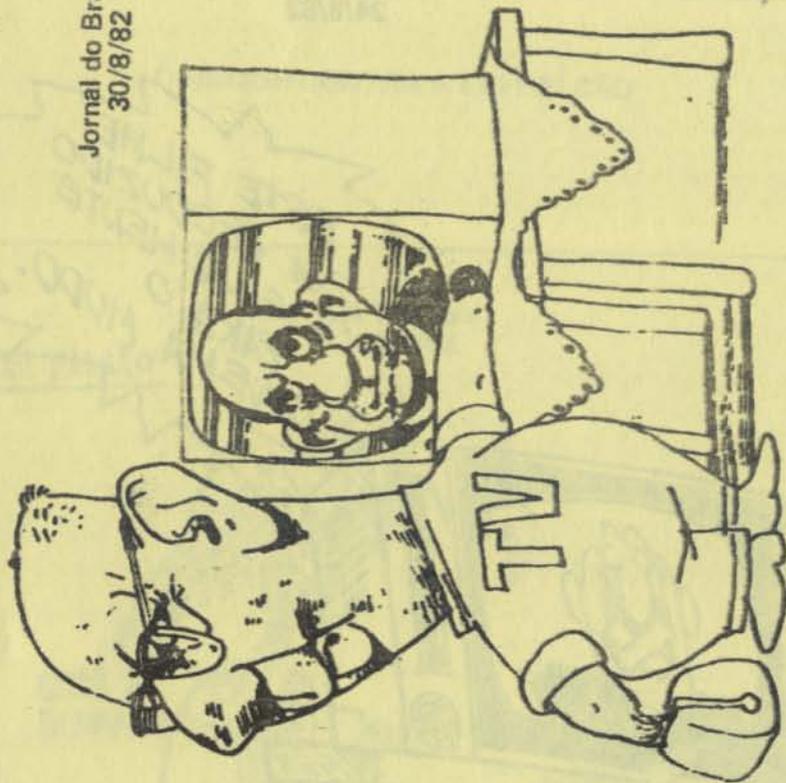


E continua a Lei Falcão

Folha de S. Paulo
24/8/82



Jornal do Brasil
30/8/82



— A Lei Falcão tem uma qualidade: piorar é impossível.

Schiller critica o governo americano, as empresas multinacionais, os interesses militares do Pentágono, a UNESCO, as empresas de comunicação e as elites locais dos "países da periferia". Em seu país, a leitura de *WHO KNOWS* soa como o grilo, a consciência de Pinóquio. E é potencialmente capaz de estimular grupos de ação junto aos legisladores para apertar o controle legal sobre as multinacionais e sobre o uso das tecnologias da comunicação. Em círculos fora dos Estados Unidos, leitores se deliciarão catarticamente com este professor norte-americano que, de seu pequeno escritório na Universidade da Califórnia, San Diego, não somente usa de seu direito de discordar do "establishment" e expor suas próprias preocupações éticas, como ainda é capaz de ser pago para isto.

O autor assinala que "as 500 mais de Fortune" é uma maneira de referir-se às grandes empresas, embora ele não focalize, em sua análise, todas as empresas listadas por esta revista de negócios americana e inclua certos tipos de firmas que não são listados.

O livro é dividido em oito capítulos: 1) "De quem é a Nova Ordem Internacional Econômica e da Informação"; 2) "A Infra-estrutura da Sociedade da Informação"; 3) "A Privatização da Informação"; 4) "Os meios de comunicação empresarial: a apropriação das novas tecnologias da comunicação pelos "500 mais" de Fortune"; 5) "As 500 de Fortune e o Fluxo Internacional de Informação"; 6) Fluxos de Informação como um recurso do planeta: uma nova dimensão do poder hegemônico ou equipamento social global?; 7) "Quem precisa da Comunicação por computadores?"; 8) "As Bases Inseguras da Era da Informação das 500 de Fortune".

HISTÓRIA DE UM JORNAL DENTRO DA HISTÓRIA DO BRASIL

Sérgio Caparelli

(MOTA, Carlos Guilherme e CAPELATO, Maria Helena. *História da Folha de São Paulo (1921/1981)*. São Paulo, Impres, 1982.)

Aristóteles escreveu uma vez que a história é a narrativa de fatos acontecidos e a literatura, de fatos que poderiam ter acontecido. Na esteira de sua afirmação, poderíamos dizer que o jornalismo é a narrativa de fatos que estão acontecendo. E a história de um jornal e de certa prática de jornalismo?

História de um jornal e de certa prática de jornalismo é o que fazem Carlos Guilherme Mota e Maria Helena Capelatto, quando se propõem a narrar os 50 anos da Folha de São Paulo, num dos períodos mais ricos da história do Brasil (1921/1981) que trouxe no seu bojo as transformações vividas pela revolução de 30, a Segunda Guerra Mundial e o Movimento de 1964.

Os mais afoitos poderiam supor, com um torneio de frase, que se trata então de uma história — do jornal — dentro de uma história — a do Brasil. Em termos, apenas. Porque, mostra a narrativa dos dois pesquisadores, uma está imbricada na outra, às vezes o jornal procurando andar a cavalo sobre a história, procurando influenciar, criar os chamados movimentos de opinião em torno de um difuso projeto econômico, social e político, e às vezes servindo de montaria para os acontecimentos, marcados, por exemplo, pelas mudanças no jornal, decorrentes de aspectos novos na conjuntura brasileira.

O livro foi escrito com base em entrevistas e depoimentos dos que fazem ou fizeram a *Folha de São Paulo* e numa análise de conteúdo dos inúmeros editoriais e artigos publicados nestes últimos 50 anos.

Mas não só isso. Com pertinência, os autores não perdem de vista a história brasileira, contextualizando e dando sentido a esses mesmos editoriais e a esses mesmos jornalistas. Às vezes chegam a ir longe, como em certas explicações de atitudes de pessoas chaves dentro da empresa, como José Nabatino Ramos (dirigiu a *Folha* de 1945 a 1962) a partir de sua formação, vamos dizer, de sua ética protestante.

Não se trata porém de uma sangria desatada, talvez mais uma imagem para definir as fases do jornal, segundo orientação de seus proprietários: a *primeira fase*, com a *Folha* de Olival e Pedro Cunha, que deixou um traço indelével no empreendimento: notícia em detrimento do artigo de fundo, a busca do leitor nas classes populares e, em resumo, um jornal numa transição de fase pré-capitalista para a fase capitalista. A *segunda fase* em que a *Folha*, enquanto expressão da burguesia afazendada, marginalizava a visão urbana e fiscalista da primeira época. Norteava o jornal a ex-

colência das lides do campo, o que chega a contagiar, perto de 1946, até mesmo Monteiro Lobato, como atesta sua correspondência com Octaviano Alves de Lima.

Talvez pela proximidade cronológica, a fase da modernização do jornal, que vai de 1945 a 1962, e a atual, são as que mais apaixonam o leitor, em especial os interessados de alguma forma em Comunicação. A análise da *Folha de São Paulo* em sua vertente antipopulista é uma das melhores feitas até agora dentro da área da Comunicação. Sua importância é ainda maior pela carência existente no setor, em se tratando de populismo nos meios de comunicação. Esse capítulo vem preencher a lacuna, conduzindo o leitor a uma melhor compreensão dessa tendência política, mesmo em se tratando da *Folha de São Paulo*, um órgão antipopulista, que, ao mesmo tempo, não abrigava em suas páginas o elitismo das velhas oligarquias paulistas.

Paralelo a esse enfoque, a pesquisa aponta a idéia da *Folha* como um jornal da classe média para a classe média. Carlos Guilherme Mota e Maria Helena Capelato vão às raízes desse liberalismo dentro dos meios de comunicação, desvelando suas contradições, suas nuances, que fazem o jornal dançar em dois ritmos a um só tempo, lutando, por exemplo, nos anos 50, pelo estado de direito mas já preparando ideologicamente seus leitores para a aceitação do Movimento de 1964.

Desconheço se um ou os dois pesquisadores trabalharam em jornal mas, se não o fizeram, supriram com maestria essa deficiência, principalmente no capítulo sobre o esquema de distribuição da *Folha* e sobre as inovações tecnológicas da fase recente do jornal. Os dados que o livro traz são melhores que os de muitos "especialistas". E sua importância está no fato de que esses meios técnicos, postos à disposição do jornal, são analisados simultaneamente à sua dimensão econômica e política. O sistema *off-set*, por exemplo, foi introduzido igualmente para quebrar a resistência do poderoso sindicato dos gráficos.

Os autores, logo no início, deixam claro que se trata de um estudo preliminar, exploratório, tão-somente indicativo. Talvez fique explicada, assim, a sensação, ao final do livro, de que falta uma análise das reportagens do jornal enquanto local de opinião tão ou mais importante que as páginas editoriais e os artigos. Em outras palavras, mesmo que predomine na grande imprensa a ideologia da objetividade para as notícias, relegando a opinião para alguns espaços bem definidos, para uso dos mais iguais entre os iguais, os títulos, as reportagens, as notícias são, hoje, *locus* onde, por excelência, se manifesta a opinião do empresário, dos jornalistas etc. Não é por acaso que um editor do *New York Times* diz preferir a linha do jornal nos títulos do que nos editoriais. Isso, no entanto, traria problemas metodológicos de maior envergadura para análise de conteúdo, pois os acontecimentos, em grande parte, estão desfocados pelo tempo e talvez redundassem em outros objetivos que não os dos dois pesquisadores. Neste mesmo sentido explica-se a quase falta de referência aos jornais da época, já que a *Folha* poderia ser analisada enquanto componente de um sistema de comunicação, bem como referências à publicidade veiculada, o que ajudaria a contextualizar a *Folha* dentro da Economia. É preciso concordar, porém que já seria outra proposição e outra pesquisa.

História da Folha de São Paulo (1921/1981) traz também ao leitor a íntegra de numerosos editoriais e artigos, principalmente os de sua fase mais recente — quando o jornal busca uma linha de independência, preocupado em atender a *nova sociedade civil* — além de amplo material fotográfico "narrando" os acontecimentos mais importantes do jornal.

O FATOR CULTURAL NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Maria Cecília Silveiras

(Marcondes Filho, Ciro. O Discurso Sufocado. São Paulo, Loyola, 1982).

O Discurso Sufocado é uma contribuição para o entendimento dos mecanismos e circunstâncias em que se cria, expande e invariavelmente declina parte expressiva dos meios de comunicação alternativos no sistema capitalista. O ponto de partida da análise é o conjunto de experiências concretas da República de Weimar, onde se registra um significativo confronto de classes a nível da produção ideológica; do Governo da Unidade Popular chileno (de 70 a 73) e a sua "via pacífica para o socialismo"; do contexto italiano dos anos 68 a 76, que marcou o aparecimento das formas mais revolucionárias de utilização dos *media* na luta de classes, e finalmente das tentativas de aproveitamento dos novos (e tradicionais) meios de comunicação em projetos políticos, em países de capitalismo tardio.

Relevadas as tipicidades de cada contexto histórico, — ressaltadas pelo autor — é possível constatar um fenômeno comum: mesmo em situações privilegiadas para o avanço das instituições populares

(crise econômica e de hegemonia), alguma coisa vai mal e o terreno conquistado é perdido para as forças da reação. Na elucidação deste fenômeno, o estudo de Ciro representa não apenas um momento de reflexão sobre o papel dos meios de comunicação alternativos nas lutas por transformações sociais e as relações entre sujeitos e objetos na contracomunicação (onde o polêmico desempenho do intelectual é lembrado), mas sobretudo de repensar o que há de mais desafiante em toda esta questão: a importância fundamental dos processos subjetivos que estão em jogo e que determinam os resultados de todo trabalho político. Ou seja, a importância do fator cultural — onde os limites das contradições de classe não são tão visíveis, ou no mesmo nível, como na esfera do político — no processo da comunicação e da própria mudança social.

A análise do Discurso Sufocado mostra que geralmente não é levado em conta o cotidiano das classes populares e a reprodução da ideologia dominante que aí se verifica, o que tem comprometido o engajamento e a identificação destas classes com o produto da contra-comunicação e dos projetos políticos que se constroem em seu nome.

E, mesmo depois das lições tiradas dos avanços e recuos do movimento socialista, Ciro constata que a ação da "Nova Esquerda" se revelou incapaz de fazer frente ao seu próprio desafio e às reações do capital monopolista. Não logrou desenvolver uma estrutura mais sólida de apoio às expectativas de camadas sociais mais amplas, nem pôde transformar seus meios de contra-comunicação em instrumentos eficientes de pressão. Tampouco conseguiu "uma coordenação a nível internacional que organizasse tais medidas e permitisse não somente com troca de experiências mas basicamente com apoio moral e financeiro, que se construísse um movimento mais sólido".

O Discurso Sufocado fala do discurso contido das classes sociais que não se beneficiaram da mesma liberdade e abertura garantidas às formas de exploração econômica, dentro do sistema capitalista. "Essas formas de expressão e manifestação públicas foram continuamente massacradas pela ordem estabelecida", Ciro afirma.

O êxito da Revolução Russa e a situação de crise econômica e de Poder na Europa depois da primeira guerra incentivam e abrem uma brecha para a reorganização proletária que, por sua vez, provoca um movimento de reação das classes burguesas pela recuperação da hegemonia ameaçada. É no caso alemão, com Goebbels (e seu ministério da Propaganda), que se registra a primeira utilização mais consequente pela direita dos meios de comunicação para a reconquista ideológica das massas. Os nazistas vão dar, neste sentido, uma lição de mobilização política das classes populares, cooptando o discurso socialista e ao mesmo tempo falando à consciência "assíncrona" (nas palavras de Ernst Bloch) dos trabalhadores rurais ou urbanos de origem campesina, cujos valores e aspirações refletiam a realidade pré-capitalista. Valores e aspirações esquecidos pela Esquerda, que só se preocupou em falar aos operários de consciência "sincrônica", ou já preparada para o discurso revolucionário.

Depois da segunda guerra, e mais tarde com o desencadeamento da Guerra Fria, o movimento proletário se vê livre da repressão direta mas presa da difusão ideológica sistemática dos valores dominantes: é a institucionalização do controle das mentes dos indivíduos. Os Partidos de esquerda se reestruturam (no caso italiano, o PCI sai da segunda grande guerra até fortalecido e com respaldo popular) mas voltam, no entanto, da velha prática fadada ao fracasso: a mobilização e o discurso político, para indivíduos supostamente prontos para a conscientização de classe (a visão mecanicista da ligação direta base-superestrutural) e definida por uma "ideologia de blocos" que deixa fora elementos de facções e blocos diferentes, como inimigos irrecuperáveis ou de pouco interesse para o movimento popular.

Somente a partir de 68 novas tendências assumem a manifestação pública proletária que passa a refletir a compreensão da necessidade de uma reprodução ideológica para fazer frente às investidas burguesas no terreno da cultura e não apenas da política. Neste sentido, Ciro lembra o atraso de 50 anos em relação às advertências de Reich, que falava do "significado dos pequenos hábitos do cotidiano, aparentemente secundários" mas que têm conteúdo conservador e efeito contra-revolucionário, e com origens na família e nas formas burguesas de socialização.

Os anos 70 vão significar mais um golpe no sistema capitalista e desta vez a ofensiva vem do Terceiro Mundo, sob os efeitos de propaganda da Revolução Cubana e a violência da exploração da força de trabalho nestes países. Novos líderes e idéias revolucionárias ameaçam o Sistema, que fecha o cerco com a expansão da indústria cultural, através dos novos meios de comunicação de massa.

Ciro levanta, então, a questão que, a seu ver, é a questão fundamental para a formação da consciência política hoje, e portanto o interesse central de seu trabalho: "saber se um trabalho de conscientização política profundo pode ser levado a cabo com sucesso sem o suporte de uma revolução

social, ou seja, se é possível essa politização em contextos históricos pacíficos". Para ele, a análise das experiências ideológico-culturais da história da cultura anti-burguesa pode responder a esta questão, enquanto fornece "os elementos de uma nova e mais eficaz relação teoria-prática no terreno das transformações sociais".

NOTICIÁRIO DA INTERCOM

INTERCOM/82: CRÍTICA DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

O V Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, dedicado à revisão crítica da pesquisa em comunicação, constituiu mais um êxito da INTERCOM, significando a sua consolidação como entidade representativa dos pesquisadores brasileiros da comunicação. O evento ocorreu em São Paulo, no período de 3 a 7 de setembro, e contou com aproximadamente 300 participantes, dos quais 2/3 contribuíram com trabalhos escritos ou com intervenções orais previamente solicitadas. O local do encontro foi o campus das Faculdades Anchieta - Km 26 da Via Anhanguera, em São Paulo, onde já havia se realizado o Ciclo Intercom/81.

Como já fora noticiado no *Boletim Intercom* n.º 38, o Ciclo Intercom/82 contou com o apoio institucional do CNPq e da CAPES, entidades governamentais de fomento à pesquisa, e teve também a colaboração da EMBRAPA, empresa pública brasileira dedicada à pesquisa no campo da agricultura, e do CIID, organização canadense de estímulo à pesquisa para o desenvolvimento nos países do Terceiro Mundo.

A programação completa da reunião foi distribuída como anexo do *Boletim Intercom* n.º 38, motivo pelo qual deixamos de reproduzi-la nesta edição. Vale, no entanto, ressaltar que a abertura do Ciclo contou com a presença do diretor da CAPES, Edison Machado de Souza, e do superintendente de desenvolvimento científico do CNPq, Marcos Maciel Formiga, ocasião em que se fez um diálogo franco e aberto sobre as questões que envolvem a política de financiamento à pesquisa em comunicação no país. Participou também dessa discussão o diretor do CIESPAL - Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina - Luis Proaño, que trouxe informações sobre as tendências que marcam o financiamento à pesquisa em comunicação, no plano internacional.

O Ciclo Intercom/82 foi organizado através de uma estrutura de múltiplas atividades, totalizando: 5 Simpósios, 24 mesas redondas, 18 painéis, 12 sessões de comunicações coordenadas, 6 atos culturais, 4 lançamentos editoriais. Além disso, realizaram-se inúmeros encontros paralelos ao Ciclo, permitindo a articulação de dirigentes de escolas de comunicação, grupos setoriais de pesquisas culturais, etc.

Não obstante o grande número de participantes e do grande volume de atividades programadas, toda a reunião foi caracterizada por um espírito de fraternidade, companheirismo e descontração, não havendo lugar para o formalismo e o protocolo.

Repetindo o fato verificado em 1981, o Ciclo deste ano contou com a presença de pesquisadores estrangeiros, alguns convidados especialmente, outros inscritos por iniciativa própria. A participação estrangeira incluiu os seguintes países: Estados Unidos, Alemanha, Portugal, México, Equador, Peru, Chile, Argentina e Uruguai, perfazendo cerca de 20 pessoas.

No que se refere à participação brasileira, houve uma acentuada predominância dos participantes de outros Estados, verificando-se a presença de pesquisadores do Amazonas, Rondônia, Pará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Bahia, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Goiás, Brasília, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A participação de São Paulo foi composta de pesquisadores das universidades da capital, bem como das seguintes cidades do interior: Santos, Campinas, Ribeirão Preto, Bauru, Itapetininga, Piracicaba, onde funcionam escolas de comunicação.

Durante o Ciclo, houve uma reunião dos sócios da INTERCOM, que contou com a presença de mais de 100 pessoas, ocasião em que se procurou completar a formação dos Grupos de Estudos e de encaminhar o processo eleitoral para o biênio 1983/85. Também foi feita uma avaliação do próprio Ciclo e coletadas sugestões para a organização do Ciclo Intercom/82.

A divulgação dos principais trabalhos apresentados ao Ciclo Intercom/82 será feita sob a forma de livro, prevendo-se a edição de dois volumes: um dedicado às tendências internacionais e outro

ao panorama brasileiro da pesquisa em comunicação. A diretoria da INTERCOM já se encontra em negociação com a Cortez Editora para viabilizar as referidas publicações.

Os leitores interessados numa avaliação crítica do Ciclo e dos seus resultados políticos e científicos encontrarão na seção *ensaios*, deste Boletim, uma matéria escrita pelo presidente da INTERCOM, Prof. José Marques de Melo (pág. 24).

INTERCOM/83: NOVAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO

A Comissão Organizadora do VI Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, que a INTERCOM promoverá no período de 3 a 7 de setembro de 1983, já esboçou alguns parâmetros para estruturar o evento.

Na opinião de Luiz Fernando Santoro, coordenador do Grupo de Estudos das Novas Tecnologias da Comunicação, unidade da INTERCOM que propôs o tema do próximo Ciclo, são os seguintes os pontos de referência que orientarão o trabalho da Comissão Organizadora:

1) O ano de 1982 marca para o Brasil a entrada no mercado de uma grande quantidade de tecnologias no campo da comunicação, que sem a menor dúvida causarão importantes efeitos na sociedade brasileira. A grande velocidade da implantação dessas tecnologias, aliada à desinformação generalizada da sociedade como um todo, e em particular dos pesquisadores na área de ciências humanas, tem impedido uma avaliação das consequências sociais do processo de implantação de satélites, videotexto, videocassete, microcomputadores, TV por cabo, entre outras tecnologias, no contexto brasileiro. Cabe à empresa e ao Estado a delimitação do uso social desses novos meios de comunicação.

2) A escolha do tema central do VI Ciclo procurou levar em conta tal realidade, com o objetivo de colocar em discussão o processo de implantação e as potencialidades das novas tecnologias de comunicação, para informar não apenas a comunidade acadêmica mas sobretudo os vários setores sociais que sofrerão, mais cedo ou mais tarde, seu impacto. O VI Ciclo está assim aberto aos pesquisadores de comunicação e aos representantes de setores organizados da sociedade, para que o debate seja enfim estendido às suas áreas de atuação, desde sindicatos, Igreja, até a própria empresa.

3) Uma consulta inicial aos associados da INTERCOM apontou a relevância da abordagem de temas tais como: Novas tecnologias e a liberdade individual; Novas Tecnologias e educação; A economia das novas tecnologias; A cultura popular diante das novas tecnologias de comunicação; Novas tecnologias; Avaliação do impacto social: desemprego, automação, informatização da sociedade, reciclagem de mão-de-obra, entre outros. As possibilidades de produção individualizada, em grupo e comunitária; As novas formas de expressão: da vídeo-arte ao cinema eletrônico; Novas tecnologias de comunicação e difusão de inovações; Novas tecnologias e a NOMIC.

4) O estágio atual de organização do VI Ciclo é o de sistematizar as sugestões recebidas e organizar o programa inicial, sempre procurando dar uma visão pluralista dos problemas colocados, de acordo com os princípios da INTERCOM.

5) A Comissão Organizadora coloca-se à disposição para informações adicionais e está aberta para sugestões e participação daqueles que pretendem de alguma maneira colaborar no debate proposto.

Alguns contactos já vem sendo mantidos com organizações nacionais e internacionais interessadas no tema, motivando a participação de seus representantes nos debates de 1983: UNESCO, ILET, CIESPAL, FELAP, ALIC, UNDA-AL, WACC, CEESTEM, ILAS, USIS, USICA, UDC, CIID, IICA, EMBRAPA, CNPq, CAPES, FINEP, INEP, FENAJ, etc.

A comissão organizadora do Ciclo Intercom/83 é constituída pelos seguintes sócios: Luiz Fernando Santoro, Regina Festa, Wilson Bueno, Armando Azzari, Roberto Queiroz e Alceu Antonio da Costa. Os interessados em oferecer sugestões ou em participar da própria organização devem se dirigir diretamente a qualquer daqueles companheiros ou encaminhar propostas formais à Comissão.

ELEIÇÕES: NOVA DIRETORIA PARA O BIÊNIO 83/85

Já está em curso o processo eleitoral, com vistas à escolha da diretoria e conselho da INTERCOM para o biênio 1983/85. A Assembléia Geral de junho deste ano aprovou a composição do Comitê Eleitoral, integrado pelos sócios Onésimo de Oliveira Cardoso, Valdenizio Petrolli e Atílio Hartman. O Comitê se instalou oficialmente no dia 10 de agosto e iniciou a consulta ao qua-

dro social para a composição da cédula de votação, durante o V Ciclo. No encontro dos sócios da INTERCOM efetuado nas Faculdades Anchieta no dia 7 de setembro, o Comitê Eleitoral se apresentou a todos os presentes e se pôs à disposição para receber sugestões de nomes que poderão concorrer aos cargos a serem preenchidos.

De acordo com o Calendário Eleitoral, a inscrição formal dos candidatos (que pode ser feita pessoalmente ou por iniciativa de terceiros) começa no dia 11 de novembro de 1982 e termina no dia 23 de janeiro de 1983. Independentemente da inscrição de candidaturas feita por iniciativa individual ou grupal dos sócios, a diretoria também fará a indicação de nomes para concorrerem aos cargos em votação. De acordo com o novo Estatuto, aprovado na Assembléia de Junho de 1982, pelo menos dois nomes concorrerão a cada cargo da diretoria ou do conselho. O novo processo de votação, assegura também o direito do sócio eleger qualquer outra pessoa do quadro social para qualquer cargo, mesmo que não tenha se candidato formalmente ou não conste da proposta feita pela diretoria.

É preciso, no entanto, lembrar que só serão elegíveis ou eleitores ou sócios que preencham as seguintes condições: a) Terem tido a inscrição no quadro social homologada pela Assembléia Geral. Isso significa que os sócios aprovados pela Diretoria após a Assembléia de 5 de junho de 1982 não poderão votar e ser votados. b) Estarem em dia com a Tesouraria. Por isso mesmo, o Tesoureiro enviou carta-circular aos sócios que estão em débito, solicitando que atualizem seus pagamentos até o dia 30 de novembro. Os que não atualizarem as suas contribuições, inclusive a anuidade de 1982, estarão excluídos automaticamente da lista de votação.

No início de dezembro, o Comitê Eleitoral encaminhará a todos os sócios a lista dos eleitores e elegíveis. Essa lista será feita com base no relatório a ser encaminhado pela Tesouraria, após a verificação dos débitos saldados pelos sócios em atraso financeiro.

O período de votação será de 90 dias, entre os dias 25 de janeiro (remessa das cédulas de votação) e 27 de maio (último dia de votação). Todos os sócios participam do processo eleitoral, mesmo aqueles residentes fora de São Paulo. Os votos podem ser remetidos pelo correio, em cédulas confeccionadas especialmente para assegurar o sigilo da expressão eleitoral de cada votante.

A apuração será iniciada às 18 horas do dia 27 de maio de 1983 (sexta-feira), na sede da INTERCOM. Logo após, o Comitê Eleitoral fará a proclamação dos candidatos eleitos. A posse da nova diretoria ocorrerá no dia 7 de setembro de 1983, na sessão final do Ciclo Intercom/83.

INTERCOM FILIA-SE À ALAIC

Esteve em São Paulo, em outubro, a presidente da ALAIC-Associação Latinoamericana de Pesquisadores da Comunicação — Professora Patricia Anzola (Colômbia), que se reuniu com a diretoria da INTERCOM, com a finalidade de formalizar o processo de filiação da nossa Sociedade àquela instituição regional.

A ALAIC foi fundada em 1978, na Venezuela, com o objetivo de congregar associações nacionais de pesquisadores da comunicação dos diferentes países latino-americanos. Não obstante tenha conseguido a aglutinação dos pesquisadores de alguns países (Colômbia, Venezuela, México, Chile, Argentina etc), que formaram associações filiadas, o desenvolvimento de atividades regulares de estímulo à pesquisa em comunicação no continente não foi plenamente atingido pela ALAIC. É que a sua estrutura organizacional viu-se debilitada pelo afastamento dos seus dois primeiros presidentes, respectivamente Luiz Anibal Gómez e Osvaldo Capriles, ambos venezuelanos, os quais depois de eleitos, foram impedidos, por razões particulares, a se afastarem do cargo. Em junho de 1982, em Lima, realizou-se uma Assembléia Geral da entidade, ocasião em que se elegeu um comitê dirigente, composta respectivamente pelas pesquisadoras Patricia Anzola (presidente) e Elizabeth Fox (vice-presidente), com mandato tampão de dois anos (1982-1984), e com plenos poderes para reestruturar a entidade.

A partir de então, Patricia Anzola e Elizabeth Fox vem desenvolvendo todos os esforços para dotar a ALAIC de uma organização sólida, legitimada em todo continente, e que represente todas as correntes e grupos de pesquisadores. Foi justamente nesse contexto de consolidação e de democratização da ALAIC que a INTERCOM foi convidada a se filiar, enquanto sociedade representativa de um contingente expressivo de pesquisadores brasileiros, e se unir à luta comum de outras associações nacionais pelo fortalecimento das atividades científicas no campo da comunicação na América Latina.

O processo de aproximação entre a ALAIC e a INTERCOM foi iniciado em junho, logo após a Assembléia de Lima. As novas dirigentes da associação latino-americana formularam um apelo à vice-presidente da INTERCOM, Profa. Anamaria Fadul (então de passagem pelo Peru, a convite da UNESCO, para participar de um seminário sobre pesquisa educacional) para que nossa Sociedade colaborasse no projeto de reconstrução da ALAIC, enfatizando a experiência acumulada pela INTERCOM na estruturação de uma sociedade de pesquisadores ao mesmo tempo ativa e democrática. O apelo foi reafirmado em agosto, pela presidente Patricia Anzola, ao nosso diretor-tesoureiro J. S. Faro, durante seminário promovido pelo CEESTEM no México. Nessa ocasião, Patricia Anzola disse ao Prof. Faro que se tratava de uma convocação oficial para que a INTERCOM se tornasse membro permanente da ALAIC.

A questão foi levada a uma das reuniões da diretoria da INTERCOM, que decidiu, em princípio, aceitar o convite de filiação à ALAIC, designando a vice-presidente Anamaria Fadul para examinar os detalhes do processo e comunicar à direção da ALAIC a nossa disposição de contribuir para o fortalecimento daquela entidade. Houve um encontro de Patricia Anzola e de Elizabeth Fox com Anamaria Fadul em Barcelona, em setembro, ocasião em que ficou decidida a colaboração entre as duas sociedades.

A formalização, contudo, só ocorreu em outubro, quando, de passagem por São Paulo, a presidente da ALAIC reuniu-se com a diretoria da INTERCOM e esclareceu todas as implicações da filiação, enfatizando a importância da presença da INTERCOM na ALAIC e as vantagens institucionais da vinculação associativa. Ressaltou principalmente a necessidade de que as associações congêneras da América Latina unissem todos os seus esforços, sob a égide da ALAIC, para atuar como força de pressão junto aos organismos internacionais, criando um espaço próprio para os pesquisadores da comunicação.

A decisão tomada pela diretoria da INTERCOM teve como motivações principais: 1) a identidade de princípios entre as duas entidades, que lutam por legitimar a atividade científica da comunicação; 2) a possibilidade apresentada pela ALAIC, enquanto associação continental, para que os sócios da INTERCOM ampliem e aprofundem o diálogo com os pesquisadores de outros países, que enfrentam desafios e vivem experiências semelhantes às nossas. Ficou bastante evidente, durante a discussão feita pelos membros da diretoria, que a filiação à ALAIC não significa, absolutamente, a "internacionalização" das atividades da INTERCOM e o abandono do seu projeto nacional. Ao contrário, significa que o projeto nacional, expresso nos objetivos que determinaram a criação da INTERCOM, pode vir a se fortalecer, pelo aprendizado e pelo enriquecimento que certamente resultarão do intercâmbio e da colaboração com grupos semelhantes de pesquisadores, em outros países.

A partir do próximo número, o *Boletim Intercom* manterá um espaço permanente, destinado a informar a todos os sócios sobre a marcha dos contactos e da cooperação com a ALAIC, de modo que os benefícios daí oriundos sejam usufruídos coletivamente.

PORT-COM: AMPLIAM-SE CONTACTOS

O Centro de Documentação da Comunicação nos Países de Língua Portuguesa — PORT-COM — órgão complementar da INTERCOM, mantido em colaboração com a Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, ampliou, nos últimos meses, o seu contacto institucional com Portugal e Angola.

Em agosto, a vice-presidente Anamaria Fadul esteve em Lisboa, mantendo contactos com o Centro de Documentação sobre a Informação, órgão da Secretaria de Estado da Comunicação Social, e que vem se destacando pela coleta de informações bibliográficas sobre comunicação em Portugal. Ali, foi recebida pelo Dr. Rogério Cardoso, diretor do centro, expondo o projeto de trabalho do PORT-COM e sugerindo o início de um processo de cooperação entre as duas entidades. Ficou acertada, preliminarmente, uma troca de documentos publicados, tendo a PORT-COM recebido o primeiro lote de registros bibliográficos procedentes de Lisboa. A INTERCOM enviou também uma coleção das suas publicações. Outras possibilidades de colaboração foram também esboçadas, dependendo agora da sua formalização, a médio prazo. Também em Lisboa, Anamaria Fadul contactou o Departamento de Comunicação Social da Universidade Nova de Lisboa, estabelecendo com o seu diretor, Prof. Adriano Duarte Rodrigues, mecanismos de futura cooperação. Uma das hipóteses cogitadas é a vinda do Prof. Duarte Rodrigues ao Brasil, no próximo ano, para examinar mais concretamente o entrosamento entre INTERCOM/PORT-COM e a Universidade Nova de Lisboa.

Enquanto isso, em São Paulo, durante a Bienal Internacional do Livro, o presidente José Marques de Melo mantinha entendimentos com representantes da Associação Portuguesa dos Editores e Livrários e do Instituto Nacional do Livro e do Disco de Angola para que o PORT-COM possa ter acesso às informações bibliográficas disponíveis por aquelas entidades. Os canais de comunicação estão abertos dependendo agora da intensificação dos contactos e da troca de informações.

Em Paris, em setembro, a vice-presidente Anamaria Fadul visitou o Centro de Documentação da Comunicação de Massa da UNESCO, comunicando oficialmente a implantação do PORT-COM e vislumbrando futura colaboração. Os entendimentos na UNESCO foram realizados como Janine Gimón-Bastoul, coordenadora do referido centro, com quem a INTERCOM já vem mantendo contactos epistolares há algum tempo e realizando intercâmbio de publicações. Um outro contacto foi realizado na Europa: com a secção de documentação da AIERI — Associação Internacional de Estudos e Pesquisas sobre a Informação — dirigida pelo Prof. Valery Pisarek e instalada em Cracovia, na Polónia. Pisarek e sua equipe de colaboradores também se encontravam em Paris, participando do congresso bienal da AIERI, e se interessaram em tomar conhecimento do andamento dos trabalhos documentais realizados pela INTERCOM. Registre-se que a INTERCOM já teve oportunidade de colaborar com Pisarek e com a AIERI, quando realizou, há cerca de três anos, um levantamento sobre os periódicos brasileiros de comunicação, publicado no volume *World Directory of Communication Periodicals*.

PORT-COM: INTENSIFICA-SE O TRABALHO NO BRASIL

Prossegue o trabalho de estruturação do PORT-COM, através da intensificação do acordo entre a INTERCOM e a Biblioteca da ECA-USP. Além dos projetos de acompanhamento da produção acadêmica e profissional relativa a 1982 (divulgada parcialmente na *Bibliografia Corrente de Comunicação*, encarte deste Boletim) e da indexação dos periódicos brasileiros de comunicação, estão em andamento duas bibliografias seletivas: uma sobre televisão e cultura no Brasil e outra sobre a reflexão brasileira referente à NOMIC. Para a consecução desses projetos, o PORT-COM vem contando com a colaboração de 6 monitores — estudante de comunicação — com bolsas fornecidas pela ECAUSP, além da assessoria e supervisão bibliográfica das bibliotecárias Maria Christina da Silva Souza, Sueli Aparecida Torres e Irati Antonio.

Está programado, para a primeira semana de dezembro, seminário sobre um *thesaurus* para a área de comunicação social, que contará com a participação dos pesquisadores da INTERCOM responsáveis pelo PORT-COM, dos monitores que colaboram nos projetos em andamento e das bibliotecárias da ECA-USP, além de alguns convidados especiais. A finalidade do evento é avançar na delimitação do universo próprio da comunicação, enquanto área acadêmica e profissional, facilitando assim o trabalho de classificação dos documentos coletados.

Registre-se também que o presidente da INTERCOM, em viagem realizada a Brasília, em agosto, recebeu confirmação da diretora do IBICT — Ione Chastinet — do apoio a ser dado ao PORT-COM, a partir de 1983.

Vale mencionar ainda que a revista *Ciência e Cultura* (ano 34, n.º 6), referente a junho de 1982, e editada pela Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência — SBPC — na secção "Personalidades e instituições" deu destaque à criação do PORT-COM e ao trabalho que vem sendo utilizado pelo INTERCOM, há cinco anos, na preservação e sistematização das fontes bibliográficas sobre comunicação publicadas no Brasil.

Finalmente, deve-se informar que circulou em todo o país, e no exterior, o volume 4 da *Bibliografia Brasileira de Comunicação*, editada com o apoio da Coordenação Editorial do CNPq e da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

No bimestre setembro/outubro de 1982, a INTERCOM participou dos seguintes eventos:

Nacionais — XIX Congresso Nacional de Jornalistas, realizado em Guarapari-ES, no período de 8 a 10 de setembro, sob o patrocínio da FENAJ — Federação Nacional dos Jornalistas. A representação da INTERCOM esteve a cargo da conselheira Regina Festa, I Congresso Brasileiro de Jornalismo Científico, realizado em São Paulo, no período de 1 a 4 de outubro, sob o patrocínio da

Associação Brasileira de Jornalismo Científico. A representação da INTERCOM foi feita pelo secretário Luiz Fernando Santoro e pelo conselheiro Carlos Eduardo Lins da Silva.

Internacionais — Congresso da AIERI — Associação Internacional de Estudos e Pesquisas sobre a Informação — realizado em Paris, no período de 6 a 9 de setembro. Representou a INTERCOM a vice-presidente Anamaria Fadul, IV Congresso Iberoamericano de Jornalismo Científico, realizado em São Paulo, no período de 1 a 4 de outubro, sob o patrocínio da Associação Iberoamericana de Jornalismo Científico. A participação da INTERCOM foi feita pelo presidente José Marques de Melo e pelo coordenador do Grupo de Estudos "Comunicação, Ciência e Sociedade" Wilson da Costa Bueno. Também estiveram presentes a esse congresso os sócios: Maria das Graças Conde Caldas, Erom Brum, Beatriz Cardoso. Seminário sobre "Ingreja e Comunicação na América Latina", realizado em Embu (SP), no período de 8 a 12 de outubro, sob o patrocínio da UNDA-AL, CNBB, DE-COS-CELAM, UCBC, UNESCO. A representação oficial da INTERCOM foi feita pelo presidente José Marques de Melo, mas o Grupo de Estudos sobre a Nova Ordem da Comunicação colaborou decisivamente na preparação do seminário, participando inclusive da elaboração do documento de trabalho apresentado a todos os convidados. Integraram a lista dos convidados para este seminário os seguintes sócios da INTERCOM: a vice-presidente Anamaria Fadul, os conselheiros Manoel Morán e Regina Festa, os professores Onésimo de Oliveira Cardoso, Dermi Azevedo, Ismar de Oliveira Soares, Atilio Hartman, Flora Lovato e Marta Azevedo.

COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

Durante os meses de setembro/outubro, mantiveram contactos com a diretoria da INTERCOM as seguintes personalidades ou representantes institucionais, vinculados a organismos internacionais ou estrangeiros, de passagem pelo Brasil:

Luís Proaño — diretor do CIESPAL (Equador). Propôs a intensificação da cooperação entre o CIESPAL e a INTERCOM, principalmente no que se refere à edição latino-americana de CHASQUI, promoção de seminários, realização de pesquisas, intercâmbio documental.

Peter Schenkel — chefe do Departamento de Comunicação Social da Fundação Friedrich Ebert (Equador). Discutiu possibilidades de colaboração entre as duas entidades, sobretudo no tocante à produção de textos para a coleção INITIAN e à realização de seminários conjuntos. Aventou também o interesse em contar com pesquisadores da INTERCOM como conferencista ou expositores de seminários ou cursos que venha a promover em outros países latino-americanos.

Arturo Matute — membro do staff do Escritório Regional da Educação da UNESCO (Santiago do Chile). Prosseguiu contactos iniciados anteriormente, com vistas à colaboração na INTERCOM no programa de Educação e Comunicação da UNESCO para a América Latina e o Caribe. Registre-se que a vice-presidente Anamaria Fadul está atuando como consultora da UNESCO no projeto sobre recepção dos meios de comunicação. Além de examinar as perspectivas de futura colaboração, discutiu-se a participação da UNESCO no Ciclo Intercom/83.

Emile McAnany (Texas University), **Everett Rogers** (Stanford University) e **Joseph Straubhaar** (Departamento de Pesquisas da USICA) — Foram examinadas algumas possibilidades de ampliação do diálogo entre pesquisadores brasileiros e norte-americanos que atuam no campo da comunicação. Igualmente, analisou-se a viabilidade de intercâmbio documental, em especial quanto aos trabalhos produzidos em universidades norte-americanas sobre comunicação no Brasil e cujo conhecimento até agora não tem sido acessível aos pesquisadores brasileiros.

Juan Gargurevich — APEIC — Associação Peruana dos Pesquisadores da Comunicação. Tratou-se da intensificação dos contactos entre pesquisadores peruanos e brasileiros que se dedicam à análise dos fenômenos sociais da comunicação.

Edouard Bailby — adido de imprensa da UNESCO (Paris) — Buscou-se um mútuo conhecimento sobre as atividades das duas organizações, basicamente no que toca às questões vinculadas à comunicação científica e tecnológica.

Manuel Calvo Hernando — Centro Iberoamericano de Cooperação (Madrid). Discutiram-se possibilidades de maior intercâmbio entre pesquisadores espanhóis e brasileiros que se dedicam ao estudo da comunicação. A nova direção do Centro Iberoamericano está interessada em retomar os programas de cooperação com a América Latina, principalmente no que se refere às escolas de comunicação. Foi apresentado como fato significativo a presença de pesquisadores latino-americanos no recente Congresso sobre Comunicação e Democracia, promovido pela Universidade de Barcelona,

e no qual a INTERCOM se fez representar através da vice-presidente Anamaria Fadul, uma das conferencistas do encontro.

Antonio Pasquali — Sub-diretor geral de Comunicação da UNESCO (Paris). Discutiu-se a perspectiva de participação da UNESCO no Ciclo Intercom/83 e de participação da INTERCOM no seminário a ser realizado em Roma, no próximo ano, sobre novas tecnologias da comunicação. O Prof. Pasquali demonstrou muito interesse pelas publicações da INTERCOM, dizendo-se leitor atento do *Boletim Intercom*, que ele considera uma importante fonte de informação para os que atuam na área de comunicação na América Latina.

Eleazar Diaz Rangel — presidente da FELAP — Federação Latinoamericana de Jornalistas. Foram retomados contactos anteriores entre a INTERCOM e a FELAP, analisando-se principalmente a participação da FELAP, e possivelmente da OIP, no Ciclo Intercom/83, trazendo as experiências dos trabalhadores do jornalismo diante do impacto das novas tecnologias na produção noticiosa.

Robert White — diretor do Center for the Study of Communication and Culture (Londres). Houve uma troca de informações sobre os objetivos, projetos e trabalhos das duas entidades. O OSCCL está interessado em ampliar seus contactos com o Brasil e divulgar em português os trabalhos que produz na Europa. Trata-se de um centro de pesquisas mantido pelos jesuítas e dedicado principalmente ao estudo sobre Igreja, novas tecnologias da comunicação e cultura transnacional.

LEITURA CRÍTICA DA COMUNICAÇÃO

A INTERCOM promoveu, conjuntamente com a UCBC, um debate sobre "Leitura Crítica da Comunicação", em sua sede, à rua Augusta, 555, no dia 13 de outubro. O encontro teve como principal participante o pesquisador uruguaio Mario Kaplun, atualmente residindo na Venezuela, e que desenvolve no CESAP — centro de estudos e de promoção da educação popular — um projeto de conscientização de lideranças populares para a decodificação das mensagens distribuídas pelos meios de comunicação de massa. Também participou do debate o diretor do Center for the Study of Communication and Culture (de Londres), Robert White. Foi um encontro muito proveitoso, uma vez que os sócios da INTERCOM mais diretamente interessados em projetos de leitura crítica dirigidos às classes populares tiveram oportunidade de confrontar suas experiências com a de pesquisadores que atuam ou conhecem distintas experiências em outros países.

CONVÊNIO ILET — INTERCOM

A diretoria da INTERCOM reuniu-se no dia 8 de outubro com o diretor da Divisão de Estudos de Comunicação do ILET — Instituto Latinoamericano de Estudos Transnacionais — Rafael Roncagliolo, para analisar concretamente um programa de trabalho conjunto entre as duas entidades. Na ocasião, Roncagliolo informou sobre o processo de descentralização das atividades do ILET, que, a partir de 1983, manterá no México, onde funciona atualmente, apenas um escritório administrativo e uma equipe interdisciplinar, fomentando a instalação de centros regionais, autônomos, em diferentes países latino-americanos. Já está decidida a criação de três desses centros: um em Lima, dirigido pelo próprio Roncagliolo, e que se dedicará ao estudo da Cultura Transnacional e de seus reflexos na cultura nacional e popular dos diferentes países latino-americanos; outros dois em Santiago do Chile — um dirigido por Fernando Reyes Matta (Comunicação para o Desenvolvimento) e outro dirigido por Enrique Ponce León (Economia Transnacional).

O ILET já vem trabalhando no Brasil com o CEBRAP (economia), PUC-RJ (política) e com o IBASE (informação). Roncagliolo propôs à INTERCOM um convênio de cooperação, a ser posteriormente formalizado, envolvendo três áreas de atuação: pesquisas, publicações e eventos.

A diretoria da INTERCOM analisou a proposta e decidiu aceitar a realização do convênio. Tão logo o programa de cooperação esteja formalizado, o *Boletim Intercom* oferecerá as informações indispensáveis para que os sócios indiquem as suas possibilidades e interesses de participação.

É indispensável mencionar que a aproximação da INTERCOM e do ILET ocorreu a partir do Ciclo Intercom/82, do qual Rafael Roncagliolo participou como expositor. A partir de então, estabeleceram-se alguns mecanismos de intercâmbio que culminam no convênio anteriormente mencionado. Membros da diretoria da INTERCOM, de passagem pelo México — José Marques de Melo, Anamaria Fadul, J. S. Faro, Carlos Eduardo Lins da Silva, Regina Festa — tiveram excelente acolhida por parte do *staff* do ILET. Essas relações têm sido também cultivadas em reuniões internacio-

nais às quais pesquisadores do ILET e da INTERCOM se fazem presentes. Acreditamos que a viabilização de um trabalho cooperativo permanente entre as duas entidades será mutuamente proveitoso, sobretudo considerando os pontos de convergência que unem as duas instituições.

EDIÇÕES INTERCOM

No último bimestre, a INTERCOM editou quatro novas publicações:

— *Boletim Intercom* n.º 38 — lançado durante o Ciclo Intercom/82, tendo como tema de capa: "Televisão, futebol e controle social";

— *Intercom/82 — Programa* — folheto contendo toda a programação do V Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, dedicado ao tema "Impasses e Desafios da Pesquisa em Comunicação". Essa edição circulou como anexo do *Boletim Intercom* n.º 38.

— *Jornalismo Científico e Dependências: o caso brasileiro* — Opúsculo co-editado pelo CNPq — Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico — e produzido pelo Grupo de Estudos da INTERCOM — "Comunicação, Ciência e Sociedade". O volume reúne trabalhos de três sócios da INTERCOM apresentados à última Reunião Anual da SBPC (Campinas). São os seguintes: Jornalismo Científico e Transferência de Tecnologia (Wilson Bueno); Uma agência de notícias comprometida com a ciência brasileira: ABDC (Carlos Eduardo Lins da Silva) e Divulgação Científica através do Rádio: a experiência da UFSC (Carlos Alberto Adí Vieira).

— *Cadernos Intercom* n.º 4 — Dedicado ao tema "Novas Tecnologias de Comunicação e Educação: usos e abusos", e lançado pela Cortez Editora. Colaboram no volume: Luiz Fernando Santoro, Anamaria Fadul, Onésimo de Oliveira Cardoso, Helena Gold e Berta Sichel).

As duas primeiras edições foram distribuídas gratuitamente a todos os sócios. A terceira (co-editada com o CNPq) será distribuída apenas aos sócios interessados, em face da pequena cota de exemplares cedida à INTERCOM. Terão prioridade os primeiros solicitantes. A quarta edição (co-edição com a Cortez) poderá ser adquirida diretamente na INTERCOM (enviando, para tanto, cheque no valor de Cr\$ 350,00) ou na rede livreira de todo o país.

QUEM É QUEM NA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

Está em fase final de produção o volume *Quem é Quem na Pesquisa em Comunicação — Brasil/1982*. Boa parte dos pesquisadores da comunicação de todo o país atendeu ao convite feito pela INTERCOM, encaminhando informações pessoais para o levantamento. Trata-se de publicação do maior interesse para permitir o contacto entre os estudiosos das diferentes regiões brasileiras e para informar os órgãos de fomento à pesquisa sobre quem está trabalhando com que objetos de pesquisa no Brasil, hoje.

Acreditamos que no início do próximo ano o volume estará circulando.

TRABALHO DA INTERCOM DESTACADO EM RELATÓRIO AO CNPq

No documento sobre Avaliação e Perspectiva da Pós-Graduação no Brasil, que preparou para o CNPq — Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico — o consultor daquele órgão, Prof. Dr. Eduardo Peñuela Canizal (ECA-USP) ressaltou o trabalho que vem sendo realizado pela INTERCOM, principalmente no campos informativo e documental, como contribuição valiosa para os cursos de pós-graduação em comunicação do país. A referência à INTERCOM reforça sem dúvida o seu compromisso, enquanto sociedade científica, com o desenvolvimento e a melhoria da pesquisa em comunicação no Brasil.

SEMINÁRIO DISCUTIU TENDÊNCIAS JORNALÍSTICAS

A INTERCOM promoveu em colaboração com o Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo, de 14 a 17 de setembro, um seminário sobre "Tendências do Jornalismo Contemporâneo", que foi coordenado pela sócia Lúcia Maria Araújo e contou com a participação de alguns dos mais renomados profissionais do País. Cerca de 150 pessoas assistiram ao seminário. Na seção "Reportagens", nesta edição, pode-se encontrar uma análise deste evento.

NOVO GRUPO DE ESTUDO

A Diretoria da INTERCOM, em reunião realizada no dia 21 de outubro, resolveu acatar o pedido feito por um grupo de sócios durante o V Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e criar um novo grupo de estudo na área de Comunicação Rural, que será coordenado pelo sócio Raul Colvara Rosinha.

PROPOSTA SOBRE FOLKCOMUNICAÇÃO

A mesa-redonda do V Ciclo da Intercom que tratou do tema "Situação atual da pesquisa brasileira sobre folkcomunicação", a partir de considerações feitas pelo prof. Américo Pellegrini Filho e objetivando o amadurecimento de conceitos relativos à área, sugere que:

- a) se intensifiquem estudos e encontros de especialistas para desenvolvimento do corpus teórico do sistema de folkcomunicação;
- b) nas pesquisas a serem efetuadas, doravante, se observe que a folkcomunicação implica um campo de atuação e pesquisa com grande amplitude, extrapolando a área do folclore;
- c) a pesquisa da folkcomunicação evite a visão compartimentalizada do fenômeno cultural;
- d) a apreciação dos fatos analisados em folkcomunicação seja efetuada sob dois enfoques: o dos fatos que apresentam propósito comunicacional evidente (*stricto sensu*), e o daqueles propósito comunicacional está latente (*lato sensu*);
- e) o Boletim da Intercom enfatize as pesquisas da área, motivando o intercâmbio de informações entre os interessados e, dessa forma, propiciando uma vitalização nos estudos pertinentes.

JORNAL DO PT ELOGIA PRODUÇÃO INTELECTUAL DA INTERCOM

Em sua edição de 8/10/82, o *Jornal dos Trabalhadores* (n.º 14), órgão oficial do Partido dos Trabalhadores (PT), incluiu uma nota na seção "Publicações" sobre a produção intelectual da INTERCOM. A nota é assinada pela colaboradora Edmea Ladervig.

Pela valorização que faz do projeto científico e cultural da INTERCOM, vale a pena transcrever a nota integralmente:

"Numa sociedade como a brasileira, em que os meios de comunicação de massa são instrumentos poderosos nas mãos da burguesia para o exercício da dominação ideológica, é reconfortante sentir que existem profissionais e pesquisadores dispostos a inverter esta tendência."

"É o caso da Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Formada por professores e profissionais de comunicação de todo o Brasil, a Intercom vem desenvolvendo um grande trabalho de investigação sobre a prática da comunicação popular e sobre as maneiras pelas quais os trabalhadores podem aumentar seu espírito crítico diante do que existe por aí."

"Uma das formas de divulgação do trabalho deste grupo são os Cadernos Intercom. Já foram publicados três números destes Cadernos: o primeiro trata de jornalismo popular, o segundo de televisão, poder e classes trabalhadoras, e o terceiro analisa experiências de mudança dos meios de comunicação ocorridas recentemente na América Latina, em especial os casos do Chile e do Peru."

"Todos os três Cadernos Intercom são material importante para os que se interessam pela vida cultural dos trabalhadores no Brasil. Não se pode negar a grande influência que televisão, jornais e rádio exercem sobre a imensa maioria do povo brasileiro. E ignorá-los ou deixá-los sob uma perspectiva popular seria um grande erro político que, felizmente, não tem sido cometido, graças ao trabalho de profissionais como os da INTERCOM".

Ensino

CURRÍCULO MÍNIMO: IMPLANTAÇÃO ADIADA PARA 1984

Com a finalidade de manter os leitores do *Boletim Intercom* informados sobre as demarches que se efetuam no âmbito do Conselho Federal de Educação para definir um novo currículo mínimo para os cursos de comunicação social, transcrevemos, entrevista concedida à *Folha de São Pau-*

lo (19/10/82) pelo nosso sócio Erasmo de Freitas Nuzzi. O Professor Nuzzi, atual diretor da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, integrou a Comissão Especial do CFE, representando os diretores das escolas de comunicação, eleito que foi por seus pares para coordenar a criação da Associação Nacional de Escola de Comunicação Social, entidade que pretende ser a interlocutora institucional dessa área do ensino superior com os órgãos governamentais do país.

Tendo em vista a desinformação que paira pelas escolas de comunicação no tocante a essa questão da reforma curricular, acreditamos útil transcrever as informações prestadas pelo Prof. Nuzzi, nossos leitores.

O *Boletim Intercom* voltará a tratar dessa matéria em futuras edições, aguardando para tanto a divulgação do texto oficial do Relatório da Comissão do CFE e o Parecer do Relator a ser designado pelo Plenário daquele órgão. Na ocasião, dedicaremos um "Forum de Debates" ao tema.

A seguir, o texto integral da entrevista da FSP:

"COMUNICAÇÃO TERÁ NOVO CURRÍCULO SÓ EM 1984"

"As modificações propostas no currículo das escolas de Comunicação Social deverão ser votadas pelo Conselho Federal de Educação somente no ano que vem, de forma que entrarão em vigor a partir do ano letivo de 1984 — admitiu ontem o professor Erasmo de Freitas Nuzzi, diretor da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero e membro da comissão especial que discutiu o assunto durante mais de um ano.

O relatório final da comissão foi entregue há dez dias ao CFE, que, agora, deverá designar um de seus membros para relatar a matéria. Posteriormente, os relatórios da comissão e do conselheiro serão votados em plenário e transformados em parecer. Este será, então, submetido à apreciação do Ministério da Educação, para ser homologado ou não.

A comissão especial, da qual participam representantes das escolas de Comunicação Social, professores, estudantes, empresas do setor e entidades de classe, foi formada por sugestão do próprio CFE.

Mais três anos

Segundo o professor Erasmo de Freitas Nuzzi, caso o CFE acolha o relatório da comissão especial, as 62 escolas de Comunicação Social existentes no País terão ainda um prazo de 3 anos para adaptar-se às exigências técnicas definidas para cada uma das habilitações da área: Jornalismo, Cinema, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio e TV, Editoração e Biblioteconomia. O professor Nuzzi é de opinião que "algumas escolas poderão até mesmo fechar", pois a proposta da comissão sugere que a fiscalização dos cursos seja feita pelas respectivas entidades de classe, com intervalos máximos de 5 anos.

A possibilidade de algumas escolas não conseguirem adequar-se às alterações propostas, segundo Freitas Nuzzi, "foi cogitada no decorrer dos trabalhos da comissão, que julgou, porém, ser o mais importante definir normas mínimas para ministração de um bom ensino".

As modificações

As alterações propostas pelo relatório da comissão atingem tanto a parte curricular quanto as especificações técnicas necessárias à prática das matérias profissionalizantes de cada curso. Para o diretor da Faculdade Cásper Líbero, o principal problema da Resolução 3/78, do MEC, ainda em vigor para os cursos de Comunicação, é "não esclarecer quais os equipamentos necessários para cada instalação pedida. Assim, a resolução define que cada escola de Comunicação deve ter uma redação, um estúdio fotográfico, etc., mas não explicita o material mínimo de que deve dispor".

Essa deficiência, segundo ele, foi corrigida pelo relatório da comissão especial, que define, por exemplo, que as redações dos cursos de Jornalismo devem oferecer uma máquina de escrever por aluno-aula, com um máximo de 45 alunos por classe, além de todo material de consumo, como papel, etc. Nas aulas de diagramação, deverá haver também uma mesa para cada aluno-aula, e no estúdio fotográfico, no mínimo uma máquina para cada três alunos, sem contar todo material necessário à revelação e ampliação de fotos. O documento, nesse sentido, foi "bem específico e detalhado", segundo o professor.

Esse detalhamento visa à permitir a eficiência da parte prática dos cursos, que também mereceu atenção especial. Nos cursos de Jornalismo, por exemplo, os alunos deverão produzir um mínimo

de oito números de jornais por ano, com 8 páginas pelo menos, em formato tablóide ou "standard". Além disso, 10% da carga horária total de todas as habilitações serão dedicadas a projetos experimentais, efetuados no último semestre do curso.

Docentes

Outra sugestão no sentido de resguardar a qualidade da parte prática refere-se à exigência de que os professores das disciplinas técnicas sejam profissionais devidamente registrados em seus respectivos órgãos de classe, com um mínimo de três anos de experiência, independente de suas qualificações acadêmicas.

O aperfeiçoamento na formação dos professores foi enfatizado no relatório, da comissão, porque, segundo dados de uma pesquisa realizada pelo CFE no ano passado, abrangendo 80% das 62 escolas de Comunicação do País, dos 1.641 docentes da área, apenas 441 dispunham de títulos de pós-graduação, (mestrado ou doutorado), correspondendo a 26% do total.

Por esse motivo, a comissão especial sugeriu a criação de pelo menos um curso a nível de mestrado para cada uma das cinco regiões geográficas do País, colocando também a possibilidade de alocação de recursos das empresas de Comunicação Social para a contratação de professores por tempo integral, estando previsto em seu contrato um tempo específico destinado à pesquisa. Segundo o professor Nuzzi, os representantes das empresas na comissão manifestaram interesse na questão, uma vez que haveria uma demanda por mão-de-obra especializada na área, constantemente sujeita à introdução de inovações técnicas.

Currículo

A duração total dos cursos da área de Comunicação Social foi estipulada em quatro anos, no mínimo, segundo o diretor da Cásper Líbero, porque o Departamento de Administração do Serviço Público (Dasp) não considera habilitação superior um curso de três anos, como era o caso do curso de jornalismo na Cásper Líbero, o que impossibilita aos egressos desta e de outras escolas na mesma situação ingressar em repartições públicas federais.

O documento definiu, também, um tronco curricular comum a todas as habilitações: Sociologia Geral e da Comunicação, Redação em Língua Portuguesa, Realidade Sócio-econômica e Política Brasileira, Teoria da Comunicação e Comunicação Comparada.

Além destas disciplinas, o currículo deverá conter, em seu ciclo básico, outras matérias de livre escolha ou da instituição ou dos alunos, 2/3 das quais constantes da seguinte lista: Economia, Filosofia, Lógica, Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação, História da Comunicação, Cultura Comunitária, Política de Comunicação, Planejamento em Comunicação, Psicologia, Sistemas Internacionais de Comunicação, Antropologia Cultural, Teoria Política, História da Arte, Realidade Sócio-econômica Regional, Estética e Cultura de Massas, Comunicação Rural, Geografia Econômica, Teoria Geral de Sistemas, Comunicação e Tecnologia Educacionais e Língua Estrangeira.

MAIS PALPITES CONTRA ENSINO DE COMUNICAÇÃO

Numa clara demonstração de que os inimigos do ensino de comunicação estão longe de se considerarem derrotados, nos meses de agosto, setembro e outubro continuaram publicando artigos e reportagens nos grandes jornais com palpites contra os cursos que formam os profissionais da área. Paulo Francis, por exemplo, na *Folha de S. Paulo* de 21 de agosto, cometeu mais uma de suas diatribes contra o que ele chama de "escolas de comunicação" (entre aspas mesmo), das quais ele reconhece pouco saber, o que, entretanto, não o impede de fazer afirmações taxativas (em um Português cheios de imperfeições — que fariam os idealizadores do novo currículo corar de vergonha e, talvez, compreender o pequeno alcance de suas propostas —), como: "algum estudante da UNICAMP (NR: que não mantém curso de comunicação, para comprovar os poucos conhecimentos de Francis sobre o assunto), em vez de ouvir professores, o que é perda de tempo, deveria levantar, por exemplo, o número de citações, entrevistas e personalidades como Caetano Veloso e Gilberto Gil na nossa mídia". E assim por diante. Em setembro (dia 1^o), foi a vez de *O Estado de S. Paulo* abrir suas colunas para as opiniões da nova ministra da Educação sobre o ensino de Comunicação. Dona Esther

de Figueiredo Ferraz acredita que o ensino de Jornalismo deveria ser dado em um curso suplementar para os já graduados em outra área do conhecimento. Desta forma, em sua opinião, os profissionais teriam um conhecimento mais profundo dos assuntos sobre os quais passariam a escrever mais tarde. Contudo, a ministra negou que se tratava apenas de uma opinião particular que, por simples coincidência, é a mesma dos que, no ano passado, pretenderam justificar o fim do ensino em nível de graduação de Jornalismo. Finalmente, no dia 10 de outubro, foi a vez do *Jornal do Brasil* publicar artigo do reitor da UNB, José Carlos de Azevedo, sobre currículos de cursos de formação profissional, em que o caso da comunicação é tomado extensivamente como exemplo. Para criticar os currículos, Azevedo se vale do paradigma da universidade norte-americana, omitindo, é evidente, o fato muito notório das diferenças estruturais que existem entre ela e a brasileira, a começar pela quantidade de recursos materiais investidos numa e noutra. Enfim, a campanha contra o ensino de comunicação arrefeceu de ânimo, mas está longe de estar encerrada.

UMA MULHER NO MINISTÉRIO

Em lugar do uniforme verde-oliva, os discretos e elegantes vestidos de uma senhora distinta com uma carreira universitária brilhante: sai o general Rubem Ludwig e entra a professora Esther de Figueiredo Ferraz no Ministério da Educação e Cultura. Sem dúvida, há motivos para esperanças: pelo menos D. Esther é do ramo. Mas é necessário que se faça justiça: o general Ludwig não foi o pior ministro da Educação que o Brasil teve. Pelo contrário, seu peso político na guerra das estrelas que é a sucessão presidencial acabou convertendo-o num talvez involuntário mas sem dúvida precioso aliado dos que defendem as melhores condições de ensino no País. Com muito mais sucesso que seu bem intencionado antecessor intelectual, o general Ludwig conseguiu resistir aos assaltos do ministro Secretário do Planejamento contra as poucas verbas para a Educação e assegurou ao MEC um orçamento bem menos magro do que pretendia o nosso gordo Delfim. Era necessário, para as ambições presidenciais de Ludwig e de parte do grupo palaciano, que ele se saísse bem da tarefa que assumiu no MEC em meio aos turbilhões da greve das universidades federais. E, sem dúvida, o general-ministro obteve êxitos significativos. Dialogou com os representantes dos professores e atendeu parcialmente suas reivindicações; simplificou a monstruosa burocracia administrativa do MEC; deu ênfase às necessidades do ensino básico e pré-escolar; terminou com o mito do ensino profissionalizante de 2^o grau, materializado na Lei 5692 que foi um dos "projetos-impacto" do governo Médici. É evidente, no entanto, que o general Ludwig não resolveu os problemas cruciais da Educação no País nem abriu perspectivas para que eles viessem a ser resolvidos. Mas isso não se podia esperar de um ministro de governo anti-popular. É evidente que não se pode esperar isso nem mesmo de Dona Esther, que dirá do general Ludwig. Mas se a ministra conseguir, ao menos, o tanto que o general conseguiu, já terá feito muito. Por exemplo: para 1983, o MEC havia solicitado orçamento de 193,2 bilhões de cruzeiros, mas a SEPLAN só autorizou 120,6, numa clara demonstração de que os vestidos falam menos alto do que a farda verde-oliva. Além das brigas com o ministro Secretário do Planejamento, D. Esther terá que se defrontar ainda com o aumento do número de analfabetos, as sempre enormes taxas de evasão escolar, a ausência de grande porcentagem das crianças em idade escolar nas unidades de ensino, a insatisfação da categoria dos professores em todos níveis de ensino, a revolta dos estudantes com a deficiência da qualidade de ensino. Enfim, todos os problemas que secularmente desafiavam os educadores brasileiros. Que não falte sorte a D. Esther.

PROBLEMAS PARA TEVÊS EDUCATIVAS

No último dia de sua gestão (31 de agosto de 1982), o ministro general Rubem Ludwig assinou portaria intministerial (de n.º 162), que vem sendo considerada por elementos ligados às emissoras de tevê educativa do País como séria ameaça a suas possibilidades de criação própria. De acordo com um dos queixosos, Carlos Queiroz Telles, da Rádio e Televisão Cultura de S. Paulo, a Portaria 162 pode significar o final de toda a produção jornalística e de entretenimento das tevês educativas. Na sua opinião (publicada no *Jornal do Brasil* de 19/9/82), a Portaria poderá tornar as emissoras educativas estações de circuito fechado voltadas apenas para o ensino, subordinará to-

das as emissoras ao poder ilimitado da Fundação Centro Brasileiro de Televisão Educativa, padronizará a cultura por métodos autoritários. Todos esses problemas, seriam discutidos na reunião nacional de representantes de televisões educativas, prevista para a terceira semana de outubro, em Recife.

PÓS-GRADUAÇÃO A DISTÂNCIA MANTIDA

Prosseguirá por pelo menos outros 18 meses a experiência de ensino à distância promovida pela CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior). Estes cursos à distância são destinados essencialmente à formação de professores de faculdades do Interior e à atualização de profissionais de qualquer área do conhecimento que atuem no mercado de trabalho. O projeto foi iniciado em 1980 e autorizado pelo Conselho Federal de Educação. Deveria ser encerrado em sua fase experimental este ano, mas a CAPES solicitou uma dilatação de prazo por 18 meses porque há vários cursos em pleno andamento e é importante encerrá-los para se poder avaliar a experiência como um todo. Os cursos têm duração de 10 meses e 14 deles já foram concluídos. Nove cursos estão em andamento e seis acabam de ser iniciados.

CURSO SOBRE ESPORTES NA TV

Causou espécie em muitos setores a decisão do Governo do Estado de São Paulo de assinar convênio no valor de 60 milhões de cruzeiros com a Fundação Roberto Marinho para a produção de programas de iniciação ao esporte pela televisão. Como lembrou a *Folha de S. Paulo*, em sua edição de 7 de outubro de 1982, não se sabe "por que razão o Estado, que tem a seu dispor a TV Cultura, precisa de 'know-how' da Fundação Roberto Marinho".

COMUNICAÇÃO ENTRE EDUCADORES

O Instituto Metodista de Ensino Superior realizou em outubro, o *Primeiro Simpósio sobre Comunicação entre Educadores*, contando com uma exposição de equipamentos utilizados no processo de ensino, entre eles videocassetes e projetores de filmes e slides, e também com palestras de especialistas na área. Embora destinado basicamente à população estudantil e aos docentes de todas as escolas de nível médio e superior, puderam participar todos os que se interessam pelas novas formas de expressão aplicadas à educação. O Simpósio visou permitir ao professor atualização tecnológica, colocando a tecnologia dentro do contexto de educação apenas como um instrumento à disposição do professor sem que ela assuma papel primordial, como já ocorre em outras áreas.

QUADRINHOS EM DEBATE

A Universidade Federal Fluminense promoveu de 26 a 31 de outubro a "Semana de quadrinhos: arte e espaço em debate", quando foram debatidos os problemas e perspectivas do quadrinho brasileiro; linguagem e ideologia, a mulher e o negro etc. Paralelamente houve uma exposição de originais e revistas antigas, troca-troca de gibis, coleções e figurinhas entre os participantes; e a projeção de filmes com temática e referência a quadrinho e seus personagens. Foram convidados para os debates, profissionais de renome, como Guidacci, Chico Caruso, Henfil, e professores como Moacyr Cirne, Sonia Bibe Luyten e outros.

Pesquisa

REFORMULAÇÃO DE AGÊNCIAS PREOCUPA PESQUISADORES

A anunciada reformulação das agências federais de financiamento à pesquisa e à pós-graduação está causando preocupações e receios entre os pesquisadores brasileiros. De acordo com o que foi

veiculado, nenhuma delas nada tenha sido oficialmente datado, o governo estaria pretendendo transferir todos os cursos federais destinados à pesquisa para a CAPES, o que significaria a virtual liquidação das atividades do CNPq. A comunidade científica reagiu com estranheza a essas notícias. De um modo geral, as manifestações das instituições científicas de todas as áreas foram unânimes quanto às apreensões de que os inúmeros projetos que estão sendo desenvolvidos graças à atuação do CNPq possam vir a ser prejudicados com esta reformulação. Além disso, os cientistas também estranharam que tais decisões não sejam precedidas de amplo debate junto à comunidade que por elas serão afetadas. A INTERCOM foi uma das primeiras entidades científicas a reagir ao noticiário, tendo enviado telegrama às autoridades responsáveis pelo financiamento da pesquisa expressando suas preocupações em relação à propalada reformulação do setor.

SOCII VOLTA A TER INFORMATIVO

O *Socii*, entidade que congrega pesquisadores em ciências sociais no Rio de Janeiro, voltou a ter seu boletim informativo, que não estava circulando há algum tempo. O boletim do *Socii* circulará mensalmente e receberá contribuições e notícias até o dia 15 de cada mês. Os interessados podem escrever para a entidade (Rua da Lapa, 180, Rio de Janeiro, RJ).

PESQUISADORES AMERICANOS EXAMINAM JORNAIS

Duas recentes pesquisas a respeito de jornais nos Estados Unidos acabam de ser divulgadas por revistas especializadas (*Colombia Journalism Review* de setembro/outubro de 1982 e *Journalism Quarterly* do outono de 1982), com dados interessantes a respeito dos *media* impressos. Uma delas, elaborada por uma equipe do Departamento de Comunicação da Michigan State University (Charles Atkin, Judee Burgoon e Michael Burgoon) examina a dinâmica interna de decisão sobre o que é notícia e deve aparecer nos jornais com destaque. O trabalho constou de entrevista por escrito com 489 profissionais e entrevistas em profundidade com outros 187. Os jornalistas entrevistados trabalham para dez jornais representativos de todos os Estados Unidos. Entre as conclusões a que a equipe chegou, algumas são interessantes, como a resposta à questão "o que é notícia?". Para uma grande porcentagem dos entrevistados, notícia é "aquilo que nós julgamos ser notícia". Os pesquisadores ficaram particularmente impressionados com o distanciamento que há entre a vida dos jornalistas e o resto da comunidade a que servem. Segundo eles, os jornalistas em geral vivem isolados, trocando idéias apenas entre si, fato que agrava ainda mais a situação no que diz respeito aos que efetivamente tomam as decisões, os editores, que não saem da redação nem mesmo para o exercício de suas funções (como os repórteres). Uma das conclusões finais do estudo alerta para o perigo que esse isolamento pode representar para o futuro do jornalismo. A outra pesquisa, realizada por R.C. Adams, desmistifica um dos mais bem estabelecidos preceitos de pesquisa dos *media* norte-americanos desde o surgimento da televisão: de que a TV estaria superando cada ano mais os jornais como principal fonte de informação dos consumidores de notícias nos Estados Unidos. Esta assertiva parecia ser anualmente confirmada pelos relatórios Roper, que desde 1963 demonstravam o crescimento da TV sobre os demais meios de comunicação. Adams, no entanto, demonstrou que estas conclusões podem ser facilmente modificadas de acordo com a maneira pela qual se formula a pergunta inicial da pesquisa. Ele afirma que, ao invés de se perguntar ao entrevistado "qual o meio através do qual você geralmente se informa a respeito do que está ocorrendo no mundo", deve-se perguntar qual o meio que a pessoa usa para se informar sobre assuntos locais, estaduais, nacionais e internacionais. Adotando este procedimento, observa-se uma esmagadora preferência pelos jornais no que diz respeito aos assuntos mais próximos, mantendo a televisão a dianteira nos assuntos nacionais e internacionais. Mais uma vez, fica demonstrado que pesquisa depende muito mais da metodologia empregada do que querem fazer crer os defensores da "neutralidade científica".

AULAS PELA TV NÃO ATRAEM ALUNOS

O boletim *USP-Informações* publicou, em sua edição de agosto de 1982, matéria a respeito da pesquisa desenvolvida pelo professor Sílvio de Oliveira Santos na Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo. De acordo com o estudo, o que os alunos menos apreciam na televisão são as aulas. Tomando como universo escolares entre 9 e 11 anos de idade, a pesquisa concluiu que a maioria não recebe orientação alguma sobre a audiência à televisão, assiste televisão quase

tanto tempo quanto passa na escola e prefere os desenhos animados a qualquer outro tipo de programa, detestando particularmente as aulas televisadas.

Veículos

AFINAL, EMOÇÃO NA DISPUTA DO IBOPE

Depois de mais de quinze anos de domínio absoluto da Rede Globo de Televisão, em todos os horários e em todas as cidades, a luta pelo primeiro lugar do IBOPE da televisão brasileira parece que afinal vai ter alguns lances de emoção e variedade. As características desta briga poderão não agradar aos que sonham com uma televisão de melhor qualidade no País. Mas, ainda assim, não deixam de ser interessantes para análise dos que se interessam pelo fenômeno cultural da televisão. O fenômeno chama-se, mais uma vez, Silvio Santos. Sua TV-S, com apenas um ano de funcionamento e baixos custos de produção, está arrebatando inúmeros primeiros lugares da Globo no decorrer de vários horários durante a semana. A reviravolta é mais clara em São Paulo do que em outras praças, mas também está ocorrendo nas demais. Além de *O Povo na TV*, que dominou amplamente o público vespertino, vencendo os filmes velhos reprisados pela Globo, e do domingo imbatível do *Programa Silvio Santos*, a TV-S começa agora a mordiscar a Globo até nos inexpugnáveis horários nobres. É o caso, por exemplo, da segunda-feira às 21 horas, quando J. Silvestre está superando Jô Soares com relativa facilidade. E as tardes de sábado começam a ser também de um outro veterano, Ayrton Rodrigues e seu *Almoço com as Estrelas*, que já batem o jornal *Hoje* da Globo. O horário matutino, desbravado e mantido sob o poder da Globo com *TV-Mulher*, está seriamente ameaçado pelos desenhos animados da TV-S. A emissora de Silvio Santos vem assustando a Globo já há algum tempo. A ponto de o "padrão global" ter sido arranhado com a contratação de Chacrinha e o início do melodramático *Caso Verdade*. Mas nem isso tem sido suficiente para reverter à antiga hegemonia global os números do IBOPE. Portanto, novas fórmulas têm que ser arrumadas. Uma delas parece que será a exploração mais intensificada do filão rural que a própria Globo descobriu. Depois do domingo de manhã, o "mercado rural" agora invade o horário das seis da tarde, com a novela *Paraíso*. E a Globo faz segredos de quais novas táticas vai usar para se contrapor a Silvio Santos. Por sua vez, a TV-S não vive apenas de sucessos. Perdeu um de seus melhores trunfos de audiência jornalística, Ferreira Neto, que foi para a Bandeirantes, a qual tenha escapado da incômoda posição de último lugar entre as três grandes redes através do incremento exatamente do telejornalismo, uma de suas armas mais bem sucedidas ultimamente. Além dos jornais, a Bandeirantes conta com o trunfo de Flávio Cavalcanti, outro veterano que vem superando desafios do IBOPE, como seu programa diário obtendo índices razoáveis. A Bandeirantes, inclusive, conseguiu manter Flávio em seu elenco, apesar da oferta milionária que o apresentador recebeu de Silvio Santos, em mais uma demonstração das intenções do "homem do sorriso" de realmente desafiar a Globo e ganhar o IBOPE.

BANDEIRANTES VAI DE SATÉLITE

E a Bandeirantes, a rede de televisão que parece ser a mais digna sucessora da Tupi em termos de desorganização e improvisação, tenta mais uma estratégia para escapar à sua crise crônica. Desta vez, num lance ousado, tornou-se a primeira emissora brasileira a ter um satélite exclusivo à sua disposição (veja na seção *Ensaio*, nesta edição, opinião a respeito das conseqüências culturais desta inovação tecnológica). A Bandeirantes alugou por cinco anos um canal do sistema INTELSAT e vai pagar à EMBRATEL por isso 45 milhões de cruzeiros por mês. Ainda assim, vai sair mais barato do que a utilização da rede de micro-ondas da EMBRATEL. Com o satélite exclusivo, a rede terá muito maior facilidade de ter uma programação única para as 25 emissoras que a ela estão associados. Mais do que tudo, no entanto, o fato marcou um grande alento às pretensões bandeirantes. Um novo logotipo e uma propaganda institucional fanfante, além da contratação de um novo diretor-geral, marcam esta nova investida da Rede Bandeirantes em direção à conquista de audiência. O diretor-geral que substituiu a Walter Clark, que se demitiu no início do ano, é Joe Bassin, que assumiu seu posto no início de outubro, junto com o satélite e o novo logotipo. Bassin não tem qualquer experiência de televisão, mas é um executivo muito respeitado entre os colegas: trabalhou na Coca-Cola, nas empresas Rockefeller e na Heublein. Sua primeira medida não foi das mais bem vistas pelos funcionários: anunciou

a dispensa de 150 deles, cerca de 10% do total dos empregados da Bandeirantes. Seus planos são atingir todas as faixas de audiência, de acordo com as faixas de horário. No começo da noite e no horário nobre, programação para o "povão". Depois, programas mais intelectualizados, principalmente no setor jornalístico. Flávio Cavalcanti e Ferreira Neto representam bem estas duas tendências com seus programas diários, o primeiro às 20 horas, o segundo à meia-noite. Contudo, na Bandeirantes tudo pode acontecer. Como desta vez, em muitas outras oportunidades foram anunciados planos mirabolantes para a emissora, encerrados poucos meses (ou até semanas) depois de iniciados. Para confirmar esta imprevisibilidade do futuro da Bandeirantes, são muitas as especulações no sentido de que o grupo Moreira Salles estaria a um passo de comprar 50% das ações da emissora. A notícia chegou a ser publicada pela revista *Senhor* (1/9/82) e, embora não confirmada ainda, tampouco foi desmentida. A operação ocorreria em prosseguimento a um plano do grupo de investir na área das comunicações, iniciado há dois anos com a compra da revista *Isto É*. Um dos maiores incentivadores deste projeto seria Walter Moreira Salles Junior, que teria ficado entusiasmado com sua experiência no programa *Outras Palavras*.

TELEJORNALISMO VAI MAL DAS PERNAS

Vai mal o telejornalismo brasileiro. Em especial o da Rede Globo. Já nem se fala dos aspectos ideológicos e políticos (o *Jornal Nacional* se parece cada vez mais com a Agência Nacional: entre a *Hora do Brasil* e o principal jornal da Globo há cada dia mais semelhanças, em especial o destaque desmesurado à campanha política do presidente Figueiredo em abusivo desrespeito à Lei Falcão). Mas até no aspecto técnico, no qual a Globo sempre primou pela absoluta correção, os sinais de debacle são evidentes até para o telespectador menos crítico. O campeão das ratas é, sem dúvida, o péssimo *Jornal da Globo*, que chegou ao cúmulo, na edição de 30 de setembro, quando durante alguns minutos foi ao ar o *video-tape* do jornal da véspera. O operador, ao colocar no ar a fita do dia anterior, mostrou a toda "audiência global", que o *Jornal da Globo* não é transmitido ao vivo, como a forçada e aparente improvisação dos apresentadores pretende fazer crer. Os muitos erros de edição e texto do *Jornal da Globo*, no entanto, não são exclusividade sua. Eles acontecem com frequência a cada dia maior também no *Jornal Nacional* e até no *Fantástico* (que, por exemplo, no dia 10 de outubro falou do "escritor argentino Gabriel Garcia Marques", referiu-se a um sequestro de trem no Estado norte-americano de Carolina do Norte, quando o fato ocorreu na Carolina do Sul, e tratou das eleições na província alemã de Bevieria ao invés de Baviera). Para completar a infelicidade da Globo, ela ainda entrevista personalidades mal-educadas, como o ministro Delfim Neto, que no *Jornal da Globo* de 13 de outubro, simplesmente mandou sua entrevistadora Belisa Ribeiro calar a boca. Os problemas, no entanto, não existem só na "aldeia global". O *Jornal da Noite*, que a Bandeirantes pretende fazer concorrer com o *Jornal da Globo*, estreou em meados de outubro e fez jus às suas pretensões: consegue concorrer em má qualidade com o da emissora rival. A exemplo de Belisa Ribeiro e Renato Machado, também na Bandeirantes os apresentadores tentam aparentar descontração. Com resultados igualmente lamentável: Aizita Nascimento chega a ler piadas sobre as notícias, que deveriam representar "tiradas" espontâneas da apresentadora. Para completar a série de más notícias no telejornalismo, só mesmo a lamentável cobertura exclusiva do *Fantástico* à experiência de geração do bebê de proveta brasileiro. Num espetáculo de falta de ética médica e desrespeito à privacidade dos pacientes sem similares, o experimento científico foi transformado em espetáculo de televisão sensacionalista e de mau-gosto, em que a promoção pessoal do médico responsável pelo projeto e a conquista de audiência pareceram ser os únicos valores em jogo.

O PODER DE CENSURA DO CAPITAL PRIVADO

A questão da censura nos meios de comunicação é sobretudo encarada como manifestação de um poder de Estado autoritário controlando a difusão de informações políticas e a expressão de valores morais. Ao lado desse tipo de censura, existem outras formas menos visíveis exercidas por grupos empresariais para impedir a difusão de informações de natureza científica e ecológica relacionadas com os impactos de diversas tecnologias ou produtos sobre o meio ambiente e a vida humana. Esse tipo de censura tem tendência a crescer e é preciso que seja mais detalhadamente investigado. Aqui, lembraremos apenas alguns fatos bastante conhecidos. Em junho de 1980, o editor Jorge

Bourdokan do Departamento de Jornalismo do Programa *Globo-Repórter*, foi sumariamente demitido sem explicações (Folha de S. Paulo, 14/06/80). Sua equipe estava produzindo documentários de alta qualidade sobre problemas da realidade brasileira, como por exemplo: "Sal, Azeite e Veneno", denunciando o uso de agrotóxicos em hortifrutigranjeiros, e "O Grito dos Rios" mostrando a contaminação dos rios, em particular, o São Francisco, pelo abusivo uso de pesticidas na agricultura. A difusão do primeiro documentário gerou reação por parte de empresários da indústria química. Em consequência da qual a emissora não liberou o segundo e adiou a realização de um programa sobre a situação ecológica em Cubatão e, finalmente, desmantelou a equipe paulista do *Globo-Repórter*. Após esse acontecimento, o *Globo-Repórter*, se limitou a transmitir programas produzidos no Rio e "enlatados" importados de tipo "Jacques Cousteau". Também foi organizada uma empresa *Cinespaço* produzindo em São Paulo alguns "Globo-Repórter" de caráter histórico com "reconstituição da época, caracterização dos atores, observação de trajes, costumes etc" (J.B., 18/06/80). Nesta crise de 1980, ficaram evidenciadas a pressão e a capacidade de censura imposta pelas empresas do setor químico. Segundo J. Bourdokan, os anunciantes de *Globo Rural* são justamente os fabricantes de pesticidas denunciados em documentários do *Globo-Repórter*. (Jornal do Brasil, 18/06/80). Tais anunciantes, no caso multinacionais, exercem pressão econômica sobre a televisão de modo a censurar as informações — inclusive informações científicas produzidas por equipes de pesquisadores, como no caso dos defensivos mercuriais utilizados na cana de açúcar — consideradas como prejudiciais à imagem de seus produtos ou atividades. Num outro domínio, um fenômeno de mesma natureza aconteceu recentemente quando os anunciantes do setor imobiliário, nacionais, desta vez, ameaçando romper seus contratos de propaganda, conseguiram impedir a reprise da novela "O Espião" de Dias Gomes, mostrando certos fatos ligados à especulação imobiliária. (Fato noticiado no J.B., agosto de 1982). Essa novela foi originalmente produzida no início dos anos 70, em pleno "autoritarismo". A partir do que precade, parece-nos necessário acompanhar com bastante atenção as manifestações desse tipo de censura privada que é praticada em nome da liberdade de iniciativa privada, por meio de chantagem em torno dos contratos de propaganda comercial. O assunto é de particular importância no que diz respeito ao *jornalismo científico*, na medida em que, pelo tipo de assunto tratado e sobretudo no caso de ser adotada uma perspectiva de esclarecimento do público em torno dos impactos tecnológicos, muitos interesses empresariais se sentirão "ofendidos" e aplicarão sistematicamente a "lei do dinheiro", cuja aplicação é facilitada pela ausência de autonomia dos meios de comunicação de massa e sua quase completa sujeição econômica e política. (Michel Thiollet).

TELEJORNALISMO ALTERNATIVO COM BOM RESULTADO

Enquanto o "grande telejornalismo" segue ladeira abaixo na qualidade, o alternativo firma-se em seus bons resultados. O exemplo mais recente é o da Manduri 35 Produções Record de São Paulo, ambos com sucesso de crítica: *Barra Pesada*, com o repórter policial Octávio Ribeiro, e *O Limite do Homem*, documentário esportivo de José Trajano, Célia Pardi, Chico Malfitani e Moacyr Japiassu. A *Folha de S. Paulo* (18/8/82) publicou crítica de Silvio Lancellotti aos dois programas da Manduri 35, em que suas qualidades são ressaltadas, bem como a importância que eles têm para o telejornalismo brasileiro hoje.

TV CAUSA ÚLCERA EM CRIANÇAS

De acordo com o professor Mário Ramos de Oliveira, os casos de úlceras duodenais e estomacais em crianças entre 10 e 15 anos de idade, aumentaram significativamente no Brasil a partir do início da década de 60 e a responsabilidade cabe à televisão. Seus estudos concluem que as úlceras são provocadas pela tensão emocional que os programas de TV causam nas crianças.

NOVOS ESPORTES NO VÍDEO

É bem verdade que a atuação convincente das seleções masculina e feminina de vôlei do Brasil nos últimos campeonatos mundiais contribuiu muito. Mas não é menos verdade que se não fosse a pre-

sença da televisão nestes certames, é provável que o vôlei não se popularizasse tanto como ocorreu nos meses de setembro e outubro em todo o País. Graças principalmente à excelente cobertura da TV-Record ao mundial masculino de Buenos Aires, os nomes de Bernard, Renan e Isabel tornaram-se tão conhecidos quanto os de Falcão, Zico e Eder. Contudo, Luciano do Valle — que saiu do *Globo* para a *Record* e conquistou seu primeiro grande sucesso na casa nova com o vôlei — não se livrou da fama de pé-frio como locutor de eventos esportivos: apesar do grande sucesso da participação brasileira no mundial, os russos acabaram ganhando a final. O êxito do vôlei, entretanto, parece ter iniciado uma nova era nas coberturas esportivas na televisão: finalmente elas se livram da hegemonia absoluta do futebol. Além do vôlei, também o basquete, o futebol de salão e o automobilismo nacional estão ganhando espaço e público nos vídeos do País.

A FM DO VÍDEO

De acordo com matéria de Maria Inês Martins (*Senhor*, 20/10/82), muito em breve estará no ar no Brasil a televisão paga Via UHF, que está sendo chamada de "a FM do vídeo". Com ela, o grupo econômico que vai explorá-la, pretende qualificar o mercado e ganhar novos telespectadores com programas de qualidade para um público selecionado que pagará para assistí-los. Aguarda-se apenas regulamentação do assunto pelo governo.

PRESTÍGIO DE NOVELAS CONTINUA CAINDO

Os sintomas da queda de prestígio do gênero básico da televisão brasileira, a telenovela, continuam aparecendo. O mais recente foi o baixo índice de audiência do capítulo final do último drama de Janete Clair, *Sétimo Sentido*, da Rede Globo. Baixo, é claro, nos termos dos sucessos anteriores das novelas das oito da Globo. *Sétimo Sentido* obteve em seu último capítulo 78% de audiência, enquanto produtos anteriores de Clair, como *Duas Vidas*, passavam folgadoamente dos 90%. Mais do que audiência relativamente fraca, contudo, a insatisfação do público indica o desprestígio do gênero. O desgaste é visível, especialmente nas histórias dramáticas, pois as alegres — em ritmo de comédia cinematográfica leve — ainda satisfazem os telespectadores, como é o caso de *Jogo da Vida*, no horário das 19 horas na Globo, em que o talento histriônico de Luiz Gustavo (com um personagem parecido com o seu revolucionário Beto Rockefeller) se destaca. Seguindo a tendência, a Globo programou para o lugar de *Sétimo Sentido*, o último trabalho de Manoel Carlos, *Sol de Verão*, bem menos pesado e mais juvenil que o dramalhão de Janete Clair. Com *Sol de Verão*, a Globo pretende sair da má fase da novela das oito, que começou com *Brilhante* e prolongou-se com *Sétimo Sentido*, ambas com audiência média na faixa dos 60% do IBOPE, irrisória para o horário na Globo.

GLOBO SUSPENDE SÉRIES NACIONAIS

Alegando que os critérios rígidos da Censura acarretavam para ela enormes prejuízos, a Rede Globo resolveu suspender a produção das chamadas séries nacionais, que vinham obtendo excelente receptividade de público e crítica e eram consideradas com um dos fatores de melhoramento do nível de qualidade da programação de nossa televisão. A Globo queixa-se que tinha gastos de produção e corria o risco de não poder apresentar as séries, como ocorreu com *Bandidos da Falange*, em virtude da Censura. Por isso, apenas as duas séries que já estavam sendo produzidas (*Parabéns Prá Você*, de Bráulio Pedrosa e Geraldo Carneiro, e *Moinho de Vento*, de Walter Avancini, Luciano Ramos, Leila Assunção e Daniel Mís) serão concluídas. Depois delas, o horário das 22 horas voltará a ser integralmente ocupado pelos enlatados americanos *Dallas*, *O Barco do Amor*, *Magnum*, *Chumbo Grosso* e outros. Azar dos telespectadores. Mais um desserviço da censura à cultura brasileira.

O IBOPE DO PRESIDENTE

Apesar de todos os protestos das oposições, *O Povo* e *O Presidente* continua no ar. E, de acordo com o insuspeito IBOPE, com índices de audiência bem mais baixos que o *Fantástico*. Em agos-

to, enquanto o *Fantástico* terminava com uma média de 32 pontos, Figueiredo ficou sempre com uma média de 16.

FELLINI E A TELEVISÃO

Federico Fellini deu uma entrevista à televisão francesa sobre a própria televisão e alguns trechos dela foram reproduzidos pela *Folha de S. Paulo* de 23 de setembro de 1982. Nela, o cineasta italiano afirma que a TV causou sério prejuízo ao cinema, porque fez com que "as imagens dos filmes perdessem sua seriedade, sua autoridade, seu prestígio e seu mistério". Para ele, a imagem na TV tem sido tão fracionada, tão reduzida a pedacinhos, que o olho do espectador sofreu uma espécie de bombardeio que o incapacita a distinguir onde nele está o cinema. "Uma comunicação verdadeiramente profunda interrompeu-se, porque o cinema possui a linguagem do sonho, com seus tempos e seus silêncios. O cinema é simbólico e utiliza uma linguagem simbólica. A televisão não utiliza uma linguagem simbólica e, portanto, substituindo o cinema como diversão e como interlocutor, destruiu a linguagem cinematográfica em seu sentido esotérico, em seu sentido mais profundo, o da comunicação através dos símbolos".

MECANISMOS DO MERCHANDISING DESVENDADOS

Os mecanismos de uma das mais lucrativas fontes de renda da televisão, o *merchandising*, começam a ser desvendados. A revista *Senhor* (1/9/82) e o suplemento de televisão do *Jornal do Brasil* (19/9/82) publicaram recentemente vastas matérias a respeito do método de funcionamento da publicidade veiculada sutilmente durante os programas de TV, especialmente as novelas. Por elas, pode-se saber quanto custam, como são inseridas, quem mais se vale dessas mensagens que a maioria dos telespectadores não vê como anúncios, mas que são extremamente eficazes em sua função de vender.

O CASO DE JOÃO BRASILEIRO

Vinte e quatro horas antes de entrar em vigor a Lei Falcão, a TV Globo surpreendeu o público telespectador com a inserção logo após o *Jornal Nacional* de um inusitado documentário chamado *João, um Brasileiro*, louvando a obra política do presidente da República e realizado sobre montagens de telejornais do período presidencial de Figueiredo. A surpresa foi tão grande que centenas de pessoas telefonaram para a Globo, perguntando se o presidente havia sofrido um novo enfarte ou se havia falecido, pois o programa era absolutamente injustificável, a não ser num caso excepcional como doença ou morte. Mais tarde, vieram os esclarecimentos de que o documentário teria sido produzido pelo PDS, o partido do governo, e executado por Mauro Salles, publicitário pertencente àquela agremiação política. Trinta minutos de horário mais do que nobre da Rede Globo custam um bocado de dinheiro e não se sabe se o PDS pagou à emissora pelo tempo ou se houve colaboração da estação cedendo o gratuitamente. A emissão pela Globo causou protestos dos partidos de oposição. Contudo, apesar das intenções claramente político-partidárias do programa, ele voltaria a ser exibido posteriormente por outras emissoras de todo o País, apesar da vigência da Lei Falcão. Mais um caso de descumprimento da legislação do governo pelo próprio governo que ficou impune. *João, um brasileiro* deve ter sido um dos "gols com a mão" que o juiz não anulou a que se referiu o presidente Figueiredo nos telejornais do dia 15 de outubro, ao saudar uma equipe infantil de futebol que o homenageava em São Paulo. O juiz pode não ter anulado o gol, mas o Brasil inteiro viu que ele foi irregular e se indignou com ele.

NOVIDADES NO MERCADO EDITORIAL

O jornalismo científico e o jornalismo erótico são os responsáveis por algumas das novidades do mercado editorial que apareceram no último bimestre. *Ciência Ilustrada*, da Editora Abril, finalmente ganhou periodicidade definida. Ela agora é bimestral. E seu primeiro número na nova fase (setembro/outubro de 1982) traz algumas novidades em relação aos anteriores: um pouco mais de

matérias tratando da produção científica nacional e a colaboração de Elifás Andreato no projeto gráfico. Apesar disso, continua sendo majoritariamente uma revista de traduções de similares norte-americanas, em especial *Science Digest*. A outra novidade do jornalismo científico é uma revista mensal que não se deu ao trabalho de traduzir nem mesmo o seu nome: *Popular Science*, publicada pelo Novo Grupo Editora Limitada sob licença do The Times Mirror Magazines dos Estados Unidos. *Popular Science* começou a circular em setembro e no seu expediente não consta uma equipe de redação brasileira. Trata-se, portanto, de mera cópia de sua homônima norte-americana. Quase na área do jornalismo científico está a revista *Vital*, dedicada aos que cultuam a boa saúde física. É uma publicação da Editora Omni e copia a revista *Vital* francesa, com sua licença. Contudo, a nova revista brasileira tem uma equipe de redação própria, comandada por Carlos Alberto Manente e conta com colaboradores do porte jornalístico de Marcos Faerman. Trata-se de um projeto bem cuidado graficamente e editorialmente que pretende ganhar o respeito do público pela seriedade das informações que veicula. Na área do erotismo, os títulos continuam chovendo, muitos dos quais aperiódicos, contemplando todos os gostos da freguesia: homossexualismo masculino e feminino e as mais diversas variações heterossexuais. Mas dois lançamentos merecem destaque: um é o de *Penthouse*, a revista masculina que nos Estados Unidos acabou com a hegemonia de *Playboy* no setor, o outro é *Canal TV*, uma surpreendente mistura de segunda grandeza completamente despida (ou despidas). *Penthouse* está sendo editada no Brasil pela Grafipar, uma editora paranaense que se tornou um enorme sucesso graças às revistas eróticas populares e de baixos custos de produção. Depois de acumular considerável capital com estes produtos baratos, lança-se agora em sua empreitada mais ousada, com uma revista de renome mundial e uma equipe brasileira que inclui nomes como Jaguar, Walter Hugo Khouri e Angeli. *Penthouse* chegou ao Brasil junto com a produção cinematográfica de seu proprietário Bob Guccione, *Calígula* (ver a seção Censura, nesta edição). Pelo seu primeiro número brasileiro, *Penthouse* parece que vai manter o padrão que a tornou célebre nos Estados Unidos. Quanto a *Canal TV*, junta Chacrinha, Silvio Luiz, Dagomir Marquetti com chacetes nuas, galãs contando quais são suas zonas erógenas, enfim, o sonho da televisão erótica que o telespectador não pode ter no vídeo se realiza nas páginas da revista. Outra novidade do jornalismo impresso é o *Jornal da Abertura*, segundo órgão oficial de partido político legal (o primeiro é o *Jornal dos Trabalhadores*, do PT). Trata-se do jornal do PDS, mais uma obra da lavra de Mauro Salles, com periodicidade quinzenal e distribuição em todo o Brasil. Além do jornal do PDS, outro título novo é o *São Paulo Shopping Iguatemi*, órgão do Shopping Center Iguatemi, distribuído gratuitamente a milhares de paulistanos em suas residências. Embora tenha pretensões maiores, em seu primeiro número não passou de um órgão publicitário. Finalmente, a revista *Dança* foi lançada às bancas em setembro, para atender ao mercado dos interessados pelos assuntos do ballet.

PERCALÇOS DOS ALTERNATIVOS

A imprensa alternativa brasileira continua vivendo maus momentos. O *Pasquim*, por exemplo, apesar do recuo depois de sua frustrada tentativa de se tornar um grande jornal, não conseguiu mais reconquistar seu público. Sabe-se que está enfrentando sérias dificuldades para sobreviver. Entre as fórmulas de que está se valendo para recuperar seu prestígio está uma investida junto ao público paulista. No final de agosto, lançou uma nova seção, de três páginas, chamada "Rumores Paulistas" e totalmente ocupada por humoristas de São Paulo que tratam de temas de São Paulo. Para uma publicação que sempre se caracterizou como porta-voz da intelectualidade carioca, trata-se de uma clara demonstração da situação difícil que enfrenta. O jornal *Convergência Socialista*, apesar de sucessivas campanhas de arrecadação de dinheiro, teve de alterar sua periodicidade: de semanal passou a mensal. E o *Hora do Povo*, que voltou às bancas após um prolongado hiato, mas sem o vigor de vendas que o marcou no passado, está claramente dividido: Ricardo Lessa e Pedro de Caviglio, dois de seus diretores, desautorizaram a inclusão de seus nomes entre os responsáveis pelo jornal, em "esclarecimento público" no jornal *Voz da Unidade* de 16 de setembro de 1982.

COMO VAI A GRANDE IMPRENSA

Enfrentando o teste das eleições com resultados modestos (ver a seção Crítica dos Meios nesta edição), a grande imprensa brasileira não vive um de seus melhores momentos. O *Jornal do Brasil*

parece sofrer uma fase de indefinição. Tão grande, que nos dias 31 de agosto, 1 e 2 de setembro, uma das seções nobres do jornal, o "Informe JB", apresentou-se de diagramação totalmente reformulada (bem mais agradável que a antiga, diga-se de passagem), para no dia 3 de setembro retornar ao esquema tradicional. Trata-se, sem dúvida, de procedimento amadorístico e incompatível com o nível de qualidade que o JB costuma oferecer aos seus leitores. Em compensação, o JB abriu um espaço sem precedentes na imprensa diária para o cartunismo nacional: ampliou sua seção de histórias em quadrinhos para toda uma página, sendo a metade dela reservada para autores brasileiros, como Luiz Fernando Veríssimo, Cláudio Paiva, Hubert, Agner, Luscar, Ciça, Davilson, Paulo Caruso, Nani, Bruno Liberati e Maurício de Souza. Os quadrinhos brasileiros estrearam no JB no dia 20 de setembro. Outro grande momento do JB foi no dia 30 de setembro, com a foto na primeira página de favelados negros amarrados pelo pescoço com uma corda pelo comandante de uma patrulha da PM. A cena provocou viva indignação nacional e a demissão do oficial responsável pela prisão. Em São Paulo, O Estado de S. Paulo modificou sua estrutura administrativa, com a criação de um conselho consultivo integrado por empresários e banqueiros. Este conselho terá como missão aconselhar e orientar a diretoria da empresa. O Estadão, no entanto, permanece o mesmo em termos editoriais. Ele, que é um dos defensores da teoria da neutralidade da imprensa, continua dando claríssimas provas da falsidade desta teoria. Numa só edição, do dia 23 de setembro, sua primeira página estampou dois exemplos de distorção da informação. Para noticiar a única adesão, entre todos os bispos brasileiros, ao discurso do general Moacyr Pereira contra a Igreja, abriu o título "Bispo diz que entende o discurso do general", ignorando a repulsa de todo o resto do clero ao pronunciamento do militar. E para divulgar a admissão feita pelo ministro da Defesa de Israel de que o exército judeu sabia do massacre contra civis palestinos em Beirute, deu o título "Sharon explica massacre", que dá a impressão de que o ministro apenas estava dizendo como aconteceu a chacina, sem admitir o envolvimento de Israel. A Folha de S. Paulo, que vem se destacando pela cobertura das eleições, marcou outro tento com seu suplemento Folhetim, de 19 de setembro de 1982, que introduziu um novo gênero jornalístico, a "resenha-diálogo", em que o crítico literário e o autor da obra criticada dispõem do mesmo espaço para trocar idéias sobre um livro. O primeiro exemplar da "resenha-diálogo" reuniu Renato Pompeu (crítico) e Sérgio Sant'Anna (autor).

A SINA DO REVISOR

Sérgio Augusto continua produzindo artigos inteligentes para os leitores da Folha de S. Paulo. Um dos últimos mereceu menção deste Boletim por tratar de problema importante e pouco estudado da imprensa: a revisão. Foi no dia 23 de setembro de 1982. Nele, Augusto historia muitas das dificuldades por que já passaram grandes jornalistas perseguidos pela sina da má revisão. Aliás, este Boletim Intercom mesmo encontra nas falhas de revisão um de seus principais obstáculos editoriais.

ANÚNCIO SUI-GENERIS

O corretor de imóveis carioca Edgard Clere saltou das páginas dos classificados da grande imprensa carioca para a página 3 do Jornal do Brasil e de O Globo, com uma estranha matéria paga em que escreve ao presidente Figueiredo sobre a necessidade de se ter um presidente da República civil. Gastou 8 milhões de cruzeiros e terminou o anúncio pedindo ajuda para pagá-lo. A ajuda que ele queria era a utilização pelos leitores de seu escritório de corretor. Entrevistado pela revista Veja, Edgard se mostrou reconfortado com a receptividade que sua carta aberta obteve junto ao público.

MERDA NA PRIMEIRA PÁGINA

Não deve haver precedentes na história da grande imprensa. Em sua edição de 14 de outubro de 1982, a Folha de S. Paulo publicou o seguinte título na primeira página: "Contra a pichação, 'merda'". O título referia-se ao protesto do diretor do Museu de Arte de S. Paulo, que resolveu pintar o palavrão sobre as pichações de candidatos às eleições de novembro, e foi preso e processado por ter "escrito obsceno". Se merda é ou não uma obscenidade, isso provavelmente vai ser decidido durante o julgamento de Bardí. Mas é curioso que a Folha não tenha sido enquadrada como Bardí e que o palavrão na primeira página não tenha despertado a ira das senhoras de Santana. Já se fosse pela televisão

A LEITURA DOS JORNAIS

Registro de José Roberto Whitaker Penteado Filho, em sua coluna "Panorama Publicitário", em O Globo (19/9/82), referindo-se a dados do livro Perfil da Mídia Brasileira: há no Brasil hoje 1277 jornais de periodicidade variada. O de maior circulação é O Globo. 51% dos leitores de jornais situam-se na faixa etária entre 20 e 39 anos.

BOICOTE DOS JORNALEIROS

Os jornalistas cariocas resolveram fazer um boicote contra as revistas que vendem assinaturas a preços até 50% inferiores aos de capa. E deixaram de vender Veja, Isto É e Time desde meados de setembro. Em consequência, as revistas tiveram de armar um esquema alternativo de distribuição, que incluiu livrarias e supermercados. Não se sabe ainda até que ponto o boicote influiu nas vendas das publicações.

MANCHETE IGNORA MASSACRE

Mais um exemplo de "neutralidade" da grande imprensa: a revista Manchete simplesmente ignorou o fato jornalístico mais importante da penúltima semana de setembro, a chacina dos civis palestinos em Beirute. Enquanto todas as outras revistas semanais davam matéria de capa para o tema, Manchete preferiu ficar com os lançamentos da moda para o verão na capa e nem mesmo registrar o crime nas páginas internas.

JORNAIS DE BAIRRO REAGEM

Os jornais de bairro do Rio de Janeiro estão denunciando a inconstitucionalidade do lançamento das edições de bairro de O Globo. Segundo eles, O Globo tem o direito de cobrir o noticiário dos bairros em suas páginas, e o faz melhor do que os jornais de bairro, admitem. Contudo, suas edições "comunitárias" constituem crime de abuso econômico, na opinião, por exemplo, do jornal Rio Zona Sul. Ele crê que O Globo está realizando uma operação de truste com suas edições de bairro, ferindo, por isto, a Constituição. O truste implica em domínio dos mercados, em eliminação da concorrência, em aumento arbitrário dos lucros, que é o que ocorre com "O Globo nos Bairros", na opinião do Rio Zona Sul. Apesar da reação dos jornais de bairro, contudo, a experiência de O Globo está consolidada e constituiu-se num grande êxito comercial.

DIREITO À INFORMAÇÃO NA MÍDIA BRASILEIRA

O problema da liberdade de expressão, no Brasil, é usualmente tratado de maneira unilateral, como se envolvesse apenas o direito das empresas proprietárias de veículos de comunicação à livre difusão de notícias e opiniões. Esse enfoque é extremamente parcial e limitado. A extensão dada pela Declaração Universal dos Direitos do Homem, em seu artigo 19, à liberdade de opinião e informação é muito maior. Inclui "a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras". Três exemplos recentes demonstram que, em nosso país, o direito do público à informação é reiteradamente violentado pelos veículos de comunicação. A censura interna não hesita em excluir o noticiário até mesmo acontecimentos públicos e notórios, pois divulgados por veículos concorrentes, pelo simples fato de tais ocorrências não coincidirem com seus interesses. O massacre de refugiados palestinos, nos campos de Sabra e Chatila, em Beirute, a 25 de setembro, provocou uma comoção internacional. Desde os primeiros momentos ficou demonstrado o envolvimento, no episódio, das forças de ocupação insraelitas. Essa circunstância mereceu enérgica denúncia dos correspondentes de jornais de Israel em Beirute. No Brasil, o episódio deixou mal os principais jornais do país que, à exceção da Folha de S. Paulo, haviam oferecido aos seus leitores uma cobertura francamente parcial do cerco aos palestinos em Beirute. Com alguns dias

de atraso, até mesmo *O Estado de S. Paulo* e o *Jornal do Brasil* estamparam editoriais censurando o comportamento do governo de Menahem Begin. Nossas duas principais revistas de informação — *Veja* e *Isto É* — consagraram reportagens de capa ao assunto. Mas nada disso perturbou o Grupo Bloch — recentemente aquinhoado com uma rede de emissoras de TV —, cujas revistas semanais — *Manchete* e *Fatos e Fotos* — omitiram qualquer referência ao acontecimento. No pecado de omissão também incidiu a *Rede Globo*, quando do Campeonato Mundial de Vôlei Masculino, disputado na Argentina. Com os direitos exclusivos de transmissão adquiridos pela *TV Record*, a *Globo* decidiu ignorar o Campeonato, mesmo em seus telejornais esportivos. Ocorre que a atuação brasileira superou as expectativas. A partir de um determinado momento ficou evidente que a seleção brasileira tinha grandes chances de chegar à final, como efetivamente chegou (obteve o vice-campeonato). A *Globo*, então, foi obrigada a recuar, passando a admitir a existência do Campeonato e até inserindo, no *Jornal da Globo*, uma entrevista com a cortadora Isabel, da seleção de vôlei feminino, a respeito das chances da equipe masculina. Dia 15 de outubro, o *Jornal do Brasil* consagrou sua principal notícia de 1.ª página à pesquisa eleitoral do Ibope que dava ao sr. Leonel Brizola, candidato do PDT ao governo do Estado do Rio de Janeiro, uma vantagem de 15,2 pontos sobre o sr. Moreira Franco (PDS), segundo colocado. Com essa manchete, que se desdobrava em duas páginas de reportagens internas, Brizola retornava à 1.ª página dos grandes jornais cariocas, após nada menos do que 23 dias, segundo pesquisa do jornalista José Silveira, da *Folha de S. Paulo* (17 out, p. 7). A ascensão de Brizola na preferência do eleitorado fluminense foi favorecida pelo bom desempenho do candidato pedetista nos debates através da televisão, nos dias que precederam o "grande silêncio" determinado pela Lei Falcão. Segundo o Ibope, na pesquisa de 20 de outubro o ex-governador gaúcho ultrapassava Moreira Franco e Miro Teixeira (PMDB). Logo a seguir, iniciava-se o congelamento do nome daquele candidato na 1.ª página dos grandes jornais do Rio. O *Globo*, ao noticiar a mesma pesquisa que o *JB*, ainda manteve o boicote a Brizola, consagrando ao assunto uma nota na parte inferior da página de rosto de 15 de outubro, em que o título dava ênfase à anulação de votos gerada pela vinculação. Nos dias anteriores, nem mesmo a explosão emocional com que o presidente João Figueiredo reagiu à indagação de um repórter, que queria saber se Brizola, eleito, tomaria posse, foi suficiente para quebrar a auto-censura dos jornais cariocas. A garantia da posse de Brizola foi manchete na *Folha de S. Paulo* mas não recebeu divulgação no Rio. O comportamento dos grandes jornais cariocas é particularmente condenável porque a sonegação de noticiário coincidiu com um momento em que o público tinha menores oportunidades de acesso a informações alternativas. A revista *Veja* (n.º 735) noticiou com destaque a pesquisa do Gallup acusando um crescimento de 11 pontos na popularidade de Brizola. Mas, naquele momento, as revistas semanais de informação estavam em conflito com os donos de bancas de revistas, que exigiam a exclusão, do interior das mesmas, dos cupons de venda de assinaturas. Mesmo usando os super-mercados como alternativa de distribuição, elas não podiam alcançar mais do que uma fração de seus compradores habituais. (Geraldo Bonadio)

60 ANOS DE RÁDIO

O rádio brasileiro comemorou em setembro 60 anos de idade. Apesar de sua evidente importância como fenômeno cultural, o veículo ainda está esperando por análises mais encorpadas de seu papel histórico na sociedade brasileira. Com exceção de umas poucas obras históricas e alguns ensaios sociológicos, não existe grande bibliografia a respeito do rádio no Brasil. Mesmo o aniversário do meio de comunicação que abrange maior número de pessoas no País possui praticamente ignorado. Um artigo de Luiz Carlos Saroldi no *Jornal do Brasil* de 26 de setembro e uma ampla reportagem de Regina Pimenta na *Revista Nacional de Telecomunicações* de setembro de 1982 foram das poucas menções dignas de registro que marcaram os 60 anos do rádio brasileiro.

MARX ESTÁ NAS BANCAS

A Abril Cultural, responsável por outras coleções importantes de popularização do saber, lançou em setembro a série *Os Economistas*, recebendo o aplauso unânime da comunidade intelectual brasileira pela qualidade e arrojo da iniciativa. São cinquenta volumes que formam juntos uma biblioteca básica do pensamento econômico, distribuída através de bancas de jornal, a preços acessíveis às classes médias e com cuidado editorial notável. Traduções bem feitas, assessoramento de econo-

mistas competentes, revisão detalhada. A Abril investiu 1 bilhão de cruzeiros na coleção e pretende vender 1 milhão e 200 mil exemplares em dois anos. A edição inicial de cada livro é de 80 mil exemplares. O primeiro autor publicado foi David Ricardo e o segundo, Karl Marx.

JORNAL DO BRASIL LANÇA LIVROS

Preocupado com sua situação financeira, que consta não ser das mais cômodas, o *Jornal do Brasil* tenta diversificar sua produção. Lançou-se assim, no mercado dos livros. E iniciou sua série bibliográfica com a obra *Partidos e Políticos*, excelente coletânea de fotografias de seus profissionais da imagem, acompanhada de pequenos artigos sobre os partidos políticos brasileiros. Trata-se de um documento jornalístico da mais alta qualidade, que faz prever novos livros do *JB* com o mesmo padrão do jornal.

CAI A VENDA DE LIVROS

De acordo com os números do Sindicato Nacional da Indústria do Livro para o ano de 1981, o brasileiro vem comprando menos livros desde 1979, quando foram vendidos 249 milhões de exemplares. No ano passado, foram 235 milhões. As quedas mais significativas foram registradas nos títulos de livros didáticos universitários e nos de ficção. Quem ainda sustenta o mercado são os livros didáticos de primeiro e segundo grau e os fascículos. Como a população do Brasil cresce 2,5% ao ano, a queda da vendagem dos livros é significativa e deve aumentar em 1982. Com os números de 1981, o Brasil ficou com a média de 1,8 livros vendidos por habitante, bem abaixo dos 6,6 da França, por exemplo. Cerca de 10% da produção é constituída de livros de bolso e 25% de fascículos. São Paulo e Rio de Janeiro consomem 60% dos livros de todo o País. Os dados do Sindicato foram publicados por *O Globo* de 22 de agosto de 1982.

TAMBÉM CAI VENDA DE DISCOS

O mercado fonográfico também demonstra queda significativa de 1979 para cá. Enquanto naquele ano foram vendidos 66 milhões de discos e fitas, em 1982 os produtores vão se dar por felizes se chegarem aos 48 milhões. Para conseguir isso, as gravadoras vão se lançar em grande campanha para o Natal, com uma promoção publicitária que vai custar à Associação Brasileira de Produtores de Discos a bagatela de um milhão de dólares. Contudo, pelo menos uma das grandes esperanças da indústria fonográfica para esse final do ano já não está dando muito certo: é o novo disco de Fagner, lançado com grande aparato publicitário, com uma encomenda inicial de milhares de discos, mas que está enalhando nas lojas. Já há lojas vendendo o disco de Fagner pela metade do preço, segundo a *Folha de S. Paulo* de 14 de outubro de 1982.

Profissões

PERFIL SALARIAL DOS JORNALISTAS CARIOCAS

O Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro acaba de publicar o trabalho de Fichel Davit Chargel e Maurício Azevedo intitulado "Estrutura do mercado de trabalho e perfil salarial dos jornalistas do Município do Rio de Janeiro". Trata-se de um levantamento importante, que abrange um total de 1928 jornalistas que estavam empregados em 24 empresas do Rio de Janeiro em março de 1981 e que proporciona avaliações inestimáveis sobre a situação atual e as tendências da profissão de jornalista no plano econômico e social.

JORNALISTAS VENCEM NO RIO

O Tribunal Superior do Trabalho decidiu que os jornalistas do Rio de Janeiro não são mais obrigados a trabalhar aos domingos e feriados sem compensação financeira ou aumento do período

do de férias. Trata-se de uma importante vitória do Sindicato da categoria, que questionava os acordos anteriormente feitos entre patrões e empregados.

MUDA O PROVISIONAMENTO

A permissão aos jornalistas provisionados para que exerçam suas atividades em todo o território nacional, e não somente no Estado em que foram contratados consta de projeto de lei sobre a matéria aprovado pela Câmara dos Deputados no dia 20 de setembro. A proposição é do deputado Gerson Camata.

CRÍTICA A MIRO DÁ EM DEMISSÃO

O jornal *O Globo*, que investiu muito na candidatura de Miro Teixeira ao governo do Rio de Janeiro, enervou-se com a reversão das pesquisas de opinião pública favorecendo Brizola a partir de agosto. E despediu o cartunista Guidacci, quando ele resolveu brincar com a briga entre Chagas Freitas e Miro Teixeira em suas charges para outro jornal, o *Última Hora*. A denúncia foi feita por *Pasquim*, em sua edição de n.º 694, de 14 a 20 de outubro de 1982.

JORNALISTAS PROCESSAM QUÉRCIA

Trinta jornalistas que foram empregados do *Jornal de Hoje*, do senador Orestes Quércio, estão processando o parlamentar por não haver pago os direitos rescisórios decorrentes de sua demissão. Os jornalistas também reclamam que o senador não depositou seu FGTS, nem pagou a eles férias proporcionais, 13.º salário proporcional e horas extras. Como se recorda, Quércio resolveu vender seu jornal ao *Diário do Povo*, depois de dois anos de existência.

RELAÇÃO DE FIGUEIREDO COM IMPRENSA PIORA

Os jornalistas que fazem a cobertura do Palácio do Planalto garantem que a relação entre o presidente da República e os representantes da imprensa deteriora-se a cada dia. A explosão de irritação do general Figueiredo com o repórter Roberto Stefanelli, da *Folha de S. Paulo*, ocorrida em Natal (RN), no dia 8 de outubro, foi apenas um sintoma dessa deterioração. Figueiredo esbravejou e pareceu até que agrediria fisicamente o repórter da *Folha* por ele lhe ter perguntado se o engenheiro Leonel Brizola tomaria posse no caso de vencer as eleições para o governo do Rio de Janeiro. Os colegas de Stefanelli hipotecaram-lhe a solidariedade contra a agressão verbal de que foi vítima e preocuparam-se com o destino de seu serviço passadas as eleições. Pois se o presidente já anda assim irritado agora, quando precisa da simpatia dos jornalistas, imagine-se depois das eleições, quando já não precisará mais dela.

CASO WRIGHTGATE ABALA JORNALISMO ESPORTIVO

O chamado "caso Wrightgate" abalou o jornalismo esportivo brasileiro. Foi, sem dúvida, uma operação ousada. A equipe da Rede Globo de Televisão sugeriu ao juiz de futebol José Roberto Wright que utilizasse um microfone escondido em seu uniforme durante o jogo final da Taça Guanabara, entre Flamengo e Vasco, no dia 22 de setembro. Enquanto isso, uma câmera o acompanharia permanentemente. O resultado, divulgado no programa *Esporte Espectacular* de 25 de setembro, foi efetivamente espetacular. Pela primeira vez, os espectadores podiam ouvir todas as conversas que ocorrem entre juiz e jogadores dentro do campo. Só que os clubes, os jogadores e os outros juizes acharam que a ética foi ferida. E Wright foi severamente punido com uma suspensão. Para os jornalistas que promoveram a idéia, não sobrou nada. Mas fica a dúvida: será que também a ética jornalística não saiu arranhada do episódio, se a privacidade dos jogadores durante o desempenho de suas funções profissionais foi violada sem seu prévio conhecimento por uma emissora de televisão?

PESQUISADORES DENUNCIAM PRESSÕES

Durante o V ciclo de Estudos Interdisciplinares de Comunicação com participantes de diferentes regiões do país, constatou-se, através de depoimentos sobre fatos ocorridos em vários setores da pesquisa, da ação cultural e dos meios de comunicação, como TVs Educativas, Universidades Federais, universidades privadas, Secretarias de Cultura e Fundações educacionais, uma progressiva repressão à liberdade de pensamento e trabalho que vem se concretizando através de *demissões de profissionais, exploração e sobrecarga de trabalho dos remanescentes, tentativas de cooptação e intimidação, cortes de verbas para determinadas pesquisas, proibição de abordagens de temas e não utilização de mão de obra qualificada*, em função de interesses imediatos de imposição de uma determinada linha de pensamento e ação.

Em formas menos ostensivas, tem ocorrido ainda o cerceamento da publicação de resultados de pesquisas, a omissão da autoria dos trabalhos de pessoas afastadas de seus cargos, o impedimento de acesso aos dados por elas coletados, o controle e manipulação através de formas contratuais de trabalho (prestação de serviços, curto prazo, etc) e toda a sorte de dificuldades de acesso aos locais, instrumentos de pesquisa e produção intelectual. É indiscutível a relevância desse tema e sua natureza de problema concreto, sobretudo dentro de um momento histórico que se diz de "abertura".

Acreditando que as denúncias feitas não se circunscrevem a um setor isolado, mas dizem respeito a toda produção científica e cultural do país, nós, participantes do V Ciclo, julgamos imperioso que fatos semelhantes sejam tornados públicos, para que não se intensifiquem essas formas de censura e de bloqueio e a indução do processo de produção cultural do Brasil.

São Bernardo do Campo, setembro de 1982.

Censura

VITÓRIA DE CALÍGULA NA JUSTIÇA

Foi, com certeza, a mais retumbante derrota que a Censura sofreu nestes tempos de pretensa abertura. Claro que ela só ocorreu porque o que estava em jogo era apenas erotismo (ou pornografia, como querem muitos), não questões políticas. E também porque interesses econômicos poderosíssimos e internacionais estavam em jogo. Mas, de qualquer forma, valeu. Com base numa decisão judicial tomada devido ao atraso ilegal do julgamento pelo Conselho de Censura sobre o mérito do filme, a distribuidora Paris Filmes obteve a 29 de setembro o direito de exibir o polêmico *Calígula*, produzido por Bob Guccione (*de Penthouse*), parcialmente dirigido por Tinto Brass e com um roteiro original de Core Vidal. Tanto Vidal como Brass, contudo, não reconhecem a obra como sua, pois foi enxertada de inúmeras cenas adicionais de sexo explícito e violência não previstas por eles. Com a decisão da Justiça, *Calígula* passou a ser exibido em todo o País, com preços de ingressos duas vezes mais caros que os normais. Faturou-se em média 8 milhões e meio de cruzeiros por dia, segundo cálculos conservadores, nas primeiras três semanas de exibição. O governo recorreu e tirou de exibição o filme no dia 20 de outubro. Milhares de brasileiros assistiram às cenas que até então apenas uns poucos privilegiados haviam tido a oportunidade de ver em Brasília. Consta que a maioria não gostou do que viu. Mas não se registrou, que se tenha tido conhecimento, nenhum esfacelamento familiar por causa do filme. As senhoras de Santana não foram atacadas sexualmente por hordas de jovens inspirados pelos bacanais romanos. As instituições nacionais conseguiram escapar incólumes de tão grande perigo. A Censura se demonstrou, pela enésima vez, uma entidade de completamente absurda e desnecessária.

INTEGRALISTA NO CONSELHO DE CENSURA

Abel Rafael Pinto e seu suplente João Arantes da Silva, integralistas convictos, são os novos membros do Conselho Superior de Censura. Supostamente, eles representam no órgão o pensamento da Igreja Católica, indicados que foram pelo arcebispo de Brasília. O titular Abel Rafael, que participou das comemorações dos 50 anos do Movimento Integralista em São Paulo, tem opiniões muito firmes sobre o papel que vai desempenhar: ele é contra "a degradação da família e dos costumes que está ocorrendo por aí, em toda a parte" e quer estender a ação do Conselho de Censura

ra às publicações. Abel Rafael acha um absurdo que se noticiem estupros na televisão, fica estarecido com o personagem de João Soares, o Capitão Gay, crê que o fundamento moral da censura é cristão e classifica o liberalismo de "essencialmente ateu". Todas essas opiniões foram publicadas pela *Folha de S. Paulo* de 6 de outubro de 1982.

DIRETORA RECONHECE DESVIO

Com absoluta sinceridade, a diretora da Divisão de Censura da Polícia Federal, Maria Solange Hernandez, admitiu no dia 27 de agosto que retirou do processo do filme *Prá Frente Brasil*, de Roberto Farias, os pareceres dos quatro técnicos da Censura que opinavam pela liberação da obra de arte. Não houve nenhuma punição disciplinar à funcionária pública pela sua insólita maneira de proceder. Solange disse que achou os pareceres "dispensáveis" e ficou tudo por isso mesmo. Quanto ao filme, será julgado novamente apenas no ano que vem, depois das eleições.

JORNALISTAS DO HP PRESOS

Os jornalistas Ricardo Lessa e Pedro Camargo foram presos, assim como Cláudio Campo candidato a deputado federal, todos por causa da reportagem publicada há meses atrás pelo jornal *Hora do Povo*, que denunciava contas ilegais na Suíça de autoridades brasileiras. Os jornalistas deverão cumprir penas de dois anos e três meses de detenção. A prisão dos jornalistas foi recebida com indignação por toda a categoria e pelas lideranças políticas de oposição.

JORNALISTA CONDENADO PELA LSN

O jornalista Juvêncio Mazarollo, do *Nosso Tempo*, de Foz de Iguaçu foi condenado a um ano de prisão, sem direito a *sursis*, pela Lei de Segurança Nacional, por seu jornal ter publicado reportagem sobre agricultores expropriados pela Itaipu Binacional e que realizaram manifestação de protesto contra a desapropriação.

LEITÃO PROCESSA ESTADÃO

O ministro chefe da Casa Civil, Leitão de Abreu, não gostou de um editorial de *O Estado de S. Paulo* a seu respeito e resolveu processar o jornal e seu jornalista responsável na Lei de Segurança Nacional. Contudo, a Justiça achou que não era caso de LSN e o jornalista Júlio de Mesquita Neto não será processado. O ministro Leitão, no entanto, promete recorrer da sentença.

TARSO DE CASTRO CONDENADO

O irreverente Tarso de Castro imaginou um diálogo entre Jânio Quadros e o presidente Figueiredo e publicou-o na *Folha de S. Paulo*. Jânio achou o texto desabonador de sua imagem de homem público e processou o jornalista, que foi condenado a um ano e três meses de prisão, sem direito a *sursis*. O jornalista está recorrendo da sentença, enquanto a categoria dos jornalistas mobiliza-se para prestar-lhe solidariedade.

Comunicação internacional UM JORNAL PARA TODOS OS USA

Um dos fenômenos da imprensa americana que sempre causou maior surpresa entre seus analistas foi o fato persistente de nenhum jornal ter obtido êxito nas tentativas de cobrir todo o território norte-americano, apesar de toda a sofisticação tecnológica e mercadológica de que dispõem. A rigor, embora o *New York Times* e o *Washington Post* tenham repercussão nacional, principal-

mente em virtude dos reflexos provocados por eles nos noticiários televisivos, só se pode falar de dois jornais que realmente atingem os 50 Estados uniformemente: *The Christian Science Monitor* e *The Wall Street Journal*. Os dois, no entanto, são lidos preferencialmente por setores muito específicos da sociedade (os adeptos da Ciência Cristã e os homens de negócios, respectivamente), sem chegarem ao grosso da população. Agora, mais uma tentativa está sendo feita. Trata-se do jornal *USA Today*, que lançou seu primeiro número na segunda semana de setembro. O objetivo da Gannett, cadeia jornalística a que pertence o *USA Today* é conquistar paulatinamente todo o país. Até 1987, ela pretende passar dos 200 mil exemplares da tiragem inicial para 2 milhões e 300 mil e chegar em todos os 9 milhões de quilômetros quadrados dos Estados Unidos. A Gannett é a maior cadeia jornalística do país, com 88 jornais espalhados por 37 Estados. A exemplo do que ocorre em outros países, o *USA Today* terá seu corpo produzido numa cidade (Washington) e transmitido para diversas oficinas regionais, que imprimirão pequenas tiragens locais. Há quem desconfie de que a experiência não irá novamente ser bem sucedida, baseando-se na tendência já antiga de queda de vendas das publicações de interesse geral (em comparação com as de interesses específicos). Mas, de qualquer maneira, o lançamento de *USA Today* foi considerado a grande novidade da temporada de 1982 do jornalismo norte-americano.

OUTRAS NOVIDADES DA IMPRENSA AMERICANA

Contudo, o *USA Today* não é a única novidade da imprensa americana. *The New York Times* iniciou em agosto sua terceira edição regional, em seu caminho a longo prazo de se tornar também um jornal nacional. O *Times* já estava sendo impresso em Chicago e em Lakeland (Flórida), além da edição novaiorquina. E agora começou a ser publicado em Torrance, na Califórnia. E a Condé Nast Publications está anunciando para março de 1983 o retorno de uma das mais importantes revistas dos Estados Unidos da década de 20, a *Vanity Fair*, célebre pelo seu requinte editorial, que a Condé Nast promete preservar. *Vanity Fair* tratará principalmente de temas de arte e literatura e promete reunir uma equipe de colaboradores do mais alto nível. Outra revista nova é *TV-Cable Week*, ambicioso projeto do grupo Time, que promete lançar seu primeiro número ainda este ano. Será uma espécie de *TV-Guide* para os assinantes das estações de TV-a-Cabo, que são 31 milhões de residências em todo o país. Mas também há novidades ruins na imprensa dos Estados Unidos: *Saturday Review*, uma das melhores revistas semanais daquele país deixou de existir em agosto. Seu fundador e diretor Norman Cousins, um brilhante e veterano jornalista, anunciou o término da publicação, lamentando as modificações do mercado editorial americano que provocaram o fechamento de *Look*, *Life* (que retornou há poucos anos, sem o mesmo sucesso e periodicidade mensal) e agora a *Review*. O *Los Angeles Times*, talvez o jornal mais bem sucedido comercialmente do país, também enfrenta sérias dificuldades para sobreviver. O jornal congelou a contratação de funcionários, aboliu seções semanais de moda e consumo, determinou redução geral de custos e cortou reajustes salariais. As dificuldades são decorrentes da queda da receita proveniente dos anúncios. *Playboy* é outra célebre publicação dos Estados Unidos que enfrenta séria crise: teve um prejuízo de 52 milhões de dólares no ano fiscal de 1982, recentemente encerrado. Em 1981, tinha tido um lucro de 14 milhões. Além disso, pequenos acidentes na cobertura dos acontecimentos sempre ocorrem. Um deles chamou a atenção da imprensa brasileira, que se divertiu com a rata do mais influente diário norte-americano: ao comentar o discurso do presidente Figueiredo na ONU, em outubro, *The New York Times* chamou nosso general de José ao invés de João. Apesar das reclamações dos brasileiros, o *Times* não publicou qualquer correção posterior, provavelmente devido à pouca importância do incidente. Não consta que o jornal tenha perdido qualquer leitor ou anunciante pela "gaffe". O erro demonstra que a popularização do João não chegou à matriz.

FERIDAS DO VIETNÃ AINDA SANGRAM

Continua dando o que falar o documentário que a CBS exibiu em janeiro sobre o episódio da ofensiva do Tet, ocorrida em 1968 contra as tropas norte-americanas estabelecidas em Saigon. A intensa polémica provocada pelo programa, que se prolonga há dez meses, é uma demonstração de como as feridas provocadas pela guerra do Vietnã na sociedade norte-americana continuam sangrando abundantemente. O documentário da CBS, intitulado "O Inimigo Incontável: Uma Impostura-

Vietnamita", consistia numa peça de acusação contra os serviços de inteligência do Exército dos Estados Unidos que, deliberadamente ou não, subestimaram a capacidade de ataque dos guerrilheiros vietnamitas às vésperas da ofensiva do Tet. A exibição do programa causou irritação nos setores mais conservadores da sociedade americana, ainda muito suscetíveis a críticas ao papel por eles desempenhado durante o conflito asiático. O general William Westmoreland, que foi comandante das tropas dos USA no Vietnã, reagiu com particular agressividade, acusando a CBS de manipulação de informações. Em maio, a revista *TV-Guide*, fugindo de seus padrões, publicou extensa reportagem intitulada "Anatomia de Uma Mentira", em que procurava — com base em fontes da própria CBS — provar que o programa da emissora tinha sido forjado com intenções políticas premeditadas. A matéria de *TV-Guide* (que é a revista de maior circulação nos Estados Unidos) causou grande celeuma e a CBS resolveu instituir uma comissão de investigação para apurar as denúncias que ela fazia contra si. Depois de dois meses, o presidente da CBS, Van Gordon Sauter, convocou a imprensa para anunciar o resultado do trabalho da comissão. Sauter admitiu que houve falhas jornalísticas no documentário. Contudo, ele reafirmou que a tese central do programa era verdadeira, apesar de ele não corresponder aos padrões jornalísticos da CBS, por não ter ouvido personalidades que tinham versões diferentes sobre o episódio. Principalmente, o que a CBS negava era o caráter de conspiração do general Westmoreland que o documentário originalmente denunciava. Agora, em outubro, a última edição da *Columbia Journalism Review*, tradicional revista acadêmica de "media-criticism", comenta o resultado da investigação interna da CBS, dizendo que ela — a exemplo do que ocorrera com a reportagem de *TV Guide* — foi incapaz de negar a veracidade dos fatos denunciados pelo documentário. Segundo a *Review*, é impossível provar deficiências de substância do programa produzido por George Crile e Mike Wallace. Pelo contrário, é possível encontrar problemas jornalísticos com a reportagem de *TV-Guide*. Entretanto, a *Review* admite que o programa de Crile e Wallace foi dominado por uma obsessão com a idéia de conspiração e elogia a CBS por ter se mostrado sensível às críticas que sofreu e promovido uma apuração dos fatos isenta e responsável. Curioso, contudo, é que *TV-Guide* parece ter gostado de suas novas funções de jornalismo investigativo sobre o jornalismo televisionado e voltou a publicar uma longa matéria meses depois, desta vez criticando todos os telejornais que mostram, segundo a conservadora revista, uma tendência para simpatizar com os rumores internacionais "plantados" pelos inimigos do capitalismo, como Fidel Castro, Leonid Brezhnev e o Coronel Khadafi.

MELHORA NOTICIÁRIO INTERNACIONAL NOS USA

Se o jornalismo norte-americano começa a receber críticas do gênero que *TV-Guide* fez às grandes redes de televisão, é sinal de que alguma coisa está melhorando na cobertura internacional feita naquele país. O próprio secretário de Estado adjunto para assuntos de direitos humanos Elliot Abrams queixou-se de que os jornais norte-americanos dão excessivo destaque às violações a tais direitos ocorridas em El Salvador e Guatemala, mas não ligam para o que ocorreu na Nicarágua. Na verdade, a tendência na direção de maior independência dos jornais em relação às fontes oficiais no noticiário internacional já vem sendo notada há algum tempo. Em edições recentes, tanto a *Washington Journalism Review* quanto a *Columbia Journalism Review* constataram o fato. E José Ridardo Eliaschev, no diário mexicano *Uno Más Uno*, também destacou o fenômeno há pouco tempo. Para confirmá-lo, a revista *Time*, em sua edição de 21 de junho, publicou um desconcertante libelo contra a censura israelense no Líbano durante os recentes acontecimentos de genocídio ocorridos ali, que seria inimaginável há alguns anos atrás, dado o tradicional alinhamento dos Estados Unidos com Israel. Diga-se, de passagem, que correspondentes brasileiros como Paulo Francis realçaram o fato de que a cobertura das emissoras de TV dos Estados Unidos dos massacres no Líbano foram muito mais independentes dos interesses de Israel do que a das emissoras brasileiras, cujo governo — ao contrário do americano — não está tão próximo da política de Israel.

REVISTAS AMERICANAS CRESCEM

Apesar da recessão nos Estados Unidos, o negócio das revistas como um todo parece estar em plena ascensão. Pelo menos este é o relato de Hugo Estenssoro, correspondente de *Senhor* em New York, em sua excelente seção "Publicidade" (13/10/82). O setor cresceu 6% nos oito primeiros

meses de 1982 em comparação a igual período de 1981. Além disso, alguns títulos como *Discover* (revista científica do grupo Time), *People* e *Fortune* atingiram índices particularmente impressionantes. Na lista das maiores revistas do país, *TV-Guide* e *Time* mantiveram os dois primeiros lugares, mas *Newsweek* superou o *Reader's Digest* no terceiro posto. O *Digest* caiu para quarto lugar e *People* está em quinto.

EM ÉPOCA DE CRISE, SOLUÇÃO É ANUNCIAR

O progresso das revistas norte-americanas provavelmente é resultado das conclusões a que chegaram os anunciantes de que em épocas de recessão a melhor saída é investir em publicidade. De acordo com Hugo Estenssoro em *Senhor* (22/9/82), dois estudos sobre o desempenho das empresas no período da recessão de 1973 a 1975 indicam que as companhias que investiram mais em anúncios foram as que mais lucraram tanto naqueles anos como principalmente nos subseqüentes. As que cortaram verbas publicitárias, ao contrário, foram as que tiveram as maiores perdas. Talvez por causa disso, grandes companhias, como as Sopas Campbell, a Quaker, a General Motors e a Chrysler resolveram aumentar suas verbas para anúncios quando surgiu este novo período recessivo.

RÁDIO HAVANA INVADE ESTADOS UNIDOS

A Rádio Havana resolveu contra-atacar às investidas com que a Voz da América estava invadindo os receptores cubanos nos últimos meses numa estratégia propagandística ousada na guerra ideológica entre Estados Unidos e Cuba. Durante quatro horas, no início de setembro, milhares de ouvintes de todos os Estados Unidos, inclusive da região do meio-oeste, foram atingidos pelas emissões da Rádio Havana. Com este contra-ataque, o governo cubano espera convencer o americano a desistir da instalação da Rádio José Martí, que pretende ser uma sucedânea da Rádio Europa Livre, que atinge os países do Leste europeu.

CINEMA RUSSO RESSUSCITA

O cinema russo, que em seus primórdios ofereceu ao mundo alguns dos maiores cineastas da história e que sob o stalinismo pareceu ter sucumbido ao burocratismo estéril, está reaparecendo em grande estilo. No último Festival de Veneza, os filmes soviéticos foram a sensação: *Vida Privada*, do veterano Julij Rajzman, e *Voz*, de Iljia Averbach, foram muito aplaudidos e já há críticos europeus comparando a nova fase do cinema soviético com a "nouvelle vague" francesa, tanto em termos de importância estética como de conteúdo.

NOVO CANAL DE TV INGLÊS

Está funcionando desde 1.º de novembro o novo canal de televisão inglês. É o quarto e é particular, destinado a um público sofisticado: os jovens, as minorias raciais, os intelectuais. O Canal 4 dará espaço para produtores amadores, pretende oferecer diferentes versões da mesma notícia em seus telejornais, mostrará filmes inéditos nos cinemas. Pelas suas pretensões, logo estará superando os dois canais estatais da BBC e o Canal 3 independente, que — de acordo com a maioria dos relatos dos correspondentes jornalísticos brasileiros em Londres — têm oferecido ao público uma programação enfadonha. Entre as novidades do Canal 4, a inclusão de alguns produtos brasileiros na programação: *Malu Mulher* e os números musicais do *Fantástico*, no horário de domingo de manhã.

VIDEO-CASSETTE CAI NO JAPÃO

Produtores japoneses de vídeo-cassete estão preocupados com a queda nas vendas registradas em seu próprio país e no resto do mundo. Depois de taxas de crescimento que chegaram a 114% ao ano, em 1982 elas não passarão de 31% em relação ao ano anterior. Apesar da preocupação, os produ-

tores estão seguros de que o futuro do vídeo-cassete é o mesmo da televisão e da televisão em cores: logo estará na maioria das residências dos países industrializados.

Tecnologia

COMEÇA DISPUTA DO VIDEO-CASSETTE

Com a entrada no mercado da Sony e da Philco, começou a disputa pelo consumidor de vídeo-cassete nacional, depois de seis meses de virtual monopólio da Sharp. A Sony utiliza o sistema Betamax e a Philco, a exemplo da Sharp, o VHS. Os preços são mais ou menos equivalentes e a qualidade dos produtos também. A desvantagem da Sony é que o sistema Betamax é bem menos difundido que o VHS, não sendo, por exemplo, utilizado pela maioria dos vídeo-clubes brasileiros. A receptividade do mercado, por enquanto, não tem sido das maiores, provavelmente devido à crise econômica que aflige a classe média do País. Por enquanto, a Sharp conseguiu vender apenas cerca de 10 mil unidades, esperando chegar a 15 mil até o final do ano, quando seus planos iniciais previam a venda de 15 mil aparelhos até o final da Copa do Mundo. Portanto, com a concorrência da Philco e Sony e, em 1983, da Semp-Toshiba e da CCE, os poucos possíveis compradores de vídeo-cassete poderão escolher vantajosamente a marca que melhores ofertas lhes fizerem, pois eles serão disputados de todas as formas pelos produtores. Para os que já têm o aparelho, uma boa notícia: a Mac Industrial, empresa de Manaus, passará a comercializar ainda este ano filmes nacionais em fitas de vídeo. Os primeiros títulos serão: *Os Cafagestes*, *Enterro da Cafetina*, *Obsessão* e *Matador Profissional*. Espera-se, caso a iniciativa tenha êxito, que a presença de filmes de melhor qualidade seja mais intensa no futuro.

SATÉLITE LANÇADO EM 85

Está confirmada a data de lançamento do satélite brasileiro de telecomunicações: março de 1985, de acordo com declaração do ministro Haroldo Correa de Mattos. Segundo ele, todos os contratos já foram assinados e não há mais dificuldades técnicas ou burocráticas para serem superadas.

ÚLTIMAS NOVIDADES NA FOTOGRAFIA

Um filme colorido com a velocidade de 1000 ASA da Kodak (uma sensibilidade duas vezes e meia maior do que a do mais sensível filme colorido hoje no mercado) e uma câmera com velocidade de obturação de até 1/4000 da Nikon são as duas mais recentes novidades tecnológicas na área da fotografia. O filme da Kodak já estará à venda em 1983, a um preço que se calcula estará por volta dos U\$ 5,00 nos Estados Unidos. A nova Nikon (modelo FM2) já está à venda nos Estados Unidos e no Japão e entre suas características técnicas está uma regulagem de fotômetro que vai de 12 a 6400 ASA.

DISCO COMPACTO VAI REVOLUCIONAR O SOM

Acaba de ser anunciado o lançamento de um novo tipo de disco musical, que está sendo considerado como o mais revolucionário da história da indústria fonográfica desde o do "long-play" em 1948. Trata-se do disco compacto, projeto da Philips e da Sony em conjunto, que tem 12 centímetros de diâmetro (em comparação com os 30 do long-play) e 60 minutos de som em uma só face (o long-play tem 50 minutos em duas faces). O disco compacto dispensa o uso de toca-discos com agulhas e utiliza tecnologia do raio laser. A Philips brasileira pretende lançá-lo no mercado nacional em maio de 1983. O novo disco custará cerca de 3.200 cruzeiros por unidade, ao câmbio do dólar de outubro, bem mais caro, portanto, que o disco comum (que está custando cerca de 1.500 cruzeiros). Mas apresentará inúmeras vantagens: não estraga, não acumula poeiras, a reprodução do som é mais perfeita, dura muito mais tempo. O toca-discos a laser custará cerca de 160 mil cruzeiros, quase o mesmo de um tradicional. A CBS, a Polydor e a Barclay são gravadoras que já estão produzindo os novos discos. (Veja, 6/10/82).

INFORMAÇÃO POR COMPUTADOR NA TELA

Já está funcionando a primeira empresa de venda de informações via computador do Brasil, a Videonews, de São Paulo. Pelo preço de 120 mil cruzeiros mensais, ela fornece a qualquer pessoa interessada, o noticiário completo das agências americanas UPI e Unicom e da brasileira A.J.B. O sistema assemelha-se ao do vídeo-texto da TELESP, sendo apenas mais específico do que aquele. O público preferencial inicial da empresa serão os empresários e altos executivos. (Veja, 22/9/82).

Gente

BRASIL PERDE DOIS GRANDES JORNALISTAS

Com apenas alguns dias de distância entre uma morte e outra, os jornalistas brasileiros choraram a perda de dois de seus melhores companheiros: Emir Nogueira e Gastão Thomaz de Almeida, ambos líderes da categoria e diretores do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo. Emir era o presidente do Sindicato, estava com 55 anos, ocupou diversos cargos em importantes redações paulistas (era editor de textos da *Folha de S. Paulo* quando assumiu a presidência do Sindicato em 1981), ensinava Jornalismo na Faculdade de Comunicação Social César Lúber e ganhou o respeito e a admiração de toda a categoria por seu comportamento sereno e conciliador. Gastão Thomaz de Almeida também estava com 55 anos, era especializado em assuntos de agricultura, esteve presente ativamente no movimento sindical por vários anos, dedicando-se com carinho particular à organização dos jornalistas do Interior e à preservação da memória jornalística. Com a morte de Emir e Gastão, o jornalismo brasileiro, em especial o paulista, torna-se mais triste. Contudo, seus exemplos servirão de motivação para que os que continuam na luta prosigam seu trabalho de dedicação à categoria.

MUNDO PERDE TRÊS ASTROS DO CINEMA

Três grandes astros do cinema: Henry Fonda, Ingrid Bergman e Grace Kelly. Os três morreram no último bimestre, deixando desoladas suas multidões de fãs. Fonda estava doente há vários meses e nem mesmo pôde comparecer à cerimônia de entrega de seu único Oscar, por sua última interpretação, no filme *Num Lago Dourado*. Estava com 77 anos e entre a formidável galeria de grandes personagens que criou na tela (95 filmes) e no teatro (75 peças), destacaram-se os que representavam personalidades nobres como a sua própria, em especial o inesquecível Tom Joad, no pungente filme de John Ford *As Vinhas da Ira*, de 1940. Ingrid Bergman estava com 67 anos e também lutava contra o câncer há muito tempo. Seu último papel foi da primeira-ministra israelense Golda Meir, num filme feito para a televisão. Mas o personagem mais célebre que criou foi Ilse, em *Casablanca*, quando formou um inesquecível par romântico com Humphrey Bogart. Outro momento memorável de sua carreira ocorreu no único filme que fez dirigida pelo conterrâneo Ingmar Bergman, *Sonata de Outono*. Grace Kelly morreu de forma inesperada, devido a um acidente de automóvel. Grace abandonara o cinema, no auge da fama, aos 26 anos, em 1956, para casar-se com o príncipe Rainier de Mônaco e nunca mais voltou às telas. Sua legenda, no entanto, permaneceu inalterada, bem como seu prestígio de grande atriz, que teve seus melhores momentos em *Alta Sociedade* e *Ladrão de Casaca* (de Alfred Hitchcock) e em *Amar É Sofrer*, com William Holden, pelo qual ganhou um Oscar. Morreu aos 52 anos de idade.

OUTRAS MORTES DO BIMESTRE

Outras perdas importantes no mundo das artes ocorreram no bimestre. *Alberto Cavalcanti*, um dos precursores do cinema brasileiro, morreu em Paris, aos 85 anos, deixando uma obra quase toda filmada fora do País. Teve participação ativa na construção dos estúdios Vera Cruz, no início da década de 50. O controvertido teatrólogo *Victor Garcia*, argentino radicado na França, que dirigiu duas importantes peças para o teatro brasileiro (*Cemitéria de Automóveis* e *O Balcão*, no final dos anos 60), morreu, também em Paris, aos 48 anos. Considerado um revolucionário do teatro moderno, utilizou métodos inovadores de interpretação e técnica. Finalmente, *Edu da Gaita*, um

dos maiores instrumentistas da música popular brasileira, morreu aos 65 anos, no Rio de Janeiro, deixando um acervo de mais de 200 músicas gravadas com inegável talento.

VINTE ANOS DE BEATLES

Foi comemorado em outubro o vigésimo aniversário da gravação do primeiro disco do conjunto *The Beatles*, que revolucionou por completo a música contemporânea, tendo sido considerado por alguns críticos como o evento musical mais importante desde o surgimento de Beethoven. No Brasil, o aniversário foi discretamente lembrado. A Editora Melhoramentos lançou um caro e bem cuidado livro com introdução do maestro Leonard Bernstein e programação visual de Andy Warhol, onde a história dos Beatles é narrada por fotografias e textos. A TV 2 Cultura produziu e apresentou um especial com cenas dos mais importantes espetáculos ao vivo realizados pelo conjunto. As rádios FM dedicaram muitas programações especiais aos maiores sucessos do quarteto. Os jornais e revistas abriram matérias especiais para lembrar a história de Lennon, McCartney, Harrison e Star. E seus milhares de fãs aproveitaram a data para ouvir e sonhar com o som maravilhoso dos Beatles.

VANDRÉ VOLTA AOS PALCOS

Quatorze anos depois de ter submergido nas ondas da repressão que muitos crêem que ele ajudou a insuflar com suas canções panfletárias em 1968, Geraldo Vandré voltou aos palcos. Paraguaio, por enquanto, e brevemente de outras cidades latino-americanas fronteiriças ao Brasil. Ele se recusa a cantar em seu País enquanto a situação política não estiver inteiramente normalizada. Nos 14 anos em que seu talento inegável esteve escondido do público, Vandré cultuou a imagem de excentricidade que fez com que fosse várias vezes dado como louco. Contudo, segundo os que estiveram presentes ao seu retorno, o prolongado exílio musical não lhe diminuiu em nada a extraordinária capacidade de criar belas canções e sensíveis versos. Pelo contrário, os relatos são de que ele está até melhor do que antes como intérprete e poeta. Por enquanto, não se sabe dos planos de Vandré para futuras gravações. O que ele quer, segundo disse, é apenas realizar outros espetáculos nas fronteiras do Brasil.

Geral

A FALSIFICAÇÃO DE O SÃO PAULO

As forças da reação continuam ativas e fazendo vítimas entre os meios de comunicação que adotam posições de defesa dos interesses populares. Depois da onda de atentados a bombas contra bancas de jornais, que conseguiu aquilo que a Censura não conseguiu — a destruição da imprensa alternativa —, elas agora começam a se especializar em falsificações e edições apócrifas visando especialmente os setores progressistas da Igreja. A última e mais sensacional dessas operações foi a edição e distribuição de um número falso do jornal *O São Paulo*, órgão da arquidiocese de São Paulo. Caluniando o cardeal Dom Paulo Evaristo Arns, a edição custou caro e foi feita por gente do ramo. O DOPS promete investigar, mas quase ninguém espera que se chegue a qualquer conclusão sobre a responsabilidade por mais este crime contra a liberdade de expressão no País.

CRIADO PROGRAMA DE JORNALISMO CIENTÍFICO

A Superintendência de Desenvolvimento Social do CNPq está mantendo, desde o início de 1982, um Programa de Jornalismo Científico, destinado a estimular a divulgação da ciência e da tecnologia através dos meios de comunicação de massa. Para orientar o referido programa, o CNPq criou um Comitê de Jornalismo Científico, constituído por cientistas e por jornalistas — contando inclusive com a participação de representantes da Federação Nacional dos Jornalistas, da Associação Brasileira de Jornalismo Científico e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. A

primeira reunião do Comitê foi realizada no Rio de Janeiro, no dia 22 de setembro, sob a presidência do Sr. Celso da Cunha, Superintendente de Desenvolvimento Social do CNPq. Nesse primeiro encontro, o Comitê aprovou as diretrizes do Programa de Jornalismo Científico e definiu alguns projetos prioritários a serem desenvolvidos em 1983. Uma das metas a serem atingidas no próximo ano é a realização de Simpósios Regionais de Jornalismo Científico, destinados a estudantes e professores dos Cursos Universitários de Jornalismo, bem como a jornalistas profissionais interessados na divulgação de fatos ligados à ciência e à tecnologia. Registre-se que, em 1982, o CNPq apoiou a realização do 4.º Congresso Iberoamericano e do 1.º Congresso de Jornalismo Científico; contribuiu para a criação da Agência Brasileira de Divulgação Científica, mantida pelo Centro de Pós-Graduação do Instituto Metodista de Ensino Superior; e estimulou a publicação de textos sobre Jornalismo Científico, entre os quais uma edição monográfica da revista "Comunicação & Sociedade"; a primeira edição dos "Cadernos de Jornalismo Científico" e o folheto "Jornalismo Científico e Dependência: o caso Brasileiro".

QUE TIPO DE ANO DAS COMUNICAÇÕES TEREMOS?

A convocatória das Nações Unidas para fazer de 1983 o Ano Mundial das Comunicações é um tema que deve merecer a preocupação das instituições, pesquisadores e comunicadores em geral, porque tenta não apenas escamotear o processo da comunicação, como atinge diretamente as dimensões políticas, sociais e culturais da comunicação e da sociedade civil. Segundo os documentos que precederam a definição do tema pela UNESCO, o enfoque até agora adotado é predominantemente tecnológico, como já define seu nome oficial: "Ano Mundial das Comunicações: Desenvolvimento da Infraestrutura das Comunicações". Confirmando a proposta em andamento, foi designada a União Internacional de Telecomunicações para organizar e coordenar os aspectos interinstitucionais do programa e das atividades, segundo o "Boletim AMC", número um, lançado em março passado na Suíça. O mesmo Boletim, que é assinado pelo sr. M. Mili, coordenador do AMC, afirma que "ao adotar esta resolução, os representantes dos Governos de todo o mundo, reconhecendo a importância fundamental das infraestruturas das comunicações, como um elemento indispensável ao desenvolvimento econômico e social de todos os países, definiram claramente os objetivos do Ano: 1) Dar oportunidade a todos os países de realizarem um exame e análise a fundo das suas políticas em matéria de desenvolvimento das comunicações; 2) Estimular o crescimento acelerado da infra-estrutura das comunicações. Para conseguir esses objetivos, é indispensável a criação de comitês nacionais que possibilitem a reflexão e a ação em matéria de infraestrutura... Este interesse se explica pelo fato de que o desenvolvimento das infraestruturas das comunicações concerne a quase todos os domínios da atividade humana. Por isso, os comitês nacionais deveriam, na medida do possível, estarem formados por representantes de todos os setores de usuários, assim como dos fabricantes e comerciantes dessas infraestruturas". Dois outros antecedentes se juntam a esse articulado projeto para o próximo ano. Até agora, para concretizar o AMC, só foram convocadas as instituições nacionais de telecomunicações dos países signatários da UNESCO. Segundo, as empresas de comunicação — ao contrário dos anos anteriores — não receberam, por enquanto, nenhum chamado para discutir o AMC que, através delas, chegaria à sociedade civil.

Outra agravante é que o Comitê Nacional dos Estados Unidos para o AMC lançou um documento em março passado, revelando a posição que aquele país vem adotando para comemorar o Ano das Comunicações. O documento afirma "Como o Ano Mundial das Comunicações é o primeiro "Ano" internacional em que se reconhecem as vantagens sociais que se podem conseguir com o uso da tecnologia, os Estados Unidos da América começaram a estudar, através de uma série de reuniões, realizadas pelo Departamento de Estado, a forma de demonstrar durante o AMC as tecnologias que se podem utilizar para melhorar a infraestrutura das telecomunicações. Até o presente, realizaram-se três reuniões — a última em 12 de fevereiro passado — sob a presidência do sr. Don Jansky, Administrador Adjunto da Administração Nacional de Telecomunicações e Informações. Os principais participantes representavam empresas privadas, e as principais fornecedoras de serviços nacionais e internacionais de telecomunicações dos Estados Unidos: GTE International Inc., ITT, American Telephone and Telegraph Company, United Telecommunications Inc., Telephony, Arthur D. Little Inc., Huges Aircraft Company, COMSAT e muitas outras." Por fim, o último parágrafo do boletim editado pelo sr. M. Mili, já citado, é ainda mais taxativo ao afirmar que "podemos realmen-

te fazer do Ano Mundial das Comunicações o ponto de partida para a instalação de infraestruturas de comunicações, que respondam às necessidades planetárias do ano 2.000." (Regina Festa)

Comunicação popular SAIU O GRITA POVO

Saíram o primeiro e o segundo números de *Grita Povo*, jornal mensal da Região de São Miguel, bairro operário da cidade de São Paulo, editado pelo Centro de Comunicação e Educação Popular "Manoel do Ó". É um jornal tablóide, com oito páginas, muito bem editado e impresso, com uma pauta vigorosa e bem executada.

CORDELISTAS PROTESTAM

Os cordelistas brasileiros protestaram com veemência, humor e poesia contra a atitude de Francisco da Silva Bueno, autor do Dicionário Escolar da Língua Portuguesa, que em sua obra definiu o cordel como "poesia de pouco ou nenhum valor literário". O Dicionário foi editado através do Ministério da Educação e Cultura, que também foi alvo dos protestos dos cordelistas. Entre as reações, as seguintes rimas: "Professor Chico Bueno, a verdade não procura/Ensina que cordel nunca foi literatura/Afirmção infeliz, maculando na raiz/Nossa poesia pura.

EXPEDIENTE

Boletim intercom — Publicação bimestral editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Número 39 — Setembro/Outubro de 1982 — Ano V

Editor: Carlos Eduardo Lins da Silva

Colaboradores: Alice Mitika Koshyiama
Anamaria Fadul
Antonio Hohlfeldt
Celina Rebello Duarte
Ciro Marcondes Filho
Dilma de Mello
Edmir Perroti
Eron Brum
Eucléa Bruno
Francisco Rüdiger
Geraldo Bonadio
José Marques de Melo
Joseph Luyten
Lúcia Maria Araújo
Luiz Fernando Santoro
Marco Morel
Maria Cecília Silveiras
Michel Thiollent
Narciso Lobo
Regina Festa
Roberto Queiroz
Sérgio Caparelli
Tereza Hallyday

Produção: PROAL

Impresso na Gráfica da Escola de Comunicações e Artes da USP

Capa: Desenho de Ziraldo para o *Jornal do Brasil*

É permitida a reprodução de qualquer matéria, desde que citada a fonte.

INTERCOM — Caixa Postal 20793 — São Paulo-SP — CEP 01000

INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Diretoria (Biênio 1982/1983)

Presidente: José Marques de Melo

Vice-presidente: Anamaria Fadul

Secretário geral: Rogério Cadengue

1º Secretário: Luiz Fernando Santoro

2º Secretário: Roberto Queiroz

Tesoureiro: J. S. Faro

Conselho Fiscal: E. Lins da Silva, Regina Festa, Isaac Epstein, José M. Morán, Vera L. Rodrigues.