

O Natal na mídia brasileira

SUELI ANGELICA DO AMARAL
(Universidade de Brasília)

MARQUES DE MELO, José e KUNSCH, Waldemar Luiz (Orgs.). *De Belém a Bagé: imagens midiáticas do Natal brasileiro*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, Cátedra Unesco/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 1998. 444p.

O livro, intitulado *De Belém a Bagé: imagens midiáticas do Natal brasileiro*, foi organizado por José Marques de Melo e Waldemar Luiz Kunsch, editado em 1998, como resultado do projeto da Rede Nacional de Pesquisa Comparativa: "*Imagens Midiáticas do Natal de 1996*".

Foi encontrada uma solução criativa para a concretização da pesquisa, que exigia soma considerável de recursos para o seu financiamento. Apesar de corresponder aos objetivos e interesses de atuação da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, instalada no campus da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), em maio de 1996, tal pesquisa corria o risco de não se efetivar, uma vez que a referida Cátedra dispõe de mecanismos para o credenciamento e legitimação acadêmica dos pesquisadores, mas não conta com orçamento para remunerar o trabalho individual dos interessados na participação.

Assim, foram encontradas formas de parceria acadêmica legitimadas pela comunidade científica mundial. José Marques de Melo, titular e diretor científico da Cátedra, obser-

vou que durante o congresso internacional de comunicação, realizado em 1996, vários trabalhos apresentados haviam sido produzidos em regime de mutirão acadêmico. Voluntariamente, pesquisadores seniores, comprometidos com o avanço da ciência, receberam colaborações de pesquisadores-juniores, gratificados intelectualmente pela participação em redes internacionais de cientistas. Na verdade, tais estudos foram indiretamente financiados pelas universidades e instituições científicas em que atuam os respectivos pesquisadores.

As instituições são beneficiadas pelos créditos decorrentes da inscrição desses estudos em fóruns legitimadores da qualidade da produção acadêmica. Também se beneficiam os seus pesquisadores que contabilizam sua produção científica, critério mundialmente reconhecido para permitir ascensão na carreira acadêmica, que resultam evidentes compensações salariais e prestígio universitário. A partir do reconhecimento dessa nova "moeda acadêmica" por parte de colegas brasileiros de Marques de Melo, formou-se a Rede Nacional de Pesquisa Comparativa, composta por pesquisadores e/ou instituições, que assumiriam o compromisso de, mediante trabalho voluntário ou utilizando recursos próprios, realizar o estudo piloto sobre as entidades globais e regionais na cultura brasileira, tomando como referencial o conjunto das imagens midiáticas do

Natal de 1996, viabilizando a pesquisa.

O projeto do estudo comparativo do tratamento dado pela imprensa de diferentes regiões brasileiras à celebração do Natal (1996) foi coordenado por Marques de Melo, que contou com o jornalista Waldemar Luiz Kunsch como editor.

A obra consistiu na reunião de diversos trabalhos sobre o resgate das imagens natalinas projetadas pela mídia brasileira durante as celebrações de 1996. O título sugestivo evidenciou a cobertura geográfica dos jornais selecionados para a amostra midiática principal, que foi formada pelas edições dos jornais diários de informação geral, caracterizados como prestige papers, entre os que circulam em diferentes espaços da geografia brasileira, editados em pólos:

1 - Nacionais (*Correio Braziliense*, em Brasília; *O Globo*, Rio de Janeiro; *Folha de São Paulo*, São Paulo).

2 - Macrorregionais (*O Liberal*, em Belém; *Estado de Minas*, em Belo Horizonte; *Correio do Estado*, Campo Grande; *Zero Hora*, Porto Alegre; *Jornal do Commercio*, Recife).

3 - Mesorregionais (*Jornal da Cidade*, em Aracaju; *O Diário*, Boa Vista; *Gazeta do Povo*, Curitiba; *Diário do Nordeste*, Fortaleza; *Diário Catarinense*, Florianópolis; *O Popular*, Goiânia; *Correio da Paraíba*, João Pessoa; *Gazeta de Alagoas*, Maceió; *A Crítica*, Manaus; *Tribuna de Natal*, Natal; *A Tarde*, Salvador; *O Estado do Maranhão*, São Luís; *Meio Norte*, Teresina; *A Gazeta*, Vitória).

4 - Microrregionais (*A Tribuna*, em Angra dos Reis, RJ; *Correio do Sul*, Bagé, RS; *Jornal da Tarde*,

Bauru, SP; *Diário da Borborema*, Campina Grande, PB; *Correio Popular*, Campinas, SP; *O Monitor Campista*, Campos, RJ; *Diário da Manhã*, Chapecó, SC; *O Progresso*, Dourados, MS; *Jornal de Santa Catarina*, Blumenau, SC; *Tribuna de Minas*, Juiz de Fora, MG; *Folha de Londrina*, Londrina, PR; *O Diário de Mogi*, Mogi das Cruzes, SP; *O Mossoroense*, Mossoró, RN; *O Fluminense*, Niterói, RJ; *Jornal de Hoje*, Nova Iguaçu, RJ; *Jornal Novo Hamburgo*, Novo Hamburgo, RS; *Diário da Manhã*, Passo Fundo, RS; *Diário Popular*, Pelotas, RS; *Tribuna de Petrópolis*, Petrópolis, RJ; *Jornal de Piracicaba*, Piracicaba, SP; *Diário da Manhã*, Ponta Grossa, PR; *A Cidade*, Ribeirão Preto, SP; *A Razão*, Santa Maria, RS; *Diário do Grande ABC*, Santo André, SP; *A Tribuna*, Santos, SP; *Jornal do Poste*, São João del Rei, MG; *ValeParaibano*, São José dos Campos, SP; *Vale dos Sinos*, São Leopoldo, RS; *Correio do Triângulo*, Uberlândia, MG; *Diário do Sudoeste*, Vitória da Conquista, BA).

A segunda amostra midiática complementou a amostra principal, sendo formada pelos outros veículos diferenciados de comunicação, como a televisão, o rádio, a imprensa feminina e religiosa, estudados como ponto de referência para a análise comparativa das tendências observadas nos jornais diários de informação geral.

O período estudado foi o compreendido entre 15 e 28 de dezembro de 1996, escolhido como corte temporal suficiente para apreender as imagens natalinas, no tempo que precede a festa pelo registro dos fatos comemorativos do nascimento do Menino Jesus e pelo desdobramento imediato, sem incluir a

preparação para o Ano Novo.

A escolha dos jornais foi feita pela combinação dos critérios de circulação (maior tiragem e/ou amplitude de distribuição) e impacto como veículo formador de opinião pública. No caso da televisão, foram selecionados da programação do horário nobre dois telejornais (regional-local/nacional) e duas telenovelas (das 19h00 e das 20h00). A análise foi feita exclusivamente na programação da TV Globo, líder nacional de audiência.

Com relação ao rádio, foram escolhidos dois gêneros hegemônicos: radiojornal e programa de variedades, de emissora classificada como líder de audiência na cidade em que fosse analisado o jornal da amostra da pesquisa. Como revistas femininas de maior tiragem, foram analisadas as edições de dezembro de 1996 de *Cláudia* e *Nova*, publicadas em São Paulo pela Abril; bem como *Marie Claire* e *Criativa*, editadas pelo Globo, no Rio de Janeiro.

Para análise dos semanários católicos de maior expressão nacional foram indicados quatro títulos: *Jornal de Opinião*, de Minas Gerais, *O São Paulo*, do estado do mesmo nome, *Novo Milênio*, do Rio Grande do Sul e *A Voz do Paraná*, também do estado de mesmo nome. Além desses títulos foram estudados periódicos de diferentes denominações eclesiais representando a amostra da imprensa evangélica, considerando-se sempre as edições do mês de dezembro.

O entendimento da pesquisa é claro a partir do documento de trabalho, incluído na estrutura do livro, após sua apresentação, mostrando o roteiro da pesquisa, detalhando o procedimento investi-

gativo, a metodologia da análise e os resultados do projeto. O referencial básico serviu aos pesquisadores interessados em participar, coletando dados sobre as mídias selecionadas disponíveis em sua área geográfica de atuação.

Esse referencial básico, apresentado por José Marques de Melo versou sobre *As imagens do Natal na mídia paulistana*. O autor abordou a cultura global em busca da questão da identidade da comemoração do Natal no perfil cultural da sociedade brasileira. O Natal, como fato folclórico emblemático foi estudado a partir da tradição/inação da celebração religiosa, dos símbolos natalinos, da natureza da festa e foram elencadas as unidades jornalísticas das imagens da festa natalina em São Paulo, no ano de 1995, captadas pela ótica da mídia massiva pesquisada. Os resultados obtidos apontaram a configuração de um Natal globalizado, sem perder, contudo, a identidade nacional e sem abandonar as raízes comunitárias. Entretanto, tomas as evidências colhidas na cidade de São Paulo, sem mais nem menos, como indicadores do panorama brasileiro não seria lícito.

Assim, em seguida ao referencial básico, Waldemar Luiz Kunsch apresentou a análise comparativa realizada sobre *A identidade cultural brasileira nas imagens midiáticas do Natal de 1996*, a partir dos trabalhos apresentados pelos pesquisadores, que se dispuseram a participar da Rede Nacional de Pesquisa Comparativa, pesquisando as mídias disponíveis em seus locais de atuação, de acordo com a metodologia proposta pelo referencial básico. Esses estudos integraram o livro, na seguinte or-

dem:

1 - Jornais Editados em Pólos Nacionais: *Folha de S. Paulo*, São Paulo, por Fátima Aparecida Feliciano; *O Globo* e jornais microrregionais fluminenses, por Joaquim Sucena Lannes e Sérgio Cunha.

2 - Jornais Editados em Pólos Macrorregionais: *Zero Hora*, Porto Alegre, por José Carlos Stollmeier; *Jornal do Comércio*, Recife, por Betania Maciel de Araújo; *O Liberal*, Belém, por Nelson Sanjad.

3 - Jornais Editados em Pólos Mesorregionais: *A Gazeta*, Vitória, por Cícilia Maria Krobling Peruzzo e Adriana Perroni; *O Popular*, Goiânia, por Maria Beatriz Ribeiro Costa e Rodrigo Peixoto de Barros; *A Tarde/Diário do Sudoeste*, Salvador/Vitória da Conquista, por Heleusa Figueira Câmara, Zélia Nunes Saldanha, Luciene Mara Antunes dos Anjos e Verônica Figueira Câmara; *Correio da Paraíba/Diário da Borborema*, João Pessoa/Campina Grande, por Osvaldo Meira Trigueiro; *Meio Norte*, Teresina, por Maria das Graças Targino e Cristiane Portela de Carvalho.

4 - Jornais Editados em Pólos Microrregionais: *Correio do Sul*, Bagé, por Orlando Carlos Brasil; *Diário Popular*, Pelotas, por Antonio Herbele; *A Razão*, Santa Maria, por Nicolas Caballero Lois; *Jornal da Manhã*, Ponta Grossa, por Marcelo Engel Bronosky; *Diário do Grande ABC*, Santo André, por Valdenizio Petrolli; *Diário de Mogi*, Mogi das Cruzes, por William Pereira de Araújo; *Correio Popular*, Campinas, por Graça Caldas, Marcos Antônio Rebder Batista e Giovana Acácia

Tempesta; *A Tribuna*, Santos, por Benalva da Silva Vitorio, Adlete Hamuch Manzzi, Ana Paula dos Santos Rodrigues, José Renato Salaviel, Luciane Correia e Renata Battocchio; *ValeParaibano*, São José dos Campos, por Francisco Assis Martins Fernandes; *A Cidade*, Ribeirão Preto, por Luiz Carlos Messias da Silva, Luciana Alves da Silva Grili e Valter Jossi Wagner; *O Fluminense*, Niterói, por Marialva Barbosa; *Jornal do Poste*, São João del Rei, por Guilherme Jorge de Rezende.

5 - Imprensa Confessional: Jornais católicos por Pedro Gilberto Gomes, Denise Cogo, Miro Bacin, José Carlos Hofmester e Beatriz Marocco; *Folha Universal*, por Elias Boaventura e Maria Teresa Sokolowski.

Na análise comparativa, Waldemar Luiz Kunsch apontou os aspectos mais significativos de cada estudo apresentado, comparando as evidências desses estudos com as obtidas por Marques de Melo, destacando as conclusões sobre todos os aspectos ressaltados no estudo piloto. Ao final do livro foram mostradas páginas dos jornais pesquisados, algumas coloridas.

A leitura é agradável e louvável a iniciativa da publicação. Tal empreendimento acadêmico deve servir de estímulo à realização e divulgação de outras pesquisas sobre temas que possam ser desenvolvidos a partir da metodologia utilizada pela Rede Nacional de Pesquisa Comparativa, bem como para incentivar a criação de outras redes em diferentes áreas de atuação.

Modos de ver e viver Brasília

ANTÔNIO TEIXEIRA DE BARROS
(Centro de Ensino Unificado de Brasília)

MEDINA, Cremilda (Org.). *Narrativas a céu aberto: modos de ver e viver Brasília*. Brasília: Editora da UnB, 1998.

O cotidiano de Brasília, os discursos sobre a cidade, sobre a vida na capital federal. Este é o objeto deste livro-relato, um livro “caloroso”, que tematiza as relações de uma cidade denominada “fria”. Quem vem de fora já chega como portador de um imaginário dissuasor e antipático em relação à cidade, considera uma ilha (Bras-ilha), cenário de “tristes cerrados” (uma metonímia de *Tristes Tropiques*, de Lévi-Strauss), um “deslugar”, planalto das solidões, dos desafetos, dos guetos, do anonimato, da monotonia, até no clima. A seca. As chuvas. E vice-versa.

O livro é resultado da iniciativa da Professora Cremilda Medina. Ao ministrar um curso no Mestrado em Comunicação da Universidade de Brasília, intitulado “A Produção dos Sentidos na Contemporaneidade”, em 1997, propôs um desafio aos alunos: “resgatar no meio acadêmico e na comunicação social, a inquietude do gesto humano”, como ela mesma confessa na apresentação da obra. Os autores, na maioria seus alunos, foram orientados a utilizarem um método inovador: em vez de monografias, histórias humanas. No lugar das abordagens sobre a comunicação institucionalizada, a comunicação do

cotidiano, os sentidos no seu devir.

São 14 textos, os quais abordam os mais diversificados aspectos dos modos de ver e viver Brasília. Cada autor utiliza uma metodologia particular. Trata-se de um retrato da própria diversidade que é inerente à Comunicação. Diversidade temática, metodológica, de enfoque. Em outras palavras, o livro revela a natureza interdisciplinar da Comunicação. Nesse aspecto, aliás, cabe destacar a contribuição de autores da pós-graduação em História, na área de concentração *História: cotidiano, discurso e imaginário*.

A leitura da coletânea permite um passeio panorâmico pelos espaços, sentidos, relações e modos de se (in)comunicar do Distrito Federal, proporcionando uma reflexão sobre o *ethos* cultural brasiliense. Tal como a Comunicação (que inclui teorias e metodologias de diferentes áreas de conhecimento), Brasília é o resultado da soma de elementos, sujeitos, culturas e modos de falar de diferentes lugares. Brasília é a expressão máxima da diversidade, dos diversos *brasis*, como observou Gilberto Freyre (1968), tão logo a cidade foi criada.

Moderna na arquitetura e pós-moderna no viver, Brasília reúne vivências que constituem a síntese da cultura pós-moderna: consumismo, hedonismo, individualismo, dispersão (Harvey, 1992). Um exemplo disso é a própria relação da população brasiliense com a mídia:

"A mídia, como em todo centro urbano, é consumida vorazmente pela sociedade brasileira. As pessoas não têm contato umas com as outras, mesmo sendo vizinhas. A sociabilidade é realizada através dos meios de comunicação e mediante aparelhos eletrônicos, como o telefone celular. Isso provoca medo e dificuldade para enxergar a realidade com suas contradições" ("Baixo céu, mar de Brasília", p. 39).

Até mesmo uma das pessoas entrevistadas por um dos autores aponta esse problema:

"Acho que a marca da mídia está presente em nossa sociedade como um todo. Agora, eu me pergunto se Brasília não favorece mais ainda a dependência à mídia devido ao distanciamento dos problemas, à estratificação tão forte. Às vezes, tenho a impressão de que as pessoas estão menos envolvidas com problemas do cotidiano e mais com aquilo que assistem na mídia" (p. 39).

O livro, igualmente, pode ser considerado pós-moderno, não só pelas temáticas, mas principalmente pelos métodos utilizados e pela linguagem. A subjetividade é a marca de quase todos os textos, justificando o próprio título da obra. Essa tendência pode ser exemplificada com o início de alguns capítulos:

"Saí a caminhar um pouco hoje pela manhã. O céu estava muito claro, quase sem nuvens. O relógio marca quinze minutos para as oito..." ("Baixo o céu, mar de Brasília", Gabriela Balcázar

Ramírez);

"Desatar os derradeiros nós daquela precoce e frustrante união implicava deixar o apartamento no qual provisoriamente me instalara para, enfim, com o que me coubera na partilha da casa em São Paulo, dar entrada em nova morada por aqui" ("Se esta quadra fosse minha", Thereza Negrão de Mello).

A solidão, a segregação social, a *guetização*, a significativa presença de estrangeiros, os excluídos do consumo, o sentido de algumas profissões, sobretudo na área de Comunicação e a violência praticada pelos jovens são alguns dos principais temas explorados pelo livro. Além do estilo quase literário, a abordagem é quase antropológica, ou seja, voltada para questões que estão mais no nível micro do que no macro - as relações humanas, as vivências, a construção das identidades.

Para finalizar, vale ressaltar a força das narrativas. Os autores falam sobre Brasília, mas o sentido de seus discursos transcende o nível local. Como o céu de Brasília, que parece tão próximo da cidade, o local se aproxima do universal ou com ele se confunde. São narrativas que também revelam os sentidos da sociabilidade contemporânea, da cultura globalizada, da condição humana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FREYRE, Gilberto. *Brasis, Brasil e Brasília*. São Paulo: Record, 1968.
HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.

História da Imprensa em Santa Bárbara d'Oeste

BELARMINO CESAR G. DA COSTA
(Universidade Metodista de Piracicaba)

QUEIROZ, Adolpho e NEGRI, Ana Camilla França de. (Orgs.). *A história da imprensa em Santa Bárbara d'Oeste*. Santa Bárbara do d'Oeste: Socep, 1998. 160p. (Coleção Santa Bárbara – história e memória, 3)

A comunicação neste final de século é caracterizada pelo fascínio das tecnologias interativas, multisensoriais e globalizadas. Tudo se passa como se a comunicação humana fosse apenas não presencial, desterritorializada e sistêmica. A imagem de uma máquina de escrever, quando as redações já se encontram plenamente informatizadas, na capa do livro *A história da Imprensa de Santa Bárbara d'Oeste*, organizado pelo professor Adolpho Queiroz e sua orientanda Ana Camilla França de Negri - Curso de Jornalismo da Unimep/PIBIC/CNPq -, subverte uma tendência ao sugerir, de imediato, que a comunicação deve ser apreendida na historicidade e nas redes de relações que vão se constituindo a partir da localidade.

Apesar de rememorar mais detidamente a história dos veículos impressos que passaram a circular em 1888, com o sugestivo nome de *A Aurora*, *A história da Imprensa em Santa Bárbara d'Oeste*, uma cidade hoje com 171 mil habitantes, no interior de São Paulo (130 km da capital), contribui para reconstituir aspectos importantes da comunicação

neste século, quais sejam, a imagem em movimento do cinema, os altofalantes nas praças públicas, a regionalização da TV, bem como a segmentação de público com os jornais de empresas, clubes, associações.

Inserida na coleção Santa Bárbara - História e Memória, que constitui para o Prefeito Municipal, Adilson Basso, "um agradável passeio pela nossa história", a pesquisa organizada por Adolpho Queiroz e Ana Camilla traz, em função da minuciosa catalogação de dados, descrições curiosas sobre a narrativa jornalística e a inserção da publicidade, em diferentes períodos históricos. Em suas páginas, acrescenta Adilson Basso: "o leitor vai encontrar nomes de pessoas que atuaram decisivamente na confirmação das tradições da imprensa; vamos conhecer como falavam e agiam os nossos políticos; como escreviam os nossos poetas e romancistas; era o nosso humor; como anunciavam os comerciantes e industriais da cidade".

Uma das tendências que são transcendentais ao universo da imprensa barbarensense, mas que em sua localização ganha expressividade documental, diz respeito à passagem do predomínio dos artigos opinativos para as matérias informativas, uma narrativa que se fixava na adjetivação e que vai ganhando, nas últimas décadas, contornos mais descritivos, substantivos. Outras

constatações permitem discurrir sobre o tratamento quase inexistente, no passado, das matérias internacionais e da utilização atual de agências de notícias.

A História da Imprensa em Santa Bárbara d'Oeste, publicada pela editora Socep, tendo como apoio institucional a Universidade Metodista de Piracicaba, a Fundação Romi, PIBIC/CNPq e Prefeitura Municipal, aborda também aspectos relacionados à diagramação, uso de gêneros que não são jornalísticos, a exemplo da poesia, a criação de cadernos especializados. De imediato, uma obra que se dirige a jornalistas e publicitários, mas que torna-se referência de consulta para cientistas sociais, historiadores.

Nas palavras do Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Paulo César D'Elboux, que escreve o prefácio *Uma Página da Nossa História*, é possível, através das páginas impressas dos jornais da cidade observar as profundas transformações do século XX. "O jornal impresso representa um testemunho diário dos fatos e acontecimentos que contribuíram para o desenvolvimento de nossa cidade", acrescenta.

Exatamente, nesta perspectiva, que a Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, uma instituição supranacional, financia universidades brasileiras a realizarem, em 96, pesquisas sobre a história, trajetória e influência social, política e econômica de dezenove periódicos, dentre eles, o jornal *Diário de Santa Bárbara*. Ao relatar a história da imprensa em Santa Bárbara d'Oeste, Adolpho Queiroz e Ana Camilla afirmam que a regionalidade é um *locus*

necessário para observar todo processo comunicativo, mesmo que se refira à complexidade das redes descentradas e transnacionais.

Sobre os organizadores: prof. Adolpho Queiroz (doutor em ciências da comunicação pela UMESP, professor do programa de pós-graduação em Comunicação da UMESP e do departamento de Comunicação da UNIMEP. É assessor do gabinete do Prefeito de Santa Bárbara D'Oeste); Ana Camilla França de Negri (estudante do 7º semestre de Jornalismo da UNIMEP - trabalhou na pesquisa dos jornais, nas entrevistas e na elaboração dos textos do livro e do roteiro de vídeo como bolsista do PIBIC/CNPq).

A publicação também foi organizada pelos seguintes co-autores: Cíntia Kreft Andrade (aluna do 5º semestre de Rádio e TV da Unimep - trabalhou na pesquisa dos jornais e nas entrevistas como bolsista da Prefeitura), Daniela Lino (publicitária formada pela Unimep - trabalhou na pesquisa dos jornais e nas entrevistas como bolsista da Prefeitura), Fernando Ferreira de Almeida (coordenador do Curso de Comunicação Social da Unimep e mestrando em Comunicação pela UMESP), Giuliane Strapasson (estudante do 3º semestre de Publicidade e Propaganda da Unimep - trabalhou na pesquisa dos jornais e entrevistas como bolsista da Prefeitura), Lilian dos Santos (estudante do 5º semestre de jornalismo da Unimep - trabalhou na pesquisa dos jornais e nas entrevistas como bolsista da Prefeitura), profa. Maria Beatriz Bianchini Bilac (doutora em ciências sociais pela UNICAMP e coordenadora do Núcleo de Pesquisa e Documentação Regional da Unimep).

Teoria da Comunicação: um novo olhar

SAMANTHA CASTELO BRANCO
(Universidade Metodista de São Paulo)

MARQUES DE MELO, José.
Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998. 412p.

Um convite aos profissionais da área, aos formadores de opinião e aos estudantes dos cursos de Comunicação a refletir sobre as potencialidades do multiculturalismo na era da globalização. Esta é uma das portas de entrada da obra *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-americanos*, de José Marques de Melo.

Lançada no XXI Congresso da INTERCOM, realizado em setembro de 1998, em Recife - PE, a publicação, embora não seja este seu objetivo principal, coroa os 25 anos de maturidade acadêmica do autor, que conquistou, em 1973, o título de primeiro doutor em Jornalismo no Brasil.

Para marcar esta trajetória e pontuar os fenômenos universais da Comunicação, segundo os paradigmas difundidos pela corrente midiológica latino-americana - possibilitando, assim, ao leitor, um olhar diferenciado de tais fenômenos -, a obra apresenta uma coletânea de textos de José Marques de Melo ao longo de sua carreira acadêmica. Obviamente, o campo das Ciências da Comunicação não é imutável, tem passado por transformações de cenário, conceitos, teorias, paradigmas, até mesmo tendo em vista os avanços tecnológicos presentes em todo o mundo.

Contudo, exatamente porque os textos permanecem inalterados, é que retratam esta trajetória: "Quis preservar a identidade temporal que os caracteriza. Eles são frutos das circunstâncias que marcaram a minha trajetória intelectual. Não apenas a minha, mas de todos os integrantes da Escola Latino-Americana, cuja matriz hegemônica tem sido o hibridismo e cujo perfil cultural vem sendo determinado pela mestiçagem", ressalta o autor (p.14).

Embora o livro não forneça a fonte original dos textos, por terem sido publicados, em muitos casos, simultaneamente, em diversos veículos; ao final de cada capítulo, registra-se o ano de publicação correspondente. No entanto, cada título é adaptado jornalisticamente à linguagem contemporânea, o que revela a sintonia da publicação com a atualidade.

A obra é composta por duas grandes partes. No primeiro bloco, os capítulos iniciais giram em torno do desenvolvimento dos estudos da Comunicação e da formação de um campo específico de pesquisa no âmbito das ciências sociais aplicadas. O restante dos textos preocupam-se em traçar um perfil da Escola Latino-americana de Comunicação e do seu segmento brasileiro. Aliás, este é um dos méritos do autor: suprir a carência bibliográfica no tocante à História e características desta corrente de pensamento, confrontando-a com outras escolas e realçan-

do suas peculiaridades como um grupo de pesquisadores híbrido, mestiço, porém identificado pelo seu intercâmbio e discussão em torno dos paradigmas comunicacionais não apenas latino-americanos, mas que ultrapassam a fronteira do continente para lançar olhares panorâmicos e críticos sobre os temas midiáticos.

Os ensaios que debatem conceitos referentes aos fatos da Comunicação no século XX estão presentes na segunda parte do livro. Também são discutidos temas como o desenvolvimento regional, com base nas teses da UNESCO, as políticas

de comunicação na América Latina e, mais especificamente, no Brasil e o papel da mídia nos processos de transição democrática.

Finalmente, vale salientar não somente a relevância da obra para os estudos comunicacionais latino-americanos, mas o que muito bem Carlos Eduardo Lins da Silva escreve no prefácio: o pioneirismo e o valor acadêmico do trabalho do pesquisador José Marques de Melo no cenário das Ciências da Comunicação. E para ilustrar isso, nada melhor do que *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*.

A comunicação da pesquisa

SELY COSTA
(Universidade de Brasília)

MEADOWS, A. J.
Communicating research. San Diego: Academic Press, 1998. 366p.

O livro *Communication research*, de Jack Meadows é mais uma contribuição da série Library and Information Science, da Academic Press. Trata-se de obra de excepcional valor científico para aqueles interessados em como as mudanças tecnológicas vêm afetando a pesquisa acadêmica. Mudança e diversidade constituem o enfoque da obra, que analisa o período de transição do meio impresso para o meio eletrônico. Constitui leitura leve e agradável, embora rica de citações que exigem alguma erudição por parte do leitor. Identifica-se em todo o livro uma preocupação constante com comparações entre ciências

naturais, ciências sociais e humanidades, o que contribui para o entendimento das diferenças entre estas divisões do conhecimento.

Há uma riqueza de ilustrações em forma de tabelas de dados de pesquisas realizadas anteriormente que proporcionam uma complementação bastante útil e atualizada das questões discutidas em todo o livro. Considerando-se principalmente que as características básicas do pesquisador e de suas comunidades mudam de forma lenta, observa-se um cuidado por parte de Meadows em apresentar dados estatísticos que reflitam os aspectos mais fundamentais do problema, evitando assim que os mesmos não se apliquem no caso de haver mudança de um meio para outro.

O conteúdo está dividido en-

tre seis capítulos. No primeiro "Mudança e crescimento", são abordadas as primeiras formas de comunicação entre pesquisadores, desde a antiga Grécia, passando pela criação do periódico científico, das sociedades científicas, e chegando até o advento das mais modernas formas de comunicação eletrônica. No segundo, "Tradições da pesquisa", há uma discussão bem fundamentada do que o autor considera as divisões do conhecimento, onde aborda, entre outros aspectos, a questão das diferenças entre as diversas disciplinas e os estilos e comportamentos da comunicação entre pesquisadores, não deixando de discutir a questão com relação ao meio eletrônico. É o capítulo mais rico em citações. No terceiro, "Quem faz pesquisa e com que resultados", além de apresentar as principais razões para se fazer pesquisa, aborda as relações entre produtividade e idade, inteligência, motivação, liderança, comunidade de pesquisadores, mobilidade, etc. Há uma discussão sucinta, que vale a pena aprofundar com outras leituras pelo caráter inovador da mesma, sobre a classificação dos indivíduos em dois grupos: convergentes e divergentes, de acordo com os atributos relacionados com testes de inteligência, cursos preferidos, tipos de atitude e de interesses e características emocionais. Na discussão sobre os impactos das novas tecnologias, observa que a habilidade para usar computadores e redes de comunicação tem se tornado essencial no cenário de pesquisa. No quarto capítulo,

"Canais para comunicação de pesquisa", enfatiza, de forma bastante ilustrativa, o papel da leitura e como esta se processa, com base no sentido da visão. Estabelece relação entre estes pontos e o trabalho dos editores e bibliotecários como intermediários no processo. Como em todo o livro, finaliza discutindo os canais eletrônicos de comunicação. O quinto capítulo, "Tornando a pesquisa pública", é repleto de ilustrações a respeito dos meios pelos quais os resultados de pesquisa são comunicados, incluindo uma variedade de questões relacionadas a esse processo. O papel de editores, avaliadores e autores assim como os problemas comumente encarados por estes são apresentados. O último capítulo, "Descobertas sobre pesquisa", apresenta a discussão dos diversos procedimentos adotados por pesquisadores e intermediários (basicamente bibliotecários) na busca por informação.

Como afirma Lewis Wolpert ao comentar a obra de Meadows, "o livro constitui uma importante contribuição para um negligenciado campo - a geração, transmissão e uso de informação científica. Isso é sociologia da ciência na sua melhor forma".

O livro é complementado por um índice de cerca de 500 entradas, o que facilita a identificação direta de tópicos específicos de interesse. As referências bibliográficas, que incluem mais de 300 itens, são apresentadas no final do livro, em ordem numérica das citações dentro de cada capítulo.

Novos caminhos para a comunicação de massa

FÁBIA ANGÉLICA DEJAVITE

(Centro Universitário de Araraquara/Universidade Santa Cecília)

Wilson Dizard Jr. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. 327p.

Com a presença cada vez mais constante das novas tecnologias em nosso cotidiano, pelo menos, uma vez neste final de século nós, profissionais de comunicação, já nos deparamos questionando a respeito do futuro dos mass media. Como será que se dará as trocas e as mediações da informação no próximo milênio? Como se configurará os meios de comunicação de massa nessa nova era pós-Gutenberg e pós-McLuhan? E uma pergunta ainda mais intrigante: quais os tipos de benefícios que a interação - nova mídia e velha mídia, proporcionarão a uma democracia pós-industrial mais complexa?

É nesse universo que o autor, Wilson Dizard Jr., situa seu livro. Uma obra que se apresenta instigante pelo assunto abordado, de fácil entendimento, com uma linguagem acessível, servindo, assim, de introdução para os não iniciados na área em questão e para quem tem sede de conhecimento dessa complexidade que aflora, as novas tecnologias de informação; bem como de ferramenta para estudiosos, profissionais e estudantes de comunicação. O livro encontra-se dividido em nove capítulos, que possuem um ponto em comum: o

binômio velha mídia versus nova mídia. Na verdade, o professor Dizard faz uma revisão da evolução da comunicação de massa, projetando e prognosticando, ao mesmo tempo, o novo cenário das inovações tecnológicas das próximas duas décadas, através do estudo de caso dos Estados Unidos, país incentivador deste tipo de conhecimento.

Segundo analisa o autor, no começo do próximo milênio teremos disponíveis, como novas tecnologias, bibliotecas armazenadas em discos digitais, jornais eletrônicos portáteis e telecomputadores multimídia, que integrarão, numa única máquina, TV, videocassete, compact disc e computadores pessoais. O resultado será a formação de redes baseadas em computadores e circuitos que fornecerão informações tanto verbal, impressa ou em vídeo, em qualquer lugar.

No entanto, alerta o professor, nada disso se dará de maneira amena e dependerá de decisões econômicas, políticas e tecnológicas: "o futuro da mídia americana está diretamente ligado a este padrão pós-industrial em evolução e sua ênfase nas atividades de informação. Trata-se de um padrão com muito elementos - econômicos, ideológicos, demográficos e políticos. Como força dominante na comunicação de massa, a mídia desempenha um duplo papel, influenciando e sendo

influenciada por esses desenvolvimentos" (p. 109).

Diante desse contexto, de acordo com Dizard, o ponta pé inicial para os novos rumos das comunicações de massa já foi dado neste final de século. Ele identifica que cada uma das velhas mídias (jornal, revista, livro, rádio, as emissoras de televisão e a indústria cinematográfica) estão se adaptando às novas realidades tecnológicas.

O autor afirma ainda que estamos apenas à beira das mudanças dos sistemas de informações, que se processará, fundamentalmente, através de uma transformação radical dos padrões atuais da comunicação de massa. O resultado, afir-

ma, será a convergência de produtos familiares com novos lançamentos.

Porém, adverte para a importância de se fazer tais modificações em consonância com a garantia de acesso equitativo dos recursos de informação a todos, para que não aumente, ainda mais, a crescente divisão entre os ricos em informação e os pobres de informação. A obra traz também um glossário com jargões e termos advindos dessa nova revolução industrial e, constitui-se, finalmente, num excelente guia para se compreender o complicado contexto e inteirar-se do futuro da mídia nossa de cada dia.

Ação semiótica de Klaus Jensen (e o possível efeito de semiose para a pesquisa de recepção)

NILDA JACKS

(Universidade Federal do Rio Grande do Sul/
Universidade de Copenhague)

JENSEN, Klaus Bruhn. *La semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1997. 362p.

La semiótica social de la comunicación de masas,¹ de autoria do pesquisador e professor da Universidade de Copenhague (Dinamarca), Klaus Bruhn Jensen, é o resultado de 10 anos de trabalho interdisciplinar nas áreas de teoria

da comunicação, estudo dos meios e teoria da ciência, onde inclui-se também a obra de Charles Sanders Peirce e as teorias lingüísticas.

A formação em língua e literatura inglesas, o doutorado em lingüística e comunicação com ênfase no estudo dos meios, e o trânsito por diversas áreas de pesquisa talvez explique porque Jensen, embora tenha reservado a última parte deste livro² para explorar o discur-

1 O livro foi publicado pela Editora Sage, em 1995, com o título *The social semiotics of mass communications*. A versão espanhola apresenta sérios problemas, inclusive na nomeação de algumas categorias analíticas.

2 Sua última publicação é de 1998, pela Routledge, e chama-se *News of the world*. Ele é o editor do livro, no qual participam outros 12 pesquisadores de várias partes do mundo.

so científico contemporâneo pela perspectiva da Semiótica Social, o faz perpassando todo o volume, o que acaba tornando-se o ponto mais relevante de sua proposta teórico-metodológica.

Não que a comunicação de massa, em especial a recepção televisiva, seu objeto de estudo, tenha deixado de receber sua atenção, pelo contrário, mas seu esforço, e muitas vezes parece que sua tentação, leva a discussão para um patamar que secundariza o objeto propriamente dito.

Isto pode ser considerado ao mesmo tempo o ponto alto e a fragilidade do texto, pois para quem vai em busca de um modelo analítico acabado, como sugere o título, não o encontra, mas se depara com uma discussão teórica e epistemológica raramente encontrada entre autores da área.

O livro está organizado em três partes, a primeira dedicada à recuperação das fontes da semiótica social, a segunda ao tratamento da teoria da comunicação como uma semiótica de primeira ordem e a terceira à reflexão sobre o discurso científico como uma semiótica de segunda ordem.

Na primeira parte, que está dividida em três capítulos, o autor percorre uma trajetória que inicia-se em Platão, passando pelo Estruturalismo em direção ao Pós-estruturalismo, tendo como destino o encontro com o Pragmatismo, origem da Semiótica Peirciana, uma das bases que sustenta o modelo que defende para o estudo da recepção da comunicação de massa.

A estratégia utilizada é a crítica ao Estruturalismo partindo do ponto de vista do Pós-estruturalismo, como seria lógico, voltando-se

para o Pragmatismo de forma que ao mesmo tempo pudesse reconstitui-lo historicamente e fazer um arrazoado para sua adoção, propondo que uma saída possível, a que apresenta, para superar o esfacelamento provocado pelo Pós-estruturalismo, é o Pragmatismo.

É possível imaginar que pelo fato de atravessar quase 25 séculos de filosofia para traçar as origens, a construção e a defesa do Pragmatismo muita coisa foi pressuposta e/ou tratada de maneira implícita, o que para leitores desacostumados no percurso da história das idéias pode dificultar o entendimento de certas insinuações, ironias, jogo de palavras, imagens e referências a debates e/ou diálogos ocorridos recentemente ou há séculos atrás. O tratamento do tema, portanto, e do livro como um todo, perseguiu um desejo de construir um discurso erudito.

A idéia mais relevante para a defesa do Pragmatismo, e por sua vez da Semiótica, é a de semiose, por tratar-se de um processo contínuo de significação e não de um sistema de significados pré-definidos como defendia a teoria dos signos na tradição estruturalista.

Jensen empreende esta tarefa utilizando-se das chaves teóricas da própria Semiótica, apresentando constitutivamente o exemplo de sua proposta, ao que chamou de "ação semiótica", na recuperação do Pragmatismo, aproveitando para fazer "uma breve história dos signos" para chegar à Semiótica Peirciana propriamente dita, quando apresenta suas principais categorias e conceitos, até chegar ao Pragmatismo proposto por Peirce.

Aqui começa a esboçar sua proposta teórica para estudar a re-

cepção, aproximando a noção de Comunidades Interpretativas das audiências concretas dos meios de comunicação, incorporando também a tríade de “interpretantes peircianos”, o imediato, o dinâmico e o final, como uma cadeia analítica para entender o processo de relação com os meios, assim como a semiose da qual eles fazem parte. Ele não se exime de apresentar rapidamente outros pragmatismos, novamente de forma muito compacta, assim como o faz com as teorias sociológicas, quando já havia adotado as proposições de Giddens e Habermas. É desculpável em um livro que tenta a construção da interdisciplinidade, cujo custo e esforço para fabricar este novo e necessário tecido tem sido muito alto.

Nesta costura que faz entre estudos do discurso e dos signos e as ciências sociais, aqui e ali escorrega no vocabulário, prática ainda comum entre os que trabalham com a pesquisa de recepção (este mesmo, um termo problemático se pensada sua origem teórica). Um exemplo é o termo “decodificação”, usado em um contexto teórico o qual defende que a relação com os meios não é um instante frente à mensagem, mas sim um processo mais amplo de interpretação infinita, a semiose, e que também entende o uso dos meios como um recurso de integração social.

Aqui o pragmatismo e a sociologia compreensiva encontram-se para dar suporte ao modelo de Jensen, que está baseado na ação do sujeito, identificada em diferentes circunstâncias, para as quais ele oferece inúmeras possibilidades analíticas, outra vez abrindo um leque tão amplo que a noção de modelo

às vezes fica perdida e em outras escorrega mais para o lado da análise do discurso, especialmente quando trata da questão empiricamente.

De qualquer maneira, é importante a introdução da noção de “diferença”, que Jensen explora em diversos níveis, que vai do discursivo, passa pelo interpretativo e chega ao social, embora este ganhe menos atenção quando, no próximo capítulo, passa a apresentar dados empíricos, fruto de várias pesquisas que realizou durante os anos que precederam o livro.

Este descompasso talvez seja mais o resultado do modo como foi constituído o livro, a partir de vários textos publicados anteriormente, do que propriamente do modelo que vem desenvolvendo.

Entretanto, o que poderia ser o “pulo do gato” do modelo, independentemente do trabalho empírico comentado, não ganhou o relevo de uma formalização teórico-metodológica, que poderia ajustar melhor a aproximação Giddens-Peirce. Trata-se de outros tipos de interpretantes sugeridos por Peirce, capazes de especificar melhor as diferenças sociais surgidas da semiose, quais sejam os interpretantes emocionais, enérgicos e lógicos. Aqui a relação micro-macrossocial, na qual o sujeito transita, poderia ter sido melhor elaborada, talvez chegando perto de resolver o impasse estratégico dos estudos de recepção, que as vezes não chegam a analisar esta relação, privilegiando somente uma das dimensões, como o próprio Jensen aponta como o nó a resolver.

Na segunda parte do livro o autor enfoca o que denomina semiótica de primeira ordem, ou seja, propõe uma nova teoria da

comunicação com base nos princípios da semiótica e da sociologia, apresentados na primeira parte, avançando na construção da "semiótica social" aplicada ao estudo da comunicação.

Isto significa que ele considera a comunicação de massa uma variedade da semiose social, portanto, que pode ser estudada como uma prática discursiva em um contexto social, através de uma configuração conceitual e metodológica que é mais que a soma das duas tradições.

Esboça para isto duas noções, as quais não explora empiricamente, mesmo tendo dedicado este capítulo a estudos de recepção (de notícias), que são as de "tempo-dentro" e "tempo-fora" da cultura, noções que ajudariam a explicar em que sentido a comunicação de massas é ao mesmo tempo uma forma de representação e uma prática social, enfatizando seu entendimento da dualidade da cultura contemporânea. Estas noções tem um sentido semelhante aos desenvolvidos por pesquisadores latino-americanos para criar uma teoria integradora da cultura e da comunicação de massas, diferindo-se, entretanto, no que concerne à apropriação que ele faz do modelo de esfera pública de Habermas, autor menos requisitado pela teoria latino-americana, talvez por isto mais sujeita às críticas relativas à falta de consideração das estruturas sociais. Mas como já havia feito Granhan Murdock, considera as estruturas como determinantes da relação das audiências com os meios de comunicação, em primeira e não em última instância.

A despeito do já enfatizado desconpasso entre o modelo teórico e as análises empíricas, este capítulo contém uma densidade de

conceitos e categorias analíticas que parece não deixar escapar nenhum elemento a ser pensado no complexo processo **semiótico**, enlaçando elementos do micro, médio e macro sistema social. Assim, Jensen vai tecendo os elementos que chama de constituintes da semiótica social, por sua vez encontrados entre os constituintes dos meios de comunicação, das audiências e do contexto, até chegar no como realizar o trabalho empírico, apresentando os constituintes metodológicos.

Dedica os capítulos 5, 6 e 7 à apresentação de pequenos estudos empíricos sobre recepção de notícias que realizou em contextos e tempos diferenciados, explorando focos e estratégias (que deverão complementar-se em uma pesquisa mais abrangente) onde adota como categorias analíticas os supertemas, os fluxos, a intertextualidade, os repertórios interpretativos, entre outros. Termina a segunda parte do livro examinando os discursos produzidos pela pesquisa de recepção, fazendo uma metateoria, que mostra uma preocupação bastante interessante sobre o presente, o passado e o futuro da pesquisa de recepção como um campo, ao mesmo tempo que comenta a necessidade da pesquisa empírica focar-se simultaneamente nestes tempos- espaços, não sem antes apresentar metodologicamente as possibilidades analíticas da análise do discurso, que seria o recurso mais importante para aquele fim.

A terceira e última parte do livro dedica à semiótica de segunda ordem, ou seja, à teoria da ciência, onde retoma a semiótica peirciana um pouco esquecida no capítulo anterior, mais dedicado à análise do discurso lingüístico.

Este é o mais ensaístico dos capítulos, onde tenta reconectar todos os assuntos tratados anteriormente em um salto quântico rumo a uma teoria do conhecimento, valendo-se das últimas descobertas no campo da inteligência artificial e da psicologia cognitiva, discutidas no âmbito da "modernamente considerada pouco prática disciplina filosófica da ontologia", para argumentar em favor destes recursos para a construção de uma nova teoria da comunicação. Por parecer uma recente entrada a esta discussão, há certas ênfases que são momentaneamente inconciliáveis com a teoria que quer propor.

Começa fazendo críticas contundentes aos pesquisadores da comunicação que renegam a pesquisa qualitativa em nome da cientificidade, mostrando que o campo ainda persiste na divisão entre a tradição humanista e a da ciências naturais, enfatizando que a semiótica social pode traçar o caminho do encontro.

Recorre a Peirce basicamente na sua proposição epistemológica triádica, a qual agrega à dedução e à indução uma outra possibilidade de inferência, que é a abdução. Estas três formas de inferência são discutidas à luz da ontologia formal de Peirce, que Jensen traduz por Primeira, Segunda e Terceira, mas que no Brasil, por exemplo, ficou conhecido por Primeiridade, Secundidade

e Terceiridade.

Para Jensen, a lógica entendida como semiótica é de fundamental importância para o avanço da ciência, onde a noção de abdução é o ponto chave, mas alerta que é preciso fazer uma distinção entre a lógica formal e outras formas de inferência que caracterizam a prática científica. Apresenta três exemplos de pesquisa de recepção através dos quais comenta estas diferenças.

Termina o volume com o capítulo 11, onde propõe uma política da comunicação baseada no pragmatismo para pensar o futuro dos meios de comunicação como esfera pública. O faz valendo-se de uma análise crítica das obras de Rorty e Habermas, onde identifica seus limites, e apontando para uma concepção minimalista da política de comunicação com vistas a uma futura ação social, que supere o simples discurso.

Este livro, sem dúvida, pode desencadear um novo processo de semiose no campo da recepção, pois além da apresentação de uma nova proposta teórico-metodológica, oferece aos leitores e pesquisadores da área uma série de idéias e hipóteses a serem desenvolvidas, além de identificar problemas a serem enfrentados, para avançar não só neste campo, mas também no das relações gerais entre cultura e comunicação.

Os avanços da comunicação organizacional

LAVINA MADEIRA RIBEIRO
(Universidade Federal do Piauí)

LUCENA FILHO, Severino. *Azulão do BANDEPE: uma estratégia de comunicação organizacional*. Recife: Ed. do Autor, 1998. 195p.

Numa época em que a aceitação de produtos e serviços é uma variável cada vez mais vinculada à capacidade destes de conseguir incorporar e afirmar valores, sentidos, estilos e costumes partícipes da experiência cultural contemporânea, torna-se mais expressiva a necessidade de conhecimento dos mecanismos por meio dos quais estes processos de aproximação entre o mercado e a cultura se efetivam. Estudos de Comunicação Organizacional demandam esforços conjugados de teorização e pesquisa empírica para o alcance das múltiplas estratégias hoje em ação neste campo. Por tais razões são bem-vindos trabalhos como o de Severino Lucena, em sua dissertação de mestrado, sobre a relação do Banco do Estado do Pernambuco - BANDEPE, com a complexa cultura carnavalesca pernambucana.

O objeto de sua análise é a agremiação carnavalesca *Azulão do BANDEPE*, criada pelos funcionários do Banco e que funciona como elemento central dentro de suas políticas de relações públicas. O objeto cresce em importância quando observado no cenário histórico do carnaval recifense, com sua longa e rica trajetória registrada nos estudos folclóricos, na literatura, na poesia, pintura e relatos de viajantes

e religiosos que remontam ao período colonial e chegam aos dias atuais em diversas formas agremiativas, como clubes, troças, alegóricos, escolas de samba, blocos, maracatus, caboclinhos, tribos, ursos, bois-de-carnaval e turmas.

Empresas públicas de água, luz, saúde, educação e segurança pública, entre outras, empresas privadas, sindicatos e associações diversas apropriam-se destas manifestações apresentando-se em agremiações carnavalescas próprias, numa prática que tem seus predecessores nos antigos blocos e troças criados por associações profissionais no início do século. Surgem, em geral, por iniciativa dos funcionários e passam a receber apoio das respectivas empresas e associações na forma de patrocínio financeiro e, muitas vezes, de participação direta na escolha das temáticas a serem exploradas, da indumentária e, mesmo, dos participantes, agrupando, por exemplo, não apenas seus membros internos, mas também fornecedores e clientes ligados às empresas. Para Severino, o resultado imediato é o reforço, por um lado, da coesão interna dos participantes nos seus ambientes de trabalho e, por outro, da integração destas empresas com o público externo e sua cultura.

Pelo viés da Antropologia Cultural, o autor encontra nestas agremiações uma série de processos integrativos. A força do ritualismo, dos cerimoniais e mitos

constitutivos da prática carnavalesca, em seu potencial liberador de tensões e normas, cria e renova, paradoxalmente, laços de compromissos entre os indivíduos e suas instituições de trabalho, reafirmando princípios e procedimentos oriundos das demandas do sistema organizacional e produtivo das empresas e de seus interesses corporativos. Ao mesmo tempo que cultivam positivamente a relação de necessidade e importância da empresa com a sociedade, alimentam o fôlego e a abrangência da cultura carnavalesca tradicionalmente vivida pelos pernambucanos há séculos.

No âmbito da Comunicação Organizacional, estes processos de integração entre o sistema produtivo e o cultural caminham para uma crescente confusão de fronteiras. A "imagem da organização" deve, de algum modo, estar ativamente associada ao conjunto de necessidades, valores e práticas sociais dos indivíduos. Isto significa dialogar tanto com as questões mais amplas emergentes das mudanças e especificidades econômicas, políticas e sociais do meio em que atuam, quanto com a sua dinâmica cultural particular. As instituições produtivas passam a ter, como define o autor, uma "identidade", constituída "de valores, regras, procedimentos, habilidades, conhecimentos, formas de comunicação e linguagem, processos de adaptação às mudanças e representação simbólica".

Na análise do Azulão do BANDEPE, Severino confirma a evidência dos mecanismos acima. A agremiação é fortemente

instrumentalizada como veículo de afirmação de sua "identidade" com a sociedade pernambucana, influenciando formadores de opinião e expandindo sua presença na esfera econômica e nas instâncias decisórias da região.

Resta saber até que ponto e de que modo esta presença do mundo empresarial na pujante cultura carnavalesca pernambucana com seus arsenais de persuasão - logotipos e chamadas fáticas - sobre viseiras, sombrinhas de frevo, fantasias, camisetas, leques, bonés, bandeiras e todo o aparato corporal, cênico e tecnológico do ritualismo carnavalesco modificam o significado e a vivência desta prática. De que maneira um imaginário carnavalesco recriado com as marcas do interesse econômico e privado em geral apropria-se de formas e sentidos tradicionais do carnaval pernambucano e os retraduz em versões culturalmente aceitas pelo público.

Este tipo de indagação tem paralelo nos estudos sobre, por exemplo, a industrialização do carnaval carioca e sua tendencial conformação a um modelo midiaticamente vendável, processo recentemente analisado por Edson Farias (UFBA), na dissertação *O Desfile e a Cidade: o carnaval espetáculo carioca*. Esta é uma pergunta que foge ao objetivo específico do trabalho de Severino, mas que inevitavelmente emerge para os que o lêem do ponto de vista da dinâmica do processo cultural brasileiro. O que pode sugerir um lugar de continuidade de seus trabalhos acadêmicos.

Relações da imprensa nacional versus regional

PAULO FERNANDO DE CARVALHO LOPES
(Universidade Federal do Piauí)

"(...) é possível dar atenção às diferenças, e estas, sabendo serem ouvidas, far-se-ão presentes."
FÁBIO DUARTE

QUEIROZ, Adolpho, MELO, José Marques de. (Orgs.) *Identidade da imprensa brasileira no final de século - das estratégias comunicacionais aos enraizamentos e às ancoragens culturais*. São Paulo: Unesco/Umesp, 1998.

Identidade da imprensa brasileira no final de século - das estratégias comunicacionais aos enraizamentos e às ancoragens culturais é um livro produzido em conjunto com a Unesco. A produção de jornais nas cidades do interior do país não é, muitas vezes, conhecida em âmbito nacional. A proposta do livro é "mostrar a cara", a qualidade e as especificidades dos principais suportes de cada microrregião paulista comparando-os com a considerada imprensa de referência nacional.

No momento em que as discussões acadêmicas se voltam para a relação local/global, José Marques de Melo e Adolpho Queiroz dão uma importante contribuição a esta problemática. Os dois coordenaram uma pesquisa com o objetivo de mostrar a identidade da imprensa brasileira, no final do século, a partir da relação regional/nacional.

Para se obter esta identidade foi feita uma análise comparativa, de morfologia e de conteúdo,

entre os jornais editados em distintas microrregiões de São Paulo (Norte, Noroeste, Centro-Oeste, Sudeste, Médio Tietê e Pólo Metropolitano) e cinco *prestige papers*, representados pelos principais jornais diários do eixo Rio/São Paulo, que têm circulação e projeção nacionais, quais sejam *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Folha de S. Paulo*, *Estado de São Paulo* e *Gazeta Mercantil*.

Seguindo contrário à linha de raciocínio que previa que o processo de globalização da economia produziria um cultura midiática mundializada, onde os valores e as identidades nacionais/regionais seriam superadas por um discurso global, os pesquisadores procuraram, a partir de novas categorias e metodologia, marcas que revelassem uma identidade regional.

Para os autores, é possível observar a participação de microeconomias agro-exportadoras no mercado globalizado motivando o resgate das identidades regionais. A imprensa local/regional expressa uma tendência para o cultivo dos valores típicos dos regionalismos, ou seja, quanto mais distante da capital, mais os assuntos relacionados à comunidade ganham destaque nas edições.

Esta forma de olhar o momento atual mostra, sem dúvidas, que

mesmo estando envoltos em cadeias mundiais de redes informacionais, faz-se necessário projetos de pesquisa que relacionem as características e os modos de fazer jornalismo em cidades e/ou regiões “desconhecidas” para o público acadêmico ou não.

Com larga experiência na área, José Marques de Melo vem se dedicando, desde 1966, ao estudo da identidade da imprensa nacional. Uma importante contribuição destes estudos é a confirmação da hipótese que o jornalismo brasileiro construiu sua própria identidade

comunicacional. Adolpho Queiroz dá uma grande contribuição ao projeto com os seus estudos na área da comunicação regional e coordenando duas equipes de pesquisadores donde os estudos comparativos sustentaram as análises realizadas nas outras regiões.

Pode parecer redundância, mas nunca é demais frisar a nova proposta do livro em mostrar que vão ser nas especificidades de cada jornal e região que vai se revelar uma identidade característica deste final de século.

Nostalgia bossa nova

JOSÉ NÊUMANNE

(Jornalista e escritor, editorialista do Jornal da Tarde)

SANTOS, Joaquim Ferreira dos. *Feliz 1958 – o ano que não devia terminar*. São Paulo: Record, 1998. 190p.

Passeatas estudantis, José Celso e Nelson Rodrigues – 1968, jurava o jornalista Zuenir Ventura, não acabou. O juramento podia até não corresponder à verdade, mas a idéia valeu como um bom princípio de marketing editorial. A jura editada vingou e, sobretudo, vendeu. E quanto! Tanto que era de se imaginar que o veio se tinha esgotado. Aí aparece outro jornalista, Joaquim Ferreira dos Santos, editor de variedades do jornal *O Dia*, do Rio de Janeiro, e resolve provar que o ano de 1968 não foi nada daquilo que o mestre Zu tentou provar. Ano mesmo inesquecível, ah, esse foi o de 1958. Se 1968 não terminou, 1958 é

que nunca deveria ter terminado.

Não faltam argumentos a Joaquim. Se, no ano favorito de seu Ventura, os grandes festivais da Música Popular Brasileira agonizavam, em 1958 ocorria, simplesmente, o maior abalo sísmico da história de nosso cancioneiro, pois João Gilberto lançava “Chega de Saudade”, de Tom Jobim e Vinícius de Moraes, virando a MPB de pernas para o ar. Quanto a Nelson Rodrigues, foi em 1958 que ele descobriu que o brasileiro deixava de ser um “vira-latas entre os homens” e o Brasil, um “vira-latas entre as nações”, após o apolíneo Hideraldo Luís Belini erguer o dourado troféu Jules Rimét, conquistado pelo time de Pelé e Garrincha na Copa do Mundo da Suécia. Tem muito mais, mas só para argumentar basta.

O texto de *Feliz 1958 – o ano*

que não devia terminar não é de mera reportagem, na qual se narram os fatos linearmente. Nada disso. Tal texto, doce e leve, como um suspiro (suspiro de saudade para quem viveu o ano e de inveja para quem não teve a felicidade de ser seu contemporâneo), faz uma recuperação gostosa daquele ano, apelidado por Gilberto Braga e pela TV Globo de “dourado” (com direito a Malu Mader de cabelo armado, seguindo a moda de então). É claro que Joaquim, com aquele texto que o consagrou na *Veja* e no *Jornal do Brasil*, recupera fatos, como a reação irada do público contra a escolha de Adalgisa Colombo para o trono de miss Brasil ou o assassinio de Aída Curi por dois rapazes da “juventude transviada”.

O livro de Joaquim é irresistível, porque, mais do que os fatos, ele recupera a atmosfera do ano retratado. Isso foi conseguido graças à feliz idéia gráfica da inserção de informações complementares ao texto nas margens laterais, em

tipo gráfico menor. No corpo do texto, fala de uma tabelinha imaginária entre Pelé e JK, aliás, o Presidente Bossa Nova e o Rei do Futebol. Nas margens, relaciona os bondes da cidade, as gírias da época, os garçons favoritos do boêmio Jaguar e o ataque do Santos Futebol Clube, este que foi ainda mais irresistível do que o é o livro: Dorval, Jair da Rosa Pinto, Pagão, Pelé e Pepe.

Mesmo tendo sido o ano do supercampeonato do Vasco da Gama e da morte de Benedito Lacerda, o fôlego na flauta, que acompanhava o sopro genial de Mestre Pixinguinha no tenor, 1958 foi mesmo de não se esquecer. Que outro destino poderia ter a era em que reinavam as curvas das certinhas do Lalau (escolhidas a dedo por Sérgio Porto, o Stanislaw Ponte Preta) e as fofocas da *Radiolândia*, dando conta da bola dividida entre o presidente Juscelino e o ponteiro Garrincha – nada menos do que a vedete Angelita Martinez?

Um olhar sobre a comunicação popular

SAMANTHA CASTELO BRANCO

(*Universidade Metodista de São Paulo*)

PERUZZO, Cílicia Maria Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998. 342p.

Alguns processos vividos pelo homem contemporâneo, característicos dos anos 90, como a globalização e o neoliberalismo, acabam por redirecionar o olhar do

pesquisador da área de Comunicação para conceitos que pareciam satisfatoriamente explorados. É o que pode ser visto no livro de Cílicia Peruzzo, intitulado *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*.

O trabalho, que aborda desde o histórico dos movimentos populares no Brasil até experiências

concretas de comunicação participativa, fomenta a reflexão em torno da participação popular nos meios de comunicação como um elemento significativo na ampliação da cidadania. Perseguir a discussão em torno dessa cidadania, aliada a uma sistematização da bibliografia referente aos movimentos populares, é um dos méritos da autora.

Face à impossibilidade de participação efetiva e contínua nos meios de comunicação de massa, sejam eles televisivos, radiofônicos ou impressos, parcelas da população tendem a utilizar meios alternativos para suprir a carência de uma comunicação mais popular ou comunitária. Partindo desse pressuposto, Cícilia Peruzzo analisa a participação em todo o processo da comunicação comunitária, o que pressupõe observar a produção, o planejamento e a divulgação dessas mensagens criadas em meio a organizações sociais.

Quando coloca os movimentos populares em evidência, através da contextualização histórica e das diversas modalidades dos mesmos, a autora também proporciona ao leitor uma reflexão espontânea em torno da importância e repercussão que estes adquirem nos últimos anos. Com a discussão em torno das novas estruturas sociais, das modalidades de participação e da autogestão, é possível uma aproximação do conceito de cidadania, sempre numa perspectiva de construção de uma nova sociedade.

Porém, a obra não se contenta em somente discutir os conceitos. Outro ponto a ser destacado diz respeito exatamente aos resultados da pesquisa de campo realizada por Peruzzo. É o caso da experiência de

comunicação por meio de alto-falantes, a Rádio Popular de São Pedro, em Vitória, ES, que salienta a dinâmica da participação popular e, simultaneamente, facilita a compreensão do leitor acerca dos conceitos antes colocados. Também são expostos outros exemplos bem sucedidos de comunicação popular na América Latina.

O livro é resultado de sua tese de doutorado, defendida em 1991, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), orientada pela professora Dra. Anamaria Fadul. A publicação sete anos depois da defesa deve-se ao processo de revisão e atualização a que a tese foi submetida. De fato, a autora soube considerar não apenas as sugestões decorrentes da defesa da tese, mas a própria atualização da bibliografia sobre o tema. Assim, é possível recorrer a obra com a certeza da seriedade do trabalho da autora.

Ademais, é preciso destacar o trabalho atual da autora como integrante do corpo docente do Curso de Pós-graduação em Comunicação Social da UMESP. Membro do Comitê Acadêmico da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Peruzzo, em apenas um ano no Programa, já procura semear as idéias de cidadania e participação popular nas disciplinas ministradas ou mesmo frente à coordenação do curso de mestrado interinstitucional na Universidade de Passo Fundo (UFP), no Rio Grande do Sul, possível através de um convênio firmado entre a UMESP e essa instituição. São posturas como esta que podem incentivar o leitor a direcionar o olhar para a obra de Cícilia Peruzzo.

Brasil e Dinamarca, Dinamarca e Brasil

MARIA DAS GRAÇAS TARGINO
(Associação de Ensino Superior do Piauí)

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (Org.). *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: INTERCOM/EDICON, 1997. 318p.

A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), nos últimos anos, vem investindo maciçamente em contatos sistemáticos com outros povos, com a finalidade de promover o intercâmbio de conhecimentos técnicos e científicos, através de discussões e projetos empreendidos em conjunto. Sob tal perspectiva, ocorreu, ainda em 1996, em Londrina - Paraná, o I Colóquio Brasil-Dinamarca de Ciências da Comunicação, durante os dias 2 a 3 de setembro. Como resultado de tal encontro, Maria Immacolata Vassalo de Lopes reúne em coletânea, 18 trabalhos apresentados ao longo do evento, organizados em sete eixos temáticos, seguindo a estrutura organizacional do próprio evento.

De início, O estado da pesquisa de comunicação no Brasil e na Dinamarca traz informações sobre os parâmetros históricos e institucionais da produção científica em comunicação no Brasil e na Dinamarca, mediante textos redigidos, respectivamente, por Maria Immacolata e pelo dinamarquês Thomas Tufte, os quais dão idéia do *status quo* da pesquisa nessa área e nos países em pauta. Num segundo momento, sob o título genérico Comunicação internacional, Stig

Hjarvard, professor da Universidade de Copenhagen, no artigo "Visão teórica e discussão crítica sobre a pesquisa de fluxos internacionais de noticiários de televisão", fornece uma "...visão da pesquisa do fluxo do noticiário televisivo dentro do campo da pesquisa geral sobre noticiário internacional", enquanto o brasileiro Jacques A. Wainberg, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, discorre de forma detalhada, no texto "Telecomunicação e a nação-potência dos trópicos", acerca da política de telecomunicações elaborada pela Escola Superior de Guerra, fundamentada nos ideais de integração territorial e de nação-potência, dentro do preconizado pelo governo militar, quando o sonho que se busca "... é a de um país latino, branqueado, miscigenado, capaz de partilhar um imaginário crescentemente verde-amarelo", segundo palavras textuais desse autor (p.65).

O terceiro agrupamento - Novas tecnologias de comunicação - incorpora os textos redigidos por Paul A. Mayer (Universidade de Copenhagen), intitulado "Tipologias para análise de aplicações de comunicação mediadas por computador", e por Sérgio Capparelli (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), "Zanzibar de novas tecnologias: imprensa regional e Zero Hora". No primeiro caso, o autor, de forma lúcida e clara, descreve o meio computador como objeto de pesquisa em

comunicação, revendo tipologias analíticas adequadas à pesquisa em comunicação baseada no computador. Ao final, apresenta uma nova tipologia que responde às capacidades de representação das formas de mídia por computador. No segundo caso, Capparelli discute as novas relações de trabalho entre um Stanley moderno no Zanzibar das novas tecnologias e os processos de trabalho dentro do dinamismo que caracteriza as indústrias culturais da atualidade, tomando como parâmetro as transformações ocorridas no jornal *Zero Hora* (Porto Alegre), após o seu segundo processo de informatização, concluído em janeiro de 1996.

Metodologias de pesquisa inclui três matérias, uma das quais da organizadora da coletânea – “Explorações metodológicas num estudo de recepção de telenovela”. Maria Immacolata, da Universidade de São Paulo, em pesquisa em andamento, estuda a maneira como as lógicas comerciais da produção articulam-se com as lógicas culturais do consumo nas telenovelas, a partir da recepção como perspectiva de investigação. Klaus Bruhn Jensen, Universidade de Copenhagen, em “Sociedade signficante: uma nova teoria de semiótica social”, esboça uma nova teoria de semiótica social com destaque para a comunicação de massa e da cultura. Discute os pressupostos metodológicos para uma abordagem sistemática dessa teoria para os estudos de recepção, fazendo referência a conceitos explicitados na semiótica de C.S. Peirce. É a vez da dinamarquesa Kirsten Drotner. Esta, sob o título “Menos é mais: estudos etnográficos de mídia e seus limites”, aborda a crescente adesão à etnografia, no

meio acadêmico, como recurso para melhor compreender as complexas sociedades modernas, no amplo contexto de pesquisa cultural, que incorpora, gradativamente, a mídia.

O quinto eixo temático, Comunicação e educação, congrega trabalhos de Birgitte Tufte (Real Escola Dinamarquesa de Estudos Educacionais) e dos brasileiros Ismar de Oliveira Soares (Universidade de São Paulo) e João Luís Van Tilburg (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro). A primeira, no trabalho “Educação para os meios. O estado da arte na Europa”, com ênfase na Dinamarca, ao mesmo tempo que apresenta noções conceituais da expressão educação para os meios, afirma que é ela uma área de estudo científico, situada nos limites entre a pesquisa tradicional da comunicação e a pesquisa pedagógica. Alerta para o fato de não pretender tão-somente comparar os currículos dos países europeus. Visa a detectar tendências, mormente no seu país de origem, onde, nitidamente, observa-se a combinação da educação versus produção de mídia: “Não é apenas uma questão de produzir, por exemplo, um vídeo, mas de verbalizar o que aconteceu durante o processo de produção em relação ao produto final”, de tal forma que o aluno tenha condições de exercer sua percepção técnica ante a produção (p.201). Ismar, por seu turno, enfatiza no capítulo *A comunicação no espaço educativo: possibilidades e limites de um novo campo profissional*, os novos rumos para a educação, face a um processo de articulação dos educadores, com vistas à introdução dos meios de comunicação no sistemas educativos, o que pressupõe tanto a identificação de

especialistas capazes de assegurar a melhoria qualitativa no processo educacional, como também o emprego eficaz dos recursos comunicacionais na formação dos indivíduos e da sociedade. *Juventude e televisão: um esboço somente*, da autoria de Van Tilburg, enfoca a análise de cartas encaminhadas aos artistas globais, como exemplo de como a tecnologia televisiva favorece a compreensão dos elementos constitutivos da juventude brasileira, uma vez que tal correspondência configura-se como a materialização de um elo que integra convivências espaço-temporais.

A seguir, três autores brasileiros discorrem a respeito dos Estudos culturais em comunicação. Luiz Roberto Alves, docente da Universidade de São Paulo, no breve texto *Uma relação ainda incômoda: os estudos culturais e as culturas brasileiras*, consubstanciado em teóricos como Hoggart, Raymond Williams e Morley, lamenta a inexistência, na história brasileira dos estudos sobre as culturas, de uma disciplina que constitua análise crítica e interpretativa, de modo a fazer jus à denominação estudos culturais, talvez como decorrência da força dos estatutos científicos em vigor e do seu "... lento descolamento no rumo da interdisciplinaridade" (p.237). Vem da Universidade Federal do Espírito Santo, mais especificamente de Círcia M. Kroling Peruzzo, a contribuição *Comunicação popular participativa*. Em linguagem bastante acessível, parte de noções conceituais em torno do termo comunicação popular, e sintetiza níveis diversificados de participação popular no processo de comunicação, esclarecendo que os mais avan-

çados encontram resistência em termos de realidade brasileira, face à ausência de tradições participativas na nossa cultura. Sílvia Helena Simões Borelli, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, se faz presente com *Cultura contemporânea: literaturas, entretenimento, ficcionalidade*. Disserta com bastante segurança sobre a paraliteratura, literatura de entretenimento ou literatura de popular de massa no universo da cultura contemporânea. Entretanto, reconhecendo que a produção literária no campo da cultura de massa constitui território complexo e pleno de armadilhas e ambigüidades, termina por lembrar que o "...mais importante é a delimitação de determinados princípios de convivência" entre as literaturas, paraliteraturas, *best-sellers*, literaturas de entretenimento, contraliteraturas, trivial-literaturas e literaturas populares de massa. Em sua visão, a alternativa é considerar o campo literário tão amplo, diversificado e rico, que "...nele cabem (...) infinitas literaturas, dado que são múltiplas as combinações entre textos, resultantes do processo de intertextualidades (p.266)".

O último dos eixos temáticos - Estudos de recepção - comporta textos produzidos por Christa Berger (*Notas acerca do receptor fora de lugar*); Mauro Wilton de Sousa (*Novos olhares sobre práticas de recepção em comunicação*) e mais uma vez, o dinamarquês Thomas Tufte, com *Questões a serem estudadas em estudos etnográficos de mídia: mediações e hibridização cultural na vida*. Berger (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) trabalha a recepção como problemática que se refere à mediação e negociação de sentido.

Para a consecução desse objetivo, observa na relação entre o Movimento Sem Terra e o jornal gaúcho *Zero Hora* as entidades de recepção, para além do receptor convencional. Sousa, vinculado à Universidade de São Paulo, segue duas diretrizes. A princípio, resgata traços que marcam a evolução da pesquisa universitária sobre recepção e os entraves que dificultam sua posição como campo de pesquisa científica. Num segundo momento, aponta e dissecos aspectos relevantes nessa busca de novas dimensões conceituais no estudo da recepção, posicionando a recepção como processo social. Por fim, Tufte (Universidade de Copenhague) explora parte dos resultados de um projeto mais amplo desenvolvido em parceria com docentes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Neste sentido, discute quatro aspectos essenciais a qualquer estrutura de análise concernente à relação entre TV e vida cotidiana, quais sejam: (a) domesticidade da mídia, e mais especificamente da televisão; (b) contribuição da televisão ao desenvolvimento de modo de vida suburbano; (c) popularidade das telenovelas; (c) televisão como consumo cultural.

Claro está, diante do expos-

to, que a presente obra supre necessidades informacionais de especialistas em vários campos e níveis. É útil tanto para a graduação, como para a pós-graduação. Traz dados pertinentes à realidade nacional e internacional, com ênfase para as questões dinamarquesas. Interessa àqueles que se dedicam à metodologia de pesquisa ou a temas contemporâneos, como as novas tecnologias de informação e de comunicação, os estudos de recepção etc., o que justifica o título *Temas contemporâneos em comunicação*. Assim sendo, seus eventuais deslizes gráficos e de normalização nem de longe invalidam sua contribuição à comunidade acadêmica brasileira. Ademais, serve de estímulo e de desafio para novos empreendimentos unindo nações e povos, porquanto "Reunir pesquisadores brasileiros e dinamarqueses pode parecer, à primeira vista, um fato inusitado, devido à distância e ao desconhecimento do que se produz em Comunicação nos dois países", mas a coletânea ora referenciada demonstra o muito que há em comum no campo da pesquisa na área no contexto desses países: BRASIL E DINAMARCA: DINAMARCA E BRASIL, como assegura a própria Lopes (p.1)