



50 anos do Golpe Militar de 64

*“A história que a mídia faz,
conta ou não conta”*

<https://insular.com.br/produto/50-anos-do-golpe-militar-de-64-a-historia-que-a-midia-faz-conta-ou-nao-conta/>



Livro de Anais

Cárlida Emerim

Rita Paulino

(Coordenadoras)

50 anos do Golpe Militar de 64

*“A história que a mídia faz,
conta ou não conta”*

Florianópolis

EDITORA  INSULAR

2016

Livro de Anais

50 anos do Golpe Militar de 64

A história que a mídia faz, conta ou não conta

ALCAR SUL, 2014

5º Encontro Regional Sul de História da Mídia

CONSELHO EDITORIAL COORDENADORES DE GT'S

GT História do Jornalismo

Coordenação: Prof. Dr. Márcio Fernandes (Unicentro)
e Prof. Dra. Jeana Santos (UFSC)

GT História de Mídia Sonora

Coordenação: Prof. Dra. Valci Zuculoto (UFSC)

GT História da Publicidade e da Comunicação Institucional

Coordenação: Prof. Dr. Clóvis Reis (FURB)

GT História de Mídia Audiovisual e Visual

Coordenação: Prof. Dr. Flavio Ferreira Lisboa Filho (UFSM)

GT História da Mídia Digital

Coordenação: Prof. Dra. Sandra Rúbia da Silva (UFSM)

GT História da Mídia Alternativa

Coordenação: Profa. Dra. Karina Janz Witowicz (UEPG)

GT História de Mídia Impressa

Coordenação: Prof. Dra. Roseméri Laurindo (FURB)

GT Historiografia da Mídia

Coordenação: Profa. Dra. Aline Strelow (UFRGS)

50 anos do Golpe Militar de 64 – a história que a mídia faz, conta ou não conta/ Cárilda Emerim e Rita Paulino (Coord.). Florianópolis: Insular, 2016.

881 p. : il.

ISBN 978-85-7474-976-1

1. Jornalismo. 2. Ditadura brasileira. 3. Golpe militar.
4. Mídia. I. Título

CDD 070

Realização:



UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA



(JORNALISMO)
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

Apoio:



SINDICATO DOS
Jornalistas
SANTA CATARINA



EDITORA INSULAR

Rodovia João Paulo, 226
Florianópolis/SC – CEP 88030-300
Fone/Fax (48) 3232-9591

editora@insular.com.br – twitter.com/EditoraInsular
www.insular.com.br

INSULAR LIVROS

Antonio Carlos Ferreira, 537
Florianópolis/SC – CEP 88025-211
Fone/Fax (48) 3334-2729
insularlivros@gmail.com

UFSC – UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

Reitor(a): Roselane Neckel

Vice-reitor(a): Lucia Helena Pacheco

Pró-reitor de Graduação: Prof. Julian Borba

Pró-reitor(a) de Pós-Graduação: Joana Maria Pedro

Pró-reitor de Pesquisa: Prof. Jamil Assereuy Filho

**ALCAR – Associação Nacional de Pesquisadores em História da Mídia
(Rede Alfredo de Carvalho)**

Diretoria Executiva (2012-2014)

Presidente – Maria Berenice dos Santos Machado – Universidade Federal
do Rio Grande do Sul

Vice-Presidente – Angela Schaun – Universidade Mackenzie

JOR – DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Chefe de Departamento: Carlos Augusto Locatelli

Vice-Chefe: Ivan Giacomelli

Coordenador do Curso: Áureo Mafra de Moraes

Vice-Coordenador(a): Daisi Vogel

ALCAR SUL 2014

TEMA CENTRAL 50 ANOS DO GOLPE MILITAR DE 64

PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO

ALCAR – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Rede Alfredo de Carvalho)

JOR – Curso e Departamento de Jornalismo da UFSC

POSJOR – Programa de Pós Graduação em Jornalismo da UFSC

DATA E LOCAL

31 de Março a 01 de Abril de 2014

Centro de Comunicação e Expressão da UFSC – CCE

Departamento de Jornalismo da UFSC – JOR

Auditório Henrique da Silva Fontes – CCE

PATROCÍNIO

FAPESC – Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

APOIO

JOR – Departamento de Jornalismo da UFSC

POSJOR – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC

ACI – Associação Catarinense de Imprensa

SJSC – Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Santa Catarina

RBS TV Santa Catarina

PARCERIA

FAPEU – Fundação de Amparo à Pesquisa e Extensão Universitária

ELETROSUL – Centrais Elétricas S. A. (Eletrobrás)

ISBN

978-85-7474-976-1

COMISSÃO ORGANIZADORA ALCAR SUL 2014

Coordenadora Geral

Profª Drª Cárilda Emerim

Vice-Coordenadora

Profª Drª Rita Paulino

Comissão de Divulgação e Cerimonial

Beatriz Cavenaghi

Profª Drª Jeana Santos

Comissão Científica

Profª Drª Valci Zuculoto

Guilherme Longo

Juliana Gomes

Produção Gráfica e Site

Profª Drª Rita Paulino

Marina Empinotti

Gerenciamento das inscrições

Ébida Santos

Comissão de Apoio

Ébida Santos

Bárbara Avrella

Roberto Dutra Vargas

Guilherme Longo

Juliana Gomes

Murici Balbinot

Danielle Sibonis

Kleiton ReisThiago Caminada

Miriam Irineia

Silvia Mendes

Gabriel Neves

Mateus Boaventura

Ana Domingues

Ana Paula Mendes

José Hüntemann

Francisca Nery

Jennifer Hartmann

Ana Domingues

Equipe COMUNICA Jr. 2014

Sumário

Introdução	15
<i>Cárlida Emerim, Rita Paulino e Valci Zuculoto</i>	

Historiografia da Mídia Alternativa

Poeira em movimento: Histórias de um jornal estudantil de Londrina (PR) na luta contra a ditadura militar nos anos 1970	18
<i>J. A. Tadeu Felismino</i>	
Militância em Quadrinhos: considerações a partir H. G. Oesterheld.....	31
<i>Marcos Antonio Corbari, Edevandro Sabino da Silva, Ébida Rosa dos Santos</i>	
Pela causa geral ou específica? Uma questão para as feministas brasileiras nas páginas de Mulherio (1981-1988)	43
<i>Lilian Soares do Nascimento</i>	
Jornalismo cultural e alternativo na internet: aspectos da trajetória do site Cultura Plural no Paraná.....	55
<i>Sérgio Luiz Gadini, André Lopes, Nicolly França</i>	
Contrastes das experiências comunicativas diante dos antagonismos sociais	64
<i>Manoel Dourado Basto</i>	
Mudança e agravamento nas práticas autoritárias: centralização da censura e a reação d'O Pasquim nas frases-editoriais	72
<i>Márcia Neme Buzalaf</i>	
Outros pontos, outras vistas: o Portal Comunitário e a presença dos sujeitos populares na esfera pública de Ponta Grossa	84
<i>Maria Lúcia Becker, Aline Czezacki Kravutschke</i>	
O Marcha e a violência nas ditaduras do Brasil e Uruguai (1968-1974).....	97
<i>Mirian A. Nascimento</i>	

Comunicação, cultura e resistência: as mídias populares como forma de empoderamento cidadão em organizações sociais.....	110
<i>Morgani Guzzo, Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira</i>	
Periódicos literários: Jornalismo Cultural e Alternativo no Paraná	122
<i>Rafael Schoenherr, André Packer, Karina Janz Voitowicz</i>	
Breve histórico da mídia alternativa feminista no Paraná: Levantamento bibliográfico de personagens e publicações	132
<i>Karina Janz Voitowicz, Thainá da Rosa Kedzierski</i>	

História da Mídia Audiovisual e Visual

Apontamentos históricos sobre o telejornal Bom Dia Santa Catarina.....	144
<i>Áureo Mafra de Moraes, Cárlica Emerim, Lalo Nopes Homrich</i>	
Televisão em Florianópolis: relatos de realizadores.....	159
<i>Cárlica Emerim, José Antônio Hüntemann, Maicon Steffen</i>	
A construção da representação da periferia no Jornal do Almoço/RBS TV.....	171
<i>Tiane Dias Canabarro, Flavi Ferreira Lisbôa Filho Darciele Paula Marques Menezes</i>	
História e memória na série de reportagens: “As crianças e a tortura”	182
<i>Luisa Rita Cardoso</i>	
As novas configurações da TV no webjornalismo: o percurso da TV Folha, TV Estadão e da ZHTV	192
<i>Luciano Costa, Rafael Junckes</i>	
Factual e história no telejornalismo universitário: os desafios na cobertura da exumação e inumação de Jango no webjornal audiovisual Pampa News.....	202
<i>Roberta Roos, Caroline Rossasi, Rafael Junckes</i>	
O noroeste gaúcho na TV: a RBS TV Santa Rosa	211
<i>Rossana Zott Enninger, Rogério Saldanha Corrêa</i>	
Discursos e memórias da publicidade em Chapecó-SC.....	220
<i>Valéria Marcondes, Juceli Morello Lovatto, Dirceu Hermes Daniel Mendes Moreira, Bruna Sbardelotto</i>	

Marcas de história entre divulgação científica, imagem e telejornalismo	231
<i>Ana Juliana Fontes Fontes</i>	
Telejornais e jornalismo participativo: a capacitação do telespectador como produtor de notícias	245
<i>Samira Moratti Frazão</i>	
História e trajetória do <i>Jornal da Band</i> : um estudo do papel do apresentador na construção do perfil do noticiário	258
<i>Florentina das Neves Souza, Vanessa Tolentino</i>	
Experimentações com <i>Phytotypes</i> : resultados parciais.....	269
<i>Andréa Brächer</i>	
A História do Cinema em Santa Catarina: Região do Vale do Itajaí	281
<i>Rafael José Bona</i>	
A construção da imagem pública do PEC 37 nos telejornais locais	293
<i>Elaine Javorski, Igor Iuan</i> <i>Liege Scremin, Liriane Kampf</i>	
A performance como estrutura de sentimento e ferramenta política no filme <i>Tatuagem</i>	305
<i>Ana Luiza Coiro Moraes, Alisson Machado</i> <i>Tainan Pauli Tomazetti</i>	

História da Mídia Digital

O que me representa – a constituição do sujeito cultural como experiência estética em <i>Sites</i> de Redes Sociais.....	319
<i>Laura Seligman</i>	
Publicações jornalísticas para <i>tablets</i> – Um estudo de caso interativo sobre a Operação Condor	329
<i>Rita de Cássia Romeiro Paulino, Jéssica Sant’Ana</i>	
O consumo de <i>smartphones</i> entre jovens no ambiente escolar	340
<i>Camila Rodrigues Pereira, Sandra Rubia Silva</i>	

Mídias digitais e mobilizações sociais: contribuições da internet à construção da história do Movimento FURB Federal.....	353
<i>Clóvis Reis, Rubens Staloch</i>	
Mudanças estruturais no webjornalismo através da visão do profissional: case <i>Jornal do Comércio</i>	365
<i>Deborah Cattani</i>	
Identidades pessoais e redes sociais <i>online</i> : usos do Instagram para a construção de narrativas identitárias.....	375
<i>Liliane Dutra Brignol, Maria Leoratto Severo</i>	
Passado e presente na narrativa jornalística: um infográfico interativo sobre os 50 anos do Golpe de 1964.....	388
<i>Bibiana de Paula Friderichs, Kérley Winques</i>	
“Proteja Brasil”: apropriações da tecnologia móvel no enfrentamento às violências contra crianças e adolescentes.....	400
<i>Romulo Tondo, Camila Rodrigues Pereira</i>	

História da Mídia Impressa

Transformações do gênero crônica: análise dos textos publicados na <i>Ilustrada</i> na última década.....	412
<i>Valquiria Michela John, Pricilla Tiane Vargas</i>	
“Um país à beira do abismo” – os discursos dos editoriais de <i>Zero Hora</i> sobre o contexto nacional anterior ao golpe de 1964.....	420
<i>Camila Marchesan Cargnelutti, Viviane Borelli</i>	
Núcleo 31 de Março (1967/2014): planejamento didático-pedagógico para analisar o papel desempenhado pela imprensa regional durante a ditadura.....	432
<i>Ben-Hur Demeneck, André Luis Rosa e Silva</i>	
Em nome da credibilidade: a mudança na forma de contar histórias no jornalismo popular do <i>Diarinho</i>	446
<i>Felipe da Costa</i>	

Percepções femininas na <i>Revista Panorama</i>	458
<i>Éverly Pegoraro, Jasmine Aparecida Horst dos Santos</i>	
Fotonovelas e leitoras: um romance.....	470
<i>Raquel de Barros Pinto Miguel</i>	

História da Mídia Sonora

A propaganda eleitoral no rádio: aspectos históricos e legais	485
<i>Ébida Rosa dos Santos</i>	
Carlos Marighella e a resistência à Ditadura Militar pelas ondas sonoras em 1969.....	496
<i>Izani Mustafá</i>	
A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”	509
<i>Vera da Cunha Pasqualin</i>	
A trajetória histórica das redes de rádio no Brasil.....	519
<i>Bárbara Avrella, Tássia Becker Alexandre</i>	
A mídia sonora como ferramenta educacional na representação de conteúdos históricos.....	528
<i>Joseline Pippi, Roberta Roos, Jackson Neves</i>	
“Jornalismo em Debate”: a história de um programa de rádio e sua contribuição à análise da crítica de mídia e à formação de radiojornalistas	536
<i>Valci Zuculoto, Guilherme Longo</i>	

História da Publicidade e Comunicação Institucional

Como se deu a construção da imagem da ditadura militar brasileira?	548
<i>Flávia Clemente de Souza</i>	
A comunicação institucional diante do novo cenário informacional	561
<i>Regina Zandomênicó</i>	

Histórias de criatividade na publicidade dos anos 80	569
<i>Dirceu Hermes, Henrique Zorzi</i>	
Veteranos midiáticos: Imagem de Ex-combatentes e a Construção do Pós-Segunda Guerra Mundial nos Estados Unidos.....	580
<i>Pauline Bitzer Rodrigues</i>	
Análise das Agências de Publicidade e Propaganda do Vale do Itajaí como contribuição para a História da Comunicação em Santa Catarina.....	591
<i>Roberta Del-Vechio, Rafael José Bona, Luís Henrique Beber Nicolas Marlon Stychnicki, Nikolas Henrique Straube</i>	
O poder da comunicação: a atividade de relações públicas a serviço da ditadura civil-militar	601
<i>Alana Nogueira Volpato, Fernanda Targa Messias</i>	
Corpo e propaganda: “Soutien Poème – De Millus” (1963) e “Soutien Volière Warner’s” (1973) na revista <i>Capricho</i>	610
<i>Taveira Marcela Cordeiro</i>	

História do Jornalismo

A contribuição da coluna de Nelson Motta para o jornalismo cultural.....	618
<i>Elaine Aparecida Dutra, Denise Regina Müller</i>	
Embates, colaboração e estratégias sindicais em plena ditadura	632
<i>Emerson C. F. Silva</i>	
Jornalismo Científico no Brasil: aspectos históricos e contemporâneos.....	644
<i>Rafaela Sandrini</i>	
Memórias do Jornalismo, Biografias de Jornalistas: a relação entre fonte e objeto de pesquisa	656
<i>Vaniucha de Moraes</i>	
Do todo à parte: curso e percurso do jornalismo especializado em saúde.....	673
<i>Amanda Miranda</i>	

Um trem chamado jornal: o fascínio pela velocidade posto em marcha.....	682
<i>Jeana Santos</i>	
Dados do passado, ferramentas do presente: aplicando o jornalismo de dados aos levantamentos do regime militar	694
<i>Anna Barbara Medeiros, Rita de Cássia Romeiro Paulino</i>	
Desafios do segmento de assessoria de imprensa no mundo contemporâneo: As disputas simbólicas e transformações no campo profissional	705
<i>Boanarges B. Lopes Filho, Cássia Vale Lara Iara Marques do Nascimento, Raphael S. S. O. Carvalho</i>	
Interesses nacionais refletidos no jornalismo impresso de São Borja	716
<i>Mara Regina Rodrigues Ribeiro</i>	
O histórico papel do Jornal de Santa Catarina na cobertura das enchentes do Vale do Itajaí.....	729
<i>Moisés Cardoso, Clóvis Reis</i>	

Historiografia da Mídia

Propaganda e Democracia: delineando a pesquisa histórica.....	741
<i>Maria Berenice da Costa Machado</i>	
Prêmios em Jornalismo: A Cultura Meritocrática Premiativa dentro da Cultural Profissional Jornalística.....	753
<i>Robson Dias</i>	
Notícias no banco dos réus: liberdade de imprensa como objeto de disputa judicial.....	768
<i>Alexandre Veiga</i>	
Os Jogos Pan-Americanos como expressão do pan-americanismo nas páginas do jornal <i>O Globo</i>	780
<i>Mariana Oselame</i>	
<i>O Lábaro</i> : a Porto Alegre do século XIX sob o olhar de um jornal literário positivista ...	795
<i>Aline Strelow, Nádia Alibio</i>	

A “descoberta da política” e o despertar “do espírito de rebeldia” O ambiente estudantil e a militância de esquerda nas notícias sobre o passado militante de Dilma Rousseff	807
<i>Gabriella Nunes de Gouvêa</i>	
‘Queremos governo cristão’: os discursos sobre a ‘Marcha da Família com Deus pela Liberdade’ na <i>Folha de São Paulo</i>	817
<i>James León Parra Monsalve</i>	
60 + 4. Outros anos da mesma crise. Histórias, imagens e outros diálogos	830
<i>Paulo Sérgio Silva</i>	
Percursos para um jornalismo benjaminiano, catador e colecionador de memórias	844
<i>Sílvia Mendes</i>	
O Jornal das Senhoras e a subjetivação do feminino no jornal dedicado as mulheres.....	853
<i>Giovanna G. Benedetto Flores</i>	
Pituca nas páginas da Revista do Rádio: a trajetória do multiartista catarinense Mozart Régis (1948-1970).....	862
<i>Márcia Ramos de Oliveira</i>	
Tratamento fotográfico na era digital: entre o crime e a estética	868
<i>Sionelly Leite, Susana Branco de Araujo Santos</i>	

Introdução

Cárlida Emerim
Rita Paulino
Valci Zuculoto

A pesquisa em história da mídia vem se consolidando a cada ano e a Associação dos Pesquisadores em História da Mídia, Rede Alfredo de Carvalho (ALCAR), é uma das entidades que tem ajudado a fortalecer e divulgar as pesquisas realizadas sob esta égide. A realização do primeiro evento da Rede ALCAR que reuniu os três estados do Sul do país, marcando, efetivamente, o primeiro Encontro Regional Sul da Rede ALCAR, ALCAR SUL 2014, foi um marco importante de um espaço regional de pesquisa, discussões e debates em torno da história e da memória da mídia da região dos estados do sul do país bem como outros estados brasileiros.

Mais do que promover este espaço de interlocução, o evento tornou-se um agregador de grupos, pesquisadores, temáticas e de possibilidades, ao colocar em rede de compartilhamento, as reflexões advindas desses diferentes lugares e espaços.

O ALCAR Sul 2014 se propôs a centralizar as discussões sobre a história da mídia produzida sobre o regime militar no Brasil (antes, durante e depois), enfatizando a pesquisa acadêmica e as práticas da mídia que se desenvolvem acerca das relações compreendidas neste período histórico.

Para tanto, o evento estimulou a reflexão sobre o papel da mídia neste contexto abordando as narrativas existentes (história que a mídia faz e conta) e as diversas formas de silêncio (a história que a mídia não conta ou deixa de contar) bem como seus reflexos e interferências.

Participaram deste evento, pesquisadores (institucionalizados ou independentes), 66 docentes, 72 estudantes de graduação e 62 de pós-graduação, 9 profissionais de jornalismo e comunicação, cerca de 50 pessoas da comunidade em geral, totalizando um público direto de 204 pessoas, com 112 de Santa Catarina, 36 do Paraná, 51 do Rio Grande do Sul e 5 do Rio de Janeiro. Foram submetidos e apresentados 85 trabalhos aos oito GT's do evento, sem dúvida, um número expressivo para um evento regional.

O objetivo principal do evento foi alcançado, visto que ele pretendia contribuir para o fortalecimento das pesquisas oportunizadas através das atividades da Associação Nacional de Pesquisadores de História da Mídia (REDE ALCAR), de seus Grupos de Trabalho (GT's), com a publicação e o arquivamento com acesso público e irrestrito dos estudos originários e desenvolvidos no Rio Grande do Sul, no Paraná e em Santa Catarina.

O e-book que agora se publica tem o propósito de deixar explícito estes trabalhos e disponíveis para o acesso público, de forma a contribuir para a preservação desta memória. Portanto, todos os trabalhos apresentados ao longo do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia, ALCAR Sul 2014, estão aqui publicados, organizados e agrupados em seus Grupos de Trabalho (GT's).

O grande número de trabalhos submetidos ao evento demonstra a necessidade de espaços específicos para se discutir a história da mídia regional bem como a importância deste campo específico de estudos acadêmicos na atualidade.

Esperamos que estes textos sejam contributivos ao campo e acessados infinitamente por todos aqueles que se interessam pela história, pela memória e pela mídia. Desejamos, a todos, uma excelente leitura!

**Historiografia
da
Mídia Alternativa**

Poeira em movimento: Histórias de um jornal estudantil de Londrina (PR) na luta contra a ditadura militar nos anos 1970¹

J. A. Tadeu Felismino²

Resumo: O presente artigo tem por objetivo analisar o papel desempenhado pelo jornal “Levanta, sacode a POEIRA e dá a volta por cima” na organização da luta de resistência do movimento estudantil de Londrina, entre 1974 e 1978, período do governo Geisel em que os militares ensaiavam os primeiros e claudicantes passos rumo a uma abertura política e em que a imprensa alternativa atingia seu apogeu no Brasil. A metodologia consiste na recuperação da história do jornal, através de consulta à sua coleção reunida pelo Centro de Documentação e Pesquisa Histórica (CDPH) da UEL, em memórias do autor e depoimentos dos fundadores¹. Como suporte teórico, recorreremos a autores que estudaram os processos da ditadura militar no Brasil, como Sebastião C. Velasco E. Cruz e Carlos Estevam Martins, e – especificamente sobre a história da imprensa alternativa, Bernardo Kucinski. Como conclusão, podemos constatar que o jornal “Poeira” contribuiu decisivamente para a luta de resistência democrática no estado do Paraná e para a hegemonia política do chamado “Grupo Poeira” na Universidade Estadual de Londrina, praticando a democracia participativa, e propomos algumas hipóteses sobre os fatores que determinaram o sucesso da experiência.

Palavras-chave: imprensa alternativa; imprensa estudantil; ditadura militar; Jornal Po-eira, Universidade Estadual de Londrina.

Introdução

De 1974 a 1978, estudantes da Universidade Estadual de Londrina editaram o jornal Levanta Sacode a POEIRA e dá a volta por cima, que foi o principal instrumento de

1 Trabalho apresentado no GT de Imprensa Alternativa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 O autor é jornalista pela UEL (1978), professor do Departamento de Comunicação e mestrando em Comunicação Visual pela mesma universidade, com projeto de pesquisa sobre o jornal Poeira e o movimento estudantil dos anos 1970, orientado pelo Prof. Dr. Paulo Cesar Boni. Participou de todas as edições do Poeira, entre 1974 e 1978, e ocupou diversos cargos de representação estudantil no período, inclusive presidente do DCE e representante discente nos conselhos superiores da UEL em 1976-77. <tadeufelismino@gmail.com>.

organização de um movimento estudantil que protagonizou importantes lutas contra a ditadura militar no estado do Paraná, no período do governo Geisel.

O presente artigo faz uma rápida revisão do contexto histórico em que desenvolveu-se a experiência, abordando as origens e características principais do regime militar, e um mergulho na abordagem de Kucinski (1991) sobre a imprensa alternativa que proliferou no país nos anos 1970, em contraposição à complacência e conivência da grande imprensa brasileira diante dos militares. Ao final, detém-se na experiência do jornal Poeira, buscando identificar os fatores que fizeram dele um dos casos mais bem sucedidos da imprensa alternativa e estudantil no Brasil.

A Ditadura Militar no Brasil

Passados quase 30 anos de seu fim, marcado pela eleição indireta de Tancredo Neves e José Sarney em 1985, e superadas as primeiras abordagens maniqueístas, prevalece entre os estudiosos da ditadura militar que governou o Brasil por 21 anos a compreensão de que foi uma articulação contra revolucionária que transformou o Estado em grande defensor da iniciativa privada e principal agente de modernização do país, como definiu Florestan Fernandes: “Tarefas que a burguesia não conseguiu impor à sociedade seguindo os postulados do ideário liberal, ou seja, dentro da ordem democrática, e delegou-as ao autoritarismo, que as executou a serviço dos interesses privados nacionais e internacionais” (FERNANDES *apud* BALTAR, 2000, p. 39)

Passo previsível de uma burguesia nacional que, após ter sido estrangulada pelo estamento no Império e na República Velha, assumiu o poder com o Estado Novo getulista, mas sem fazer sua revolução liberal, gerando assim um modelo que mescla um modo capitalista de produção, comandado por uma burguesia nascida de uma oligarquia e que exerce seu domínio através do Estado patrimonialista.

Tal arranjo híbrido, obviamente, não poderia protagonizar o golpe que depôs Goulart em 1964 apenas com apoio militar, como numa quartelada. A constatação de Cruz e Martins (2008) é de que o golpe militar foi possível por resultar de uma

complexa coalizão que incluía praticamente todas as facções das classes dominantes (do rural ao urbano, do arcaico ao moderno, do nacional ao estrangeiro, do produtivo ao parasitário), juntamente com ponderáveis parcelas da pequena burguesia, das profissões liberais e da nova classe média burocratizada, com suas respectivas representações no plano político partidário (p. 12).

Notável também foi a coalizão no campo militar, apesar das notórias divergências entre suas quatro tendências principais: a linha dura, os nacionalistas de direita, os corporativistas (chefias que se impunham em nome da unidade, hierarquia e burocracia da corporação) e a elite intelectual das forças armadas, os chamados “sorbonistas”, nome

inspirado na elite intelectual antiliberal da França, que apoiou a Revolução Francesa contra o absolutismo do rei no século XVIII.

No Brasil, o sorbonismo surgiu na resistência contra Vargas e o Estado Novo a partir da Revolução de 1932, se afirmou na aliança com os Estados Unidos na frente antifascista da Segunda Guerra e adquiriu massa crítica com a criação da Escola Superior de Guerra e com o envio de seus membros para cursos na Academia Militar de West Point (EUA). De acordo com Cruz e Martins,

graças à presença sorbonista, o movimento de 64 continha a possibilidade de transcender os limites de um simples golpe de Estado e de se configurar positivamente, como redirecionamento cosmopolita-modernizante que abandonaria os rumos tomados pela Revolução de 30 para inaugurar um novo ciclo da história brasileira” (p. 14).

Num processo constante de lutas internas pelo poder, a ditadura brasileira começou sob o comando do sorbonista Castelo Branco; em 1967 a linha dura militar assumiu com Costa e Silva e radicalizou com a Junta Militar e depois com Médici no período de confronto com as forças de esquerda, beneficiada pelo “milagre econômico”; em 1974 os sorbonistas reassumiram com Geisel e Golbery e a última etapa da ditadura foi conduzida pela linha dura (Figueiredo) em aliança com os sorbonistas (Golbery), até eleição indireta de Tancredo e – com sua morte – a posse de Sarney.

O denominador comum em todos esses ciclos, porém, foi o caráter ditatorial do regime de 1964, apesar de sua constante e injustificável “pretensão de legitimidade”, de que falou Rezende (1996). Tanto assim que o sorbonista Castelo Branco deixou sua marca com o Ato Institucional nº 2, em 1966, que revigorou uma ditadura que “parecia caminhar para o recesso” (CRUZ E MARTINS 2008, p. 23-24). A ressurreição incluía o retomo dos poderes para cassar mandatos e suspender direitos políticos, a limitação da livre manifestação do pensamento, a extinção dos partidos políticos, a outorga da faculdade de decretar intervenção nos estados, de baixar decretos-leis em matéria de segurança nacional e de declarar em recesso as casas legislativas, entre outros.

Por sua vez, a Junta Militar que substituiu Costa e Silva após sua enfermidade e morte, recrudescer a ditadura com a edição do AI-5 em dezembro de 1968, com o objetivo de debelar a crise de instabilidade que chegava ao clímax com a rebelião estudantil e a insubordinação do Congresso Nacional. O Ato 5 dava ao presidente da República poderes para recessar o Congresso, intervir em estados e municípios, cassar mandatos eletivos e suspender direitos políticos de qualquer cidadão, remover, aposentar ou reformar titulares de cargos públicos, decretar o estado de sítio, decretar o confisco de bens, suspender garantias constitucionais referentes às liberdades de reunião e de associação e estabelecer a censura da imprensa, da correspondência, das telecomunicações e das diversões públicas.

Com tais poderes, a linha dura implantou em 1969 a chamada “revolução permanente” e passou a presidência do país ao general Emílio Garrastazu Médici, cujo gover-

no combinou a mais severa repressão política com o chamado “milagre econômico”, projeto baseado na captação de recursos internacionais então abundantes para investimento em obras de infraestrutura, que propiciaram ao país índices de crescimento “chineses” de 1970 a 1977 – 14,5% ao ano.

Até mesmo o general sorbonista Ernesto Geisel, que governou o país no período que interessa a este artigo (1974-78), com o discurso de uma “reversão do processo revolucionário” através de uma “distensão lenta, gradual e segura”, recorreu aos poderes ditatoriais que lhe facultava o AI-5 para não perder o controle do processo político, após a avassaladora derrota do governo para o MDB nas eleições de 1974 e os confrontos com a linha dura do Exército, que resultaram em assassinatos como os do jornalista Vladimir Herzog, em outubro de 1975.

Para tanto, no início de 1977 ele baixou o “pacote de abril”, com medidas para manipular as eleições de 1978, tais como: eleições indiretas para escolha de governadores, eleição de 1/3 do Senado por via indireta e instituição de sublegendas na eleição direta dos restantes; extensão às eleições estaduais e federais da legislação restringindo a propaganda eleitoral no rádio e na TV; redução do quórum para a votação de emendas constitucionais pelo Congresso; alteração do colégio eleitoral que elege o presidente da República; ampliação de cinco para seis anos do mandato presidencial. Medidas que lhe permitiram fazer o sucessor, general João Batista Figueiredo, que encerrou o ciclo militar com a devolução do governo aos civis em 1985, num quadro de colapso da economia brasileira em virtude da dívida externa contraída durante a ditadura.

De sua parte, as forças de oposição ao regime, após a desmoralizante derrota sem resistência em 1964, nunca conseguiram se articular e nem mesmo compreender a natureza e características do golpe e do regime impostos ao país. Especialmente as forças de esquerda, que desde os anos 1950 viam na Revolução Cubana o modelo para a revolução brasileira, e que em 64 “se julgavam a um passo da conquista definitiva do poder e que, no entanto, foram colhidas de surpresa por um golpe além tudo perfeitamente previsível” (CRUZ E MARTINS 2008, p. 44), igualmente em 1967 avaliaram mal a conjuntura decorrente da institucionalização da ditadura e em muitos casos optaram pela clandestinidade e a luta armada.

Nada podia ser mais infundado que o prognóstico feito por Marighela e tantos outros em 1967. Com o aumento da repressão, as massas não aderiram à sublevação armada. Em lugar de dar corpo aos arroubos do subjetivismo revolucionário, a população se amedrontou e se afastou da vida pública (p. 53).

A Imprensa Alternativa

Na avaliação de Bernardo Kucinski (1991), o fenômeno da imprensa alternativa – ou nanica – no Brasil pós 1964, decorreu da complacência da grande imprensa para com o regime militar.

Jornais que, na luta contra o estado populista dos anos 50, chegaram a erguer com os militares um poder paralelo, a República do Galeão, causa principal do suicídio de Getúlio, e que, num crescendo de ativismo, ajudaram a articular o golpe militar, sofrem uma grande inflexão no seu papel social, delegando ao estado autoritário a tarefa de defender os seus interesses de proprietários (...) Enquanto recuam os jornais, é acionado como mecanismo de persuasão ideológica dominante, o padrão Globo de televisão (...) (p. 23)

Kucinski catalogou 150 periódicos que, entre 1964 e 1980, denunciaram sistematicamente as torturas e violações dos direitos humanos, além de criticar o modelo econômico, inclusive nos anos de seu aparente sucesso, durante o milagre econômico (p. 14). Mas metade deles não chegou a completar um ano de existência e apenas cerca de 25 jornais, nascidos de articulações mais densas, tiveram vida relativamente longa, de até cinco anos (p. 24), como foi o caso do Poeira. Muito em função das perseguições do aparelho militar, que submetia os jornais considerados mais importantes a um regime drástico de censura prévia, além de casos de prisões de editores como d'O Pasquim (por dois meses), Resistencia, Coojornal e Opinião, e apreensão de edições mesmo após censura prévia.

Kucinski identificou duas classes de jornais alternativos, os políticos e os existencialistas. “No ambiente hostil, desagregador e depressivo da ditadura, cada jornal funcionava como ponto de encontro espiritual ou como polo virtual de agregação” (1991, p. 22). Outros fatores de atração e convergência, segundo o autor: jornais nascidos a partir de episódios de fechamento de espaços na grande imprensa e/ou da figura de um líder, o “jornalista-alma” do projeto alternativo. “Teria existido Opinião sem Raimundo Pereira? Pif-Paf sem Millôr Fernandes? O Pasquim sem Jaguar ou Versus sem Marcos Faerman? Dificilmente” (Ibid p. 16)

Tais pontos de encontro atraíam o que o autor denomina “duas forças compulsivas” (p. 20), convergentes mas com aspirações distintas: de um lado ativistas políticos ávidos por protagonizar as transformações que propunham, e de outro jornalistas e intelectuais em busca por espaços alternativos à grande imprensa e à academia. Tal convivência provocou tensões e conflitos: “Era como se houvesse um consciente gramsciano... compartilhado principalmente por jornalistas independentes e intelectuais, e um inconsciente leninista trazido pelo ativismo político, que acabava se impondo” (p. 20).

A prevalência desse “inconsciente leninista” levou a uma espécie de “partidariização” da maioria dos jornais alternativos: “Entre 1974 e 1977, ou seja, até a entrada em cena do operariado do ABC, a história das esquerdas brasileiras praticamente se confunde com a história da imprensa alternativa” (Ibid p. 17). Ao longo do tempo, a subordinação oculta de jornais a partidos chegou a desqualificar seus participantes que, “de protagonistas de um novo modelo ético-político democrático...viam-se reduzidos a instrumentos de manipulação” (p. 26).

O assassinato do jornalista Vladimir Herzog em outubro de 1975 foi um divisor de águas para a imprensa brasileira: de um lado o padrão alternativo tornou-se dominante, com a circulação de 160 mil exemplares semanais, apenas somando os oito títulos principais, levando a imprensa alternativa a seu apogeu no triênio 1975-77; de outro, “rompeu-se o precário equilíbrio nas relações de trabalho na grande imprensa, ao mesmo tempo em que se esgotou o modo complacente pelo qual os jornais se relacionavam com o regime” (Ibid p. 24)

Kucinski se pergunta “por que desapareceram tão repentinamente os jornais alternativos, mesmo aqueles com um acervo de muitos anos?” – e recusa a resposta corrente de que sua única razão de existir era a resistência à ditadura.

Se a história comprovar a morte da utopia, é possível que o desaparecimento quase total e repentino da imprensa alternativa tenha sido premonitório, corroborando a tese de que essa imprensa, por estabelecer pontes entre organizações e a sociedade, antecipa as grandes transformações. (Ibid p. 29)

Londrina

O livro de Bernardo Kucinski traz duas referências à imprensa alternativa de Londrina.

Havia linhagens regionais, formadas por intelectuais e jornalistas relativamente isolados dos centros de produção intelectual, levados a lançar sucessivos jornais para dar vazão à sua criatividade (...) Em Londrina formou-se uma típica linhagem regional a partir do semanário Novo Jornal, lançado em 1971 com bases empresariais, mas com proposta editorial atrevida. Ali se juntou o grupo de jornalistas jovens, focas, futuros protagonistas de Terra Roxa (1972) e Poeira (1974), dois dos mais aguerridos jornais estudantis da história de Londrina; de Atalho (1975), porta-voz da Associação dos Professores Licenciados do Paraná; de seu sucessor, Água Corrente; e, finalmente, de Paraná Repórter (1980), o jornal da cooperativa dos jornalistas de Londrina, e Fala Paraná (1981), braço do jornal Movimento em Londrina. (1991 p. 8).

Na página 143, Kucinski destaca o que classifica como jornais alternativos basistas:

Os mais importantes são: Poeira, DCE de Londrina; Avesso, órgão do DCE Livre da USP ... Cobra de Vidro, produzido por um conjunto de diretórios estudantis (...) Novo Rumo, vários DCEs de São Paulo; O Espírito da Coisa, São Paulo 1977; e Nova Ação, Salvador, 1977.

O semanário Novo Jornal, mencionado por Bernardo Kucinski, foi um projeto inspirado no jornalismo autoral da revista Realidade, que teve como editores Domingos-

Pellegrini Junior, Cleto de Assis e Leonardo Henrique dos Santos, e que formou uma geração de jovens jornalistas. Entre os quais Marcelo Oikawa, Roldão Arruda e Nilson Monteiro que viriam a iniciar e coordenar a experiência do jornal Poeira, juntamente com Célia Regina de Souza, Cleusa Venancio Monteiro e Luzia Tiemi Oikawa que, como os três, haviam participado do movimento estudantil secundarista de 1968, no Colégio Estadual Vicente Rijo e na União Londrinense dos Estudantes Secundaristas (ULES).

Naquela época, esses jovens se posicionaram contra a radicalização do movimento estudantil de 1968, que levou muitos estudantes à clandestinidade, luta armada, tortura e morte nos chamados “porões da ditadura”, optando por atividades comunitárias e culturais, especialmente literatura e teatro. Marcelo Oikawa creditou essa postura, que foi a base de atuação do jornal Poeira, às orientações de um líder estudantil da época, um pouco mais velho que eles, Paulo Nassar:

Não sei de onde, ele começou a vir com algumas ponderações muito firmes e impressionantes: temos que ter paciência, não adianta querer fazer o parto da história na marra; para despertar uma pessoa para a realidade do mundo primeiro é preciso conscientizá-la, só depois podemos começar a politizá-la. Uma pessoa só vai se mobilizar por algum problema que a atinja diretamente, temos que descobrir esse caminho... O certo é a gente se organizar, ganhar as eleições para os grêmios e começar a organizar os estudantes a partir de seus interesses específicos. Nunca me esqueci dessas palavras. (OIKAWA *apud* YAMASAKI, 2009, p.37)

Quando foram estudar na Universidade Estadual de Londrina, a partir de 1971, recém criada nos moldes da Reforma Universitária baseada nos acordos MEC-USAID (regime de fundação com ensino pago, sistema de créditos e representação estudantil vinculada à estrutura da universidade), conheceram e passaram a conviver com Marília Andrade, estudante de Pedagogia vinda de Belo Horizonte. Os sete tiveram participações importantes na primeira gestão do DCE (1972-1973), vencida por uma frente democrática liderada pelo estudante de Medicina Márcio Almeida, e foram responsáveis pela criação do jornal Terra Roxa, que iniciou um trabalho de conscientização política das bases estudantis, procurando agregar estudantes em grupos de estudos de literatura, jornalismo, teatro, cinema etc.

Após a derrota da chapa Terra Roxa para um grupo conservador ligado ao partido do governo, a Arena, alguns daqueles sete membros começaram a avaliar os erros da primeira gestão e a discutir mecanismos para aprofundar o trabalho de base na universidade. A resposta veio na forma de um novo jornal, uma vez que o Terra Roxa –como jornal do DCE – permaneceu com a nova diretoria conservadora.

Assim nasceu, no último bimestre de 1973, a proposta do Levanta, sacode a POEIRA e dá a volta por cima, alusão à retomada após a derrota. “O nome foi ideia mi-

nha, tirada da música do Paulo Vanzolini” – diz Marília Andrade. “Aliás, o Terra Roxa também, tirei do nome de uma revista editada pelo Mário de Andrade na década de 30, Terra Roxa e Outras Terras”. Segundo ela, a proposta do Poeira e toda a estratégia para 1974 nasceu numa reunião entre ela, Cleusa Monteiro e Marcelo Oikawa, no apartamento deste, no fim de 1973: “Foi uma reunião histórica pra mim, porque tudo que nós planejamos se concretizou, o jornal, a pesquisa com os estudantes, a vitória em 74, foi incrível!”ⁱⁱ

Foram 27 edições e dezenas de boletins especiais entre março de 1974 e novembro de 1978, período em que o jornal divulgou e protagonizou as principais lutas do movimento estudantil da Universidade Estadual de Londrina, tais como: contra o exame obrigatório ao final de cada disciplina, vencida em 1975; pelo benefício da meia passagem no transporte público (passe universitário), obtido em 1976; contra o regimento interno 169, que transpunha e agravava as prescrições do decreto federal 477 para o ambiente da universidade, aprovado em 1976 mas nunca aplicado; e pelo ensino gratuito, conquistado nos anos 1990, entre várias outras conquistas.

Tudo resultando numa incontestável hegemonia política, conquistada em eleições anuais para o DCE, diretórios setoriais e representações estudantis junto a órgãos da universidade, só encerrada em 1978, quando a administração da UEL extinguiu as entidades oficiais:

(...) o jornal rearticulou o grupo que venceu as eleições de 1974 e manteve-se na direção do DCE até o final de 1978. Nesse período mantiveram em circulação um jornal admirável pela qualidade das matérias, pela diagramação inovadora, pelo número de páginas e elevada tiragem e pela façanha de sobreviver por seis longos anos (PACHECO, 1997).

O Jornal Poeira

O presente artigo propõe-se analisar aspectos que, na visão do autor, participante assíduo do jornal e do movimento de 1974 a 1978, constituíram alguns dos fatores de sucesso e lições aprendidas da experiência. Esses aspectos constituem hipóteses da pesquisa de mestrado que o autor está conduzindo, a ser concluída em 2015.

1 – Autonomia

Em toda sua história o Poeira foi um jornal “no DCE” e não “do DCE”, nunca utilizando recursos da entidade, exatamente para não perder a marca em caso de derrota eleitoral, como ocorreu em 1973 com o jornal Terra Roxa. Com isso o jornal buscava sua sustentabilidade através da venda de anúncios, ampliando a prática iniciada pelo Terra Roxa, e obtendo boa adesão de livrarias, escolas de idiomas, bares e restaurantes,

empresas e prestadores de serviços em geral. E também contava com a simpatia da *Folha de Londrina*, onde trabalhavam alguns dos fundadores do jornal – “sempre que faltava dinheiro para pagar a conta, a gente chorava as mágoas com o seo João Milanez ou o Alvaro Grotti e conseguia bons descontos”, lembra Cleusa Monteiroⁱⁱⁱ.

As dificuldades começaram em 1975, quando os jornalistas fundadores deixaram a *Folha* para trabalhar num novo jornal diário e, em nível nacional, o clima político piorou com as investidas da linha dura militar, que realizou prisões políticas no Paraná e Santa Catarina e, no segundo semestre, assassinou Vladimir Herzog em dependências do Exército em São Paulo, fato noticiado com destaque na edição nº 11 do *Poeira*. Ao mesmo tempo, anunciantes do jornal passaram a receber visitas ameaçadoras de agentes da P2 (unidade de inteligência da Polícia Militar), que trabalhavam em colaboração com a Assessoria Especial de Segurança e Informações (AESI) da Universidade.

Como resultado, o *Poeira* teve que buscar opções de impressão fora de Londrina, tendo suas edições de 1976 impressas em Maringá, Ourinhos e Bauru. Ao mesmo tempo, o grupo partiu para a busca de sua autonomia, o que se concretizou em meados de 1976 com a compra de uma máquina impressora Multilith rotoplana usada, num momento em que a edição nº 13 estava pronta e não tinha onde ser impressa. O jornal comemorou:

Este jornal, pelas dificuldades que enfrentamos, é talvez o mais importante de todos os que já foram feitos até agora. Este POEIRA (...) traz o resultado de mais de dois anos de trabalho persistente e organizado (...) mais uma vez, o estudante londrinense “levanta, sacode a poeira e dá a volta por cima” (Editorial do nº 13, agosto de 1976).

Marco na história do jornal e do movimento estudantil, a aquisição foi um impacto para a administração da universidade. Tanto assim que, em novembro de 1978, antes mesmo que o Conselho de Administração da UEL aprovasse o fechamento dos diretórios e cassação dos mandatos de seus dirigentes, funcionários da guarda patrimonial da Universidade já estavam a postos na antiga sede do DCE, para imediatamente recolher a máquina impressora do *Poeira*, o que foi feito derrubando uma das paredes do prédio a marretadas.

2 – Trabalho de base:

Com base nas experiências de 1968 e do *Terra Roxa*, o *Poeira* tinha uma preocupação quase obsessiva em manter-se próximo do estudantado, o que era uma questão de forma e conteúdo. Na forma o jornal buscava falar uma linguagem informal, usando e abusando do humor, presente nas tiras d’O Pasquim e do argentino Quino, cuja *Mafalda* era personagem símbolo do *Poeira*, e também em colunas de humor como o “Horóscopo-Pô”, que brincava com os diversos cursos da UEL, notas enviadas por estudantes

como a do professor de natação que não sabia nadar, e algumas crônicas eventuais, como a fábula medieval sobre um aspirante a príncipe, “AlvalesOscar” – satirizando o então reitor Oscar Alves que marcou época.

No conteúdo, a preocupação do jornal era abordar temas do dia a dia da universidade, como a qualidade do ensino, o transporte público para o campus, o ensino pago e outros. A inclusão de temas políticos na agenda, como as liberdades democráticas, a anistia e a constituinte, foi acontecendo gradualmente e sempre a partir de fatos locais. Para não se descolar da estudantada, o jornal realizava anualmente, antes das eleições estudantis, uma pesquisa mediante distribuição de questionários a todos os estudantes, de sala em sala, pedindo avaliação do trabalho do Poeira e dos diretórios e a indicação das prioridades para a próxima gestão.

Na pesquisa de agosto de 1975, por exemplo, um dado que mostra que o POEIRA conquistou definitivamente a classe estudantil: 88,9% afirmaram que o POEIRA está ótimo, deram seu integral apoio e pediram que o jornal continue como está. Disseram ainda que o jornal é vital para manter a união entre os estudantes. Apenas 1,1% disseram não gostar do jornal. Na primeira pesquisa, há um ano, o índice dos contra foi de 2,4%. (YAMASAKI 2009, p. 57).

3 – Qualidade editorial e gráfica

O Poeira herdou do jornal Terra Roxa a preocupação e o cuidado com a qualidade dos textos, ilustrações, diagramação, arte final e impressão do jornal. Sem dúvida a presença de jornalistas profissionais entre os fundadores pesou para isso, mas o desafio sempre foi o de manter o processo de produção do jornal aberto a estudantes de todos os cursos interessados em participar, sem abrir mão da qualidade. Para conciliar necessidades tão divergentes, o Poeira criou o GEIE – Grupo de Estudos de Imprensa Estudantil, que se reunia nas tardes de sábado.

Com o tempo, essas reuniões passaram a ser simplesmente do Poeira, e o caráter democrático do jornal, de permitir e incentivar a participação dos estudantes, conciliou-se com o caráter didático, de capacitar estudantes dos mais diferentes cursos a serem bons pauteiros, repórteres, redatores, fotógrafos, ilustradores, diagramadores, arte finalistas, impressores, distribuidores e também vendedores de anúncios.

O empenho na qualidade editorial e gráfica foi recompensado, já no fim de 1974, com a conquista – pelo jornal Poeira – do primeiro lugar no Concurso Nacional Parker Pen de Jornalismo Estudantil, recebido no mês de janeiro de 1975 em São Paulo.

Conclusão

A experiência do jornal Levanta, sacode a POEIRA e dá a volta por cima, como instrumento de divulgação, organização e luta do movimento estudantil da Universidade

Estadual de Londrina, entre 1974 e 1978, constituiu um importante caso de sucesso da imprensa alternativa e estudantil do Brasil nos anos 1970, sendo um dos poucos jornais do gênero a durar tanto tempo (cinco anos) e com tanto respaldo social, aferido anualmente por pesquisas de opinião e processos eleitorais livres e pela repercussão de suas lutas na sociedade e nos meios de comunicação.

O presente artigo propõe algumas hipóteses para explicar o sucesso da experiência, como o respeito autêntico às bases estudantis; a conquista da autonomia através de anúncios, promoções e da aquisição de uma máquina impressora; e o cuidado com a qualidade editorial e gráfica dos materiais produzidos. Quanto ao vínculo partidário, que na visão de Bernardo Kucinski teve papel preponderantemente negativo na imprensa alternativa nacional, nossa hipótese é que, no caso de Londrina, não foi assim, o jornal e o movimento estudantil seguiram a mesma linha de trabalho, baseada numa democracia participativa, do começo ao fim. E o fim da experiência deveu-se mais às mudanças da conjuntura nacional, decorrentes da redemocratização do país, e a um recuo da Universidade Estadual de Londrina num dos fundamentos da Reforma Universitária, com a extinção dos diretórios e representações estudantis atrelados à administração universitária, em 1978.

Referências

BALTAR, Ronaldo. **O ponto morto**. Londrina PR, Editora da Universidade Estadual de Londrina, 2000.

CRUZ, Sebastião C. Velasco E.; MARTINS, Carlos Estevam. “De Castelo a Figueiredo: Uma incursão na pré-história da abertura”. In: **Sociedade Política no Brasil pós-64**, SORJ, Bernardo e ALMEIDA, Maria Herminia Tavares de (Org.). Rio de Janeiro RJ, Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo SP, Scrita Editorial, 1991.

PACHECO, Jairo. **Inventário Sumário do Fundo do Diretório Central dos Estudantes do CDPH – Centro de Documentação e Pesquisa Histórica da Universidade Estadual de Londrina**. Editora da UEL. Londrina. 1997.

REZENDE, Maria José de. **A ditadura militar no Brasil: repressão e pretensão de legitimidade – 1964-1984**. Tese apresentada para obtenção do título de doutor em Sociologia à Universidade de São Paulo, sob orientação do Prof. Dr. José Carlos Bruci, São Paulo 1996.

YAMASAKI, Francisco Yudi. **Poeira, um projeto de conscientização e formação de massa crítica a partir de um jornal estudantil – 1972-1978**, Londrina PR, Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Comunicação Popular e Comunitária, do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, 2009.

Registros Fotográficos



Edição nº 18, impressa na máquina adquirida pelo *Poeira* através de shows como MPB4, João Bosco, Tarancón e Grupo Raizes.



Campanha da chapa *Poeira* em 1974, com o cartaz símbolo da Mafalda, vencida com 69,9% dos votos.



Ato público no campus em protesto contras as prisões no III Encontro Nacional de Estudantes em Belo Horizonte, em junho de 1977. Entre os presos, três representantes dos estudantes da UEL.



Carreata do campus universitário para o centro de Londrina, em protesto contra o regimento interno 169 (1977).



Cerco policial ao DCE na proibição ao primeiro debate sobre a Constituinte realizado no Paraná, em junho de 1977, com a presença do ex-ministro do Supremo Tribunal Federal, Aliomar Baleeiro. A proibição teve repercussão nacional, inclusive editoriais em *O Estado de São Paulo*.

Notas

- i Consideramos fundadores do jornal *Poeira* sete estudantes, seis deles londrinenses (Marcelo Oikawa, Cleusa Venâncio Monteiro, Célia Regina de Souza, Roldão Oliveira Arruda, Luzia Tiemi Oikawa e Nilson Monteiro Menezes), egressos do movimento estudantil secundarista de 1968, e Marília Andrade, que participou do movimento estudantil dos anos 1960 em Belo Horizonte, foi presa no Congresso de Ibiúna (SP) em 1968 e viveu em Londrina entre 1970 e 1974.
- ii Depoimento ao autor em 30/01/2014.
- iii Depoimento ao autor em 09/02/2014.

Militância em Quadrinhos: considerações a partir H. G. Oesterheld¹

Marcos Antonio Corbari²
Edevandro Sabino da Silva³
Ébida Rosa dos Santos⁴

Resumo: o presente trabalho pretende dar continuidade a estudo anterior que propõe a análise da apropriação da plataforma expressiva das Histórias em Quadrinhos enquanto Mídia Militante, a partir da experiência executada por seus autores, tanto os semi-nais quanto os contemporâneos. Neste texto abarcar-se-á vida e obra do argumentista argentino Hector Germán Oesterheld, quadrinhista reconhecido internacionalmente e militante político que foi sequestrado e desaparecido, junto com suas quatro filhas, pela ditadura do presidente Jorge Rafael Videla. Trata-se de um texto singelo em suas pretensões, proposto mais como um resgate histórico pertinente a temática proposta ao encontro regional da ALCAR do que por eventuais virtudes analíticas.

Palavras-chave: Histórias em Quadrinhos; Mídia Militante; Héctor Germán Oesterheld

Para começo de conversa

Temos nos detido já há algum tempo ao estudo da apropriação dos recursos narrativos das Histórias em Quadrinhos (HQ) como su porte ao conteúdo informativo, em particular ao que convencionou-se chamar Jornalismo em Quadrinhos. Por ocasião do último congresso nacional da Alcar, exploramos uma derivação destes estudos iniciais, delimitando de modo particular a apropriação da plataforma expressiva dos quadrinhos como instrumento de mídia militante, ou seja, a veiculação de mensagens de ordem concreta, atreladas a uma determinada orientação ideológica ou simbólica, bem como sua repercussão e efeitos. Se naquele estudo c entramos na ideia de compreensão do próprio conceito de mídia militante, que conforme nos parece ainda é pre-

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Jornalista formado pela UFSM/FW, onde atua como professor substituto. <marcos.corbari@gmail.com>.

3 Mestre em Literatura pela URI/FW, professor do Instituto Federal Farroupilha. <sabinoede@gmail.com>.

4 Jornalista, formada pela UFSM/FW, mestranda em Jornalismo pela UFSC. <ebidasantos@gmail.com>.

ciso construir de modo concreto, e abordamos de maneira sintética diversos exemplos de apropriação das HQ's como tal, centrado s na vertente informativa do Jornalismo em Quadrinhos, passamos a partir deste momento ampliar essa perspectiva a partir de obras e realizadores referenciais. Ao aprofundar o estudo, com vistas ao futuro desenvolvimento de uma dissertação que aborde a proposta, se fez necessário investigar realizadores e obras seminais, deixando de lado a foco inicial – limitado ao Jornalismo em Quadrinhos – e adentrar ao campo aberto da Arte Sequencial enquanto plataforma expressiva útil a manifestação de mensagens – implícita ou explicitamente – carregadas de sentido simbólico político-ideológico. Na impossibilidade de visitar obras e nomes em um único texto, damos seguimento a esta proposta delimitando a cada artigo uma autor referencial, iniciando neste texto a proposta de uma investigação de fundo histórico mais ampla, quiçá um dia reunida em publicação conjunta.

Provocados pelo tema proposto pela presente edição do Congresso Regional da ALCAR, que remete a análise dos 50 anos da ditadura militar no Brasil, propomos a realização deste artigo, que não tem maiores pretensões em termos de estudo ou pesquisa, como tem de registro histórico provocativo a atenção maior de nossos pesquisadores, sejam do campo da comunicação, da arte ou da história. Levando em conta que o período ditatorial vivenciado em nosso país não foi um caso isolado, mas sim uma peça representada em um cenário maior, compreendendo que entre as décadas de 1960, 1970 e 1980 abrangeu boa parte da América Latina, voltamos nossos olhar a um caso específico no país vizinho, a Argentina, onde muitas forças expressivas críticas foram caladas pela violência. Ali encontramos a história de vida e obra do argumentista Hector Germán Osterheald, reconhecido como o maior autor de quadrinhos em seu país, consolidado por público e crítica também como um dos mais importantes no mundo.

Embora o ficcional represente a maior e possivelmente mais significativa parcela de sua obra (a se destacar o folhetim *El Eternauta*, uma obra prima dos quadrinhos), Osterheald permitiu-se realizar também trabalhos de caráter histórico, tal como se pode destacar nos quadrinhos onde retrata passagens biográficas de personalidades como Ernesto “Che” Guevara e Evita Perón, bem como no folhetim “América Latina, 450 anos de guerra”. Envolvido também como militante junto ao movimento Montoneros, vida e obra confundem-se em um desfecho trágico, onde o autor e suas 4 filhas são apreendidos e possivelmente assassinados pela repressão do governo de Jorge Rafael Videla. Oficialmente, seus nomes constam na lista dos desaparecidos, junto de centenas de outro cidadãos e cidadãs argentinos que de uma forma ou outra desafiaram o ideal dos ditadores.

Refletindo a HQ enquanto Mídia Militante

Não é recente o interesse de diversos segmentos autorais pelas potencialidades expressivas e pela virtude narrativa da Arte Sequencial, sobre cujo suporte são desenvol-

vidas as Histórias em Quadrinho s. Seja como facilitador de funcionalidades em um manual de instruções, como aporte a ludicidade educativa em cartilhas educacionais, como suporte ao conteúdo fantástico nos tradicionais gibis voltados ao público infantil e aos adolescentes, como produto derivado de propostas multimidiáticas expandindo narrativas de filmes e jogos eletrônicos, ou até mesmo, como veremos a seguir, servindo de amparo a propostas de leitura da realidade de acordo com ideários das mais diversas matrizes.

Nos parece necessário relembrar algumas propostas já delineadas, que versam a respeito de duas linhas de interpretação bastante distintas: na primeira abordagem devemos relembrar a tentativa “de legitimação de discursos ideológicos dominantes, vide os exemplos clássicos das estórias de heróis e super seres que envolvem-se em causas de interesse como a segunda grande guerra nos anos 1940 ou no combate do que chamou-se a ‘ameaça comunista’ nos EUA dos anos 1950 e 1960” (CORBARI e SANTOS, 2013); e em segunda instância, a legitimação de exposição de ideias contrárias ao *status quo* dominante, procurando de forma artística desconstruir conceitos conservadores, como o *american way of life* (estilo americano de vida) e propondo ao leitor uma experiência contra cultural de matriz crítico/realista.

Centrando nossa atenção as HQ's enquanto elementos-base para a consolidação entre as diversas plataformas expressivas apropriadas à interpretação do real, pretendemos enquadrá-la dentro da compreensão de mídia militante, particularmente servindo de suporte a expressão de pautas especificamente dedicadas a temas marginais, não costumeiramente abordados pelos meios tradicionais. Se em nosso texto anterior, onde nos detivemos na interpretação do Jornalismo e m Quadrinhos, evitamos a abordagem da Arte Sequencial enquanto Mídia Militante a partir da associação do termo a qualquer espécie de comunicação panfletária ou dedicada a determinada causa político-ideológica, neste texto precisamos seguir em direção contrária, justamente aprofundando a interpretação dos quadrinhos como suporte a comunicação subversiva, voltada ao enfrentamento de um *status quo* imposto por um regime de governo conservador.

Héctor German Oesterheld

Hector German Osterheld nasceu em Buenos Aires (Argentina) em 1919. Graduou-se em Geologia e dedicou a primeira fase de sua vida profissional ao estudo das ciências naturais, como zoologia, botânica e antropologia, entre outras. Apesar de algumas incursões prévias no campo da literatura, tendo publicado alguns contos, é a partir do começo da década de 1950 que vai profissionalizar-se e dedicar-se ao ofício de escritor, especialmente dedicado aos argumentos e roteiros para histórias em quadrinhos e aos relatos de aventuras. Durante sua carreira trabalhou em parceria com alguns dos maiores desenhistas do cenário internacional das HQ's, a destacar Hugo Pratt e Alberto Breccia.

Héctor Germán Oesterheld (23 julio 1919- ¿1978?) fue un creador clave en la producción cultural argentina, sus decisiones lo llevaron a abandonar la geología y a convertirse en un narrador de la industria cultural en distintos formatos, desde sus famosos guiones de historietas – Sargento Kirk, El Eternauta, Mort Cinder y un extenso etc. –, a sus todavía no del todo detectadas y reconocidas obras literarias (sus volúmenes de Ernie Pike son, por lo menos, comparables a las narraciones de Hemingway sobre la guerra), a las figuritas de Plátanos voladores al ataque!. (SPRECHER, 2006)

Conquistou prestígio e reconhecimento através da sua arte e demonstrou admirável capacidade para se adaptar aos diversos gêneros a que foi desafiado arguir. Escreveu desde fábulas infantis a quadrinhos de terror, de westerns de época e contos de guerra até futuristas obras de ficção científica. Retratou passagens históricas e emprestou suas palavras a personagens reais como Ernesto Che Guevara e Eva Peron.

São milhares de quadros desenhados a partir de seus argumentos, em uma produção de difícil mensura, uma vez que muito do que produziu foi publicado sem levar sua assinatura ou mesmo impresso e distribuído na clandestinidade.

Oesterheld também é muito mais que o maior roteirista da história da HQ argentina ou latino-americana. É o primeiro grande roteirista dos quadrinhos mundiais, o primeiro a perceber as possibilidades dos quadrinhos como uma espécie de nova literatura. (...) Juntos, Oesterheld e Breccia lideraram um movimento que no fim dos anos 50 transformou a Argentina no mais interessante centro de produção de quadrinhos do Ocidente, cujo impacto ultrapassou a fronteira do país. (CAMPOS, 2008)

No início da década de 1970, junto com suas quatro filhas, envolveu-se com a organização chamada Montoneros, identificada com a esquerda peronista, que desenvolveria um papel importante na construção do segundo mandato de Juan Domingo Perón. Uma vez no poder, Perón opta por deixar-se conduzir pelo ideário dos setores a direita, isolando politicamente os Montoneros e a esquerda revolucionária, que por fim cairiam na clandestinidade. Com a morte de Perón e a deposição de sua esposa Isabelita, levando novamente as forças militares ao poder na Argentina, os integrantes do Montoneros e dos demais grupos de oposição passam a ser caçados, sequestrados e exterminados. A partir de abril de 1977, Oesterheld e suas quatro filhas são sequestrados e, presume-se, assassinados ao longo do ano seguinte. Seus nomes constam na relação de desaparecidos durante o último regime militar argentino.

Uma obra diversa e complexa

É difícil escrever sobre a obra de H. G. O., apesar de existir farto material analítico publicado na Argentina e na Europa. Trata-se de um autor complexo, que desenvolveu

uma obra diversa, tanto no que tange a natureza discursiva do ideário com que impregna seus textos, quanto ao desenvolvimento de recursos estéticos, expressivos e narrativos que se podem ser notados em seus argumentos.

Javier Mora Bordel, em artigo breve que analisa autor e obras referenciais, relata o lirismo presente nas HQ's cujo argumento foi desenvolvido por H. G. O.:

La extensa producción del guionista argentino Héctor Germán Oesterheld responde a la lenta formación de un aliento lírico. Desde sus primeros escritos, Truila y Miltar, sus primeras historietas, “Alan y Crazy” o “Lord Commando”, y sobre todo su primer serial, Bull Rocket, y hasta su abrupta desaparición, todo en Oesterheld se subordina a la consecución de un mismo fin: labrar un espacio narrativo propio en el que desarrollar su voz, real o imaginaria. Oesterheld va abriendo un hueco dentro de su propia narrativa en el que deposita un sin fin de sentimientos despiertos, que no despertados, en su conciencia individual. La suya más que a una evolución paulatina responde a una inclusión progresiva de los distintos fundamentos líricos anteriormente señalados; unos elementos presentes desde las primeras muestras de su trabajo hasta sus realizaciones finales. Fieles testamentos literarios de unos momentos de dolor y pesadumbre en los que Oesterheld halla cierto refugio y consuelo en la dura lucha sostenida contra una sociedad desigual e injusta. Objetivo al que consagró la vida y obra de sus últimos años. (BORDEL, s/d)

Se pode notar, através das palavras de Bordel, a importância da presença do discurso social em H. G. O., especialmente na humanização dos personagens e situações, mesmo quando a pauta que atende é o fantástico. Em muitos de seus quadrinhos é possível perceber na voz de seus personagens, a voz do próprio autor. Essa imersão vai ganhar contornos definitivos na obra prima de Oesterheld, *El Eternauta*, onde o autor torna-se também personagem do enredo. Porém, se este título é o responsável por fazer de H. G. O. um nome conhecido e reconhecido no meio dos quadrinhos, sua assinatura acompanha uma obra farta e diversa, a qual por motivos de tempo e espaço não poderemos referenciar neste texto, mas que pode ser acessada por leitores interessados através de sítios na internet como Tebeosfera (<http://www.tebeosfera.com/1/Documento/Capitulo/Argentina/Oesterheld3.htm>) ou mesmo através da enciclopédia virtual Wikipédia (http://es.wikipedia.org/wiki/H%C3%A9ctor_Germ%C3%A1n_Oesterheld).

O primeiro ciclo criativo de H. G. O. está ligado a suas colaborações com as editoras Codex e Abril, com maior relevância à segunda, onde a convite do diretor Cesare Civita, iniciará a produção de argumentos para quadrinhos. Neste período, que se estenderá de 1951 (Alan y Crazy, Lord Commando y Ray Kitt, ambos na revista *Cinemisterio*), até 1955 (onde o rol de obras e personagens vai ganhar nomes como Bull Rocket e Sargento Kirk, El Indio Suárez, Tarpón y Doc Carson, El Mescalero, Ray Kent, Burt Zane e Star Kenton). Deste período, nos parece importante destacar, ainda que sucintamente,

o personagem de western Sargento Kirk, através do qual se notariam características essenciais presentes na obra de Oesterheld, retratando as passagens de um desertor da cavalaria americana, que mostra-se incomodado com a matança inútil de indígenas, tornando-se um renegado, como destaca o site *historieteca.com.ar* em artigo não assinado: “*El tratamiento innovador dado por Oesterheld a la historia, los valores atípicos y novedosos para el género, convierten a Sargento Kirk en una bisagra, un punto de referencia para la historieta realista*” (<http://www.historieteca.com.ar/HGO/hgobio.htm>).

O personagem Kirk vai acompanhar Oesterheld em seu segundo ciclo de autoria, desempenhado a partir de 1955, quando aventura-se a criação de sua própria editora, efetivada juntamente com seu irmão, Jorge. A Editorial Frontera será responsável por levar a público personagens como Ernie Pike, Ticonderoga, Randall the Killer, Sherlock Time, Joe Zonda y Rolo, entre outros. Afirma-se que cerca de 80% dos argumentos propostos e roteiros produzidos para as publicações da Editorial Frontera foram realizados por H.G.O., assinados com propriedade ou através de pseudônimos. O mesmo artigo do site *historieteca.com.ar*, o personagem Ernie Pike merece comentários que achamos pertinente compartilhar neste estudo: trata-se de um correspondente de guerra, através do qual Oesterheld conta todo tipo de histórias, “*en las que se filtra el humanismo del autor, dentro del terrible marco de la guerra. Oesterheld se permitía invertir los adocnados tópicos narrativos habitual es del género, como presentar alemanes como ‘buenos’. Oesterheld se preocupaba por el hombre, y en este sentido no hay buenos y malos, sólo víctimas*”.

Faz parte deste segundo ciclo de publicações, a HQ que é considerada a obra prima de Oesterheld, *El Eternauta*. Esta primeira versão, logo apontada como uma das publicações mais importantes da história dos quadrinhos argentinos vem a público a partir de 1957, através de frações na revista Hora Cero Semanal. Com grande repercussão junto ao público, o argumento *sifi* que relata as passagens de uma pós apocalíptica, foi editada semanalmente até seu desfecho, em 1959. Mais tarde seria recompilada em três revistas integrais e, ainda, em diversas oportunidades, em livro. Esta primeira versão foi ilustrada por Solano Lopez. Anos mais tarde, o argumento seria revisitado por Oesterheld, em companhia do artista gráfico Alberto Breccia (em 1965) e retomaria o enredo em uma continuação tardia novamente ao lado de Solano Lopez (em 1976). Falaremos mais a respeito de *El Eternauta* em uma unidade de texto a parte, a seguir. O tempo áureo da Editorial Frontera encerraria a partir do final de 1959, degradando-se até 1963, quando seus títulos seriam descontinuados.

No terceiro ciclo de publicações, pontuado após a experiência a frente de sua própria editora, mostra Oesterheld já dividindo sua atenção com os desafios profissionais e os sinais cada vez mais explícitos de sua militância política. A partir de 1961 assina argumentos publicados em diversas editoras, dando vez a personagens como Mort Cinder, Watami, León Loco, Lord Pampa e Ronnie Lea, entre outros. O mais notório, sem dúvidas, é Mort Cinder, quadrinhos que relatam histórias curtas de um homem eterno,

que se perpetua ao longo do tempo, morrendo e ressurgindo ao longo de inúmeros períodos históricos. “Mort Cinder es la muerte que no termina de serlo”, relatou o próprio Oesterheld.

Por fim, embora com alguma subversão de cronologia, chegamos as obras que mais nos chamam atenção para a finalidade deste estudo, onde se percebe mais claramente a voz ideológica nas palavras do autor, cite-se especialmente a partir de 1968, deixando o artista dividir os personagens e as palavras com o montonero. Farão parte deste quarto ciclo obras como os quadrinhos biográficos que retratam Ernesto Che Guevara e Eva Perón, bem como o folhetim *América Latina: 450 anos de guerra*, as tiras de *La guerra de los Antartes*, e a continuação de *El Eternauta*. Edoardo Balletta comenta este período:

Menos conocido y estudiado (...) resulta el último periodo de la producción del guionista desde inales de los años '60 hasta su desaparición (1978?). Esta producción tardía se presenta fuertemente influencia da por su radicalización política y militancia en Montoneros, organización de que lle gó a ser ‘jefe de prensa’: después de haberse versado en todos los géneros dela historieta (...) su preocupación mayor había llegado a ser la creación de historieta s ya no solo ‘serias’ y útiles, sino políticamente comprometidas (...). Excluyendo el ‘c iclo’ de *El Eternauta*, que tuvo amplia repercusión de público y crítica, las otras obras de este período han sido durante largo tiempo prácticamente desconocidas, siendo su escasa circulación vinculada a dos series de causas: por un lado son historietas que tuvieron vida clandestina o semi-clandestina desde su nacimiento debido a la censura y la represión del momento, por el otro, dado su cariz m ilitante (...) han sido consideradas como una producción panletaria poco di gna de un guionista capaz de crear personajes como *El Eternauta*, *Mort Cynder* y muchos otros.

“*El Eternauta*”

Publicado originalmente em capítulos semanais pela Editorial Frontera, a ficção científica *El Eternauta* converteu-se na obra prima de Oesterheld, assinalando seu nome definitivamente no roll dos referenciais da HQ no mundo. Trata-se dos relatos de viajante do tempo (Juan Salvo) a um roteirista de quadrinhos (seria o próprio Oesterheld?). Retrata o cenário de uma Argentina pós apocalíptica, assolada por uma nevasca que matava ao menor contato com a pele, levando seus personagens a uma odisseia de sobrevivência em meio a uma hostilidade futurista que em muitos momentos tornava-se análoga a realidade vivida na Argentinae na América Latina dos anos 1970.

O discurso social presente em *El Eternauta* está dissolvido em diversas situações, porém se demarca de forma clara através da própria afirmação do autor ao qualificar a

sua abordagem pessoal do herói, que é construído de forma coletiva: “*El héroe verdadero de El Eternauta es un héroe colectivo, un grupo humano. Refleja así, aunque sin intención previa, mi sentir íntimo: el único héroe válido es el héroe ‘em grupo’, nunca el héroe individual, el héroe solo*” (OESTERHELD, 1975). Sprecher também detém sua atenção ao herói coletivo presente não apenas em *El Eternauta*, mas em muitos momentos da obra de Oesterheld:

En El Eternauta se verifica uno de los modelos frecuentes en Oesterheld: el protagonismo grupal. Más allá de que Juan Salvo relate la historia, y de que El Eternauta sea el nombre de la historieta, desde el inicio – y con cambios en la integración y tipos de grupos, y en las posiciones que ocupan los distintos miembros de los grupos – no hay un héroe individual que supere a todos los demás, el protagonista es colectivo.

Na segunda parte de *El Eternauta*, mudanças sólidas são notadas no fio narrativo, as analogias sociais tornam-se mais explícitas e o discurso social passa a pautar a ficção com mais clareza:

El protagonista de la primera parte de El Eternauta, y motor de los intentos de cambios, es grupal y nunca se justifica cualquier medio para alcanzar los fines. Pero, en la segunda parte Juan Salvo se convierte efectivamente en un Eternauta, un ser suprahumano que actúa como líder mesiánico que no ude en sacrificar la vida de sus compañeros de combate – los médios – para alcanzar los fines, lo cual debería correlacionarse con el discurso y prácticas de la organización Montoneros de la cual, por entonces y hasta su desaparición y presunto fusilamiento, Oesterheld formaba parte. (SPRECHER, 2006)

A caracterização política do autor e o engajamento militante já ganhavam contornos cada vez mais concretos, que o conduziriam do simples discurso social até a clandestinidade e, posterior, ao desaparecimento.

Oesterheld irá tomando decisiones que reconstruyensu subjetividad y sus apuestas en el espacio y en las luchas sociales. El socialista democrático anti-peronista de principios de los cincuenta, comienza a radicalizarse durante los sesenta como tantos jóvenes, obreros e intelectuales, en aquellos años de dictaduras y proscripciones. Su opción va a ser el peronismo revolucionario y en el lo acompaña a sus cuatro hijas – o ellas lo acompañan. (SPRECHER, 2006)

“América Latina: 450 anos de guerra”

Publicado originalmente em formato de folhetim na revista *El Descamisado*, vinculada ao movimento Montoneros, “*Latinoamérica y el imperialismo, 450 años de guerra*”,

propõe uma leitura interpretativa da história, a través de capítulos performáticos onde os fatos são expostos através de pontos de vista ideologicamente atrelados a identidade do montoneros, em contraste com as linhas convencionais expostas nos livros didáticos de história, com objetivos claros expressos nas palavras do próprio autor:

Desde las páginas de El Descamisado saldrá entonces nuestra verdadera historia, cual fue la realidad de nuestro pasado y cual es la realidad de nuestro presente. Porque la historia del imperialismo es la historia del continente americano – la Patria Grande – y la historia de nuestra patria.

Balletta analisa a obra a partir de elementos explícitos que a caracterizam como panfletária, identificada e comprometida com os interesses de seus autores-militantes e com a própria interpretação político-ideológica do movimento a que estavam inseridos, explicitas através da linha editorial da revista onde foi originalmente publicada:

[...] no solo, lisa y llanamente, de carácter propagandista, sino a una estrategia más articulada de creación de un campo cultural montonero: a partir de una recuperación de la historia⁵, el movimiento construye sus orígenes (a la vez nacionales y latinoamericanas), intenta autorizar su discurso político en seno al peronismo y a la sociedad argentina y, inalmente, forja un discurso didáctico de carácter ético-político para los militantes. (BALLETA, 2012)

A proposta da publicação, depois reunida em volume único, vai claramente contra um *status quo* dominante, delinea-se atrelada ao ideário socialista, hoje talvez pudesse ser rotulada de bolivariana, embora na Argentina do início dos anos 1970 se enquadrasse na proposta do peronismo revolucionário. Apropria-se de uma linguagem (a história em quadrinhos), de sua potencialidade expressiva (a simplificação da mensagem e a clareza do conteúdo formado pela associação da imagem e da palavra em planos sequenciais) e do alcance popular de um meio simpático ao povo, assinado por um autor reconhecido em seu país e além dele.

[...] cabe recordar que el período en que se publica y escribe Latinoamérica... es quizás uno de los momentos más dramáticos de la toriahis argentina en el siglo XX. Considerándolo ex post resulta evidente que en esemomento se estaba gestando lo que un par de años más tarde se transformó en la tragedia de la última dictadura militar. Pero también si lo miramos ‘en contexto’ es necesario considerar la dramaticidad de aquellos años en que el sueño de una “patria socialista y nacional” fue abruptamente interrumpido por el choque con la realidad. (BALLETA, 2012)

Trata-se de obra clara e declaradamente militante, crítica à formalidade da história convencional, interligando fatos da construção da identidade e dos povos latino-americanos ao discurso do peronismo revolucionário, interligando elementos como

a resistência indígena aos colonizadores, os conflitos da independência, as agressões invasoras a soberania dos países, ao instante daquele momento, onde apregoa-se a imposição de um modelo baseado em princípios socialistas, bem como de reconstrução de uma identidade latina – Pátria Grande –, frente aos modelos externos apresentados como imperialistas, agressores e invasores.

[...] más allá de su carácter didáctico, la Historia que se relata en Latinoamérica... no puede considerarse como una mera representación, si no a partir de la idea de performatividad discursiva: el texto, dicho de otra manera, no es un simple relejo de una ‘realidad histórica’ que allí se relata, ni sol o una ‘interpretación’ de la misma. Es, al contrario, otra discursividad que interactúa con la historia y que al decir (o dibujar) algo, también hace algo: temporalmente, por ende, no se proyecta solo hacia el pasado de la discursividad histórica, sino a su presente y al futuro. (BALLETA, 2012)

“Che Guevara”

Para muitos que se dedicaram a refletir obra e vida de Oesterheld, *La vida del Che*”, HQ que intercala flashbacks da biografia do revolucionário Ernesto Che Guevara com cenas dos momentos que antecederam seu assassinio na selva boliviana, representou uma sentença de morte antecipada para o autor. Considerada uma das mais belas personificações do mítico revolucionário socialista, a obra foi desenvolvida e publicada a pedido da Editorial Jorge Álvarez, em 1968, alguns meses após a captura e execução de Che, com sucesso inicial de crítica e público, sendo considerado um dos instrumentos simbólicos mais importantes na própria construção da imagem mítica que se desenvolveu sobre o personagem histórico após o seu desfecho. Quase 10 anos separam a publicação de *La vida del Che* (1968) do desaparecimento de Oesterheld, porém o intervalo de tempo não impede um militar argentino de dizer ao jornalista italiano Alberto Ongaro que “*demos um sumiço nele, por ter feito a mais bela história do Che que já foi escrita*”, conforme relata Rogério de Campos em artigo que acompanha a edição brasileira publicada tardiamente, apenas em 2008.

A criação é compartilhada entre o argumento de H. G. O. e os desenhos de Alberto e Enrique Breccia, pai e filho, que assim como o argumento intercala as passagens biográficas e as cenas que antecederam a execução do Che, intercalam técnicas de ilustração e sequenciamento que permitem a identificação de duas linguagens expressivas distintas.

O sucesso da publicação não constrangeu a ditadura daquele período a agir com violência, invadindo a editora, confiscando o estoque e destruindo os originais. Depois do hiato político representado pelo fim do primeiro período ditatorial, o retorno de Perón, sua morte e a definitiva guinada a direita da Argentina de Isabelita, com o advento da segunda ditadura, a obra seria definitivamente proibida.

Desaparecimento

Em uma longa entrevista concedida ao repórteres Carlos Trillo e Guilherme Sacomano, Oesterheld foi questionado a respeito do porque matava muitos dos personagens que ganhavam carinho dos leitores. Sem pestanejar, respondeu: *“Por ese gran personaje que nadie aprovecha del todo, que es la muerte.”* Parecia prever que esta personagem o visitaria em breve, fazendo o desfecho de sua própria existência assemelhar-se com o enredo de muitas de suas obras.

Rogério de Campos faz um breve relato a respeito do sequestro e desaparecimento de Oesterheld e suas filhas:

A primeira a “desaparecer” foi Beatriz Marta Oesterheld, em junho de 1976. Diana Irene Oesterheld Araldi desaparece em julho do mesmo ano. Estava grávida de seis meses. Seu marido, Raul Carlos Araldi, também desaparece. Oesterheld é sequestrado pela repressão em 27 de abril de 1977. Em novembro, Marina Oesterheld também desaparece, ao lado do marido, Oscar Alberto Seindlis. Ela estava grávida de oito meses. Por fim, em dezembro, desaparece Estela Inés Oesterheld, última filha, junto com seu marido, Raúl Oscar Mortela. (CAMPOS, 2008)

Presume-se que Hector German Oesterheld foi assassinado em 1978. Os únicos sobreviventes de seu núcleo familiar foram a esposa Elsa e o neto Martin.

Considerações finais

Héctor German Oestheld é considerado um dos mais respeitados argumentistas no universo dos quadrinhos em todo mundo, seguramente o mais relevante em seu país. Depois, pela importância de suas obras, que se desenvolvem através de diversas possibilidades narrativas, no campo da fantasia percorrendo caminhos que vão do western ao si-fi e, no que concerne ao quadrinho-verdade, desde a pura matriz histórico-documental até propostas panfletárias que levam a interpretação de algumas obras como legítima mídia militante. É característica marcante em Oesterheld a inserção de elementos subjetivos que levam a proposição de diálogos entre argumento e leitor, através de reflexões de matriz crítica, de ordem social, tanto de forma explícita objetiva, quanto de modo indireto e subjetivo.

Oesterheld não lia quadrinhos, conforme afirmou em diversas entrevistas. Sua influência era a literatura, os romances policiais e as histórias de aventura. Talvez por não ter o olhar enquadrado em conceitos propostos por escolas autorais em voga no seu tempo, produziu uma obra ímpar, diferenciada até quando se tratava das incursões por gêneros menores da HQ, como o western ou o terror. Desde o princípio utilizou recursos estéticos e expressivos que fazem notar na voz de eus personagens a presença do autor, fez valer a frase proferida em uma entrevista onde relatava que “escrever uma

aventura, de certo modo é vivê-la”. Tornou-se uma referência para os quadrinhos realistas e mesmo para os quadrinhos-verdade, por humanizar seus personagens, dotar seus heróis de fraquezas, suas referências de questionamentos. Como todo artista, procurou o belo, porém não desviou o olhar das mazelas de seu país e do período histórico onde existiu enquanto cidadão. Fez da própria vida um argumento aventuresco, com desfecho trágico. Morreu possivelmente fuzilado pelas forças repressivas do general Videla, assim como suas quatro filhas, assim como 30 mil de seus conterrâneos. Deixou uma obra vasta, diversa, forte, militante. Sobreviveu e voltou através de sua arte. Fez lembrar as palavras de Che Guevara, que tão bem retratou em “La vida del Che”, quando disse: “Voltarei e seremos milhões”.

Referências

- BALLETTA, Edoardo. **Militancia e histori(et)a**: Héctor Germán Oesterheld y Montoneros. Em: Historia(s), imagen(es) y Lenguaje(s) en America Latina. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2012.
- CORBARI, Marcos Antonio; SANTOS, Ébida Rosa. **Jornalismo em Quadrinhos: uma plataforma expressiva que se consolida como mídia militante**. 9º Encontro Nacional de História da Mídia, Ouro Preto: UFOP, 2013.
- MONTERO, Hugo. **La biografía Oesterheld**: viñetas e revolucion.Lomas de Zamora: Sudestada, 2013.
- OESTERHEALD, Héctor German; DURAÑONA, Leopoldo. **Latinoamérica y el imperialismo**: 450 años de guerra. Doeyo y Viniegra Editores, 1975.
- OESTERHEALD, Héctor German; LÓPEZ, Solano. **El Eternauta**. Buenos Aires: Ediciones Record, 1975.
- OESTERHEALD, Héctor German; LÓPEZ, Solano. **El Eternauta, segunda parte**. Buenos Aires: Ediciones Record, 1978.
- OESTERHEALD, Héctor German; LÓPEZ, Solano. **El Eternauta, tercera parte**. Buenos Aires: Ediciones Record, 1985.
- OESTERHEALD, Héctor German; TRIGO, Gustavo. **La guerra de los antartes**. Buenos Aires: colihue, 2012.
- OESTERHEALD, Héctor German; BRECCIA, Alberto. **El Eternauta y otras historias**. Buenos Aires: Colihue, 2008.
- OESTERHEALD, Héctor German; BRECCIA, Alberto; BRECCIA, Henrique. **Che**: os últimos dias de um herói. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2008.
- SPRECHER, Roberto Héctor Von.**Héctor Germán Oesterheld**.De El Eternauta a Montoneros. Em: Tebeosfera 2º Epoca nº 1. Disponível em: <http://www.tebeosfera.com/documentos/textos/hector_german_oesterheld_de_el_eternauta_a_montoneros.html>.
- TRILLO, Carlos; SACOMANO, Guilherme. **Héctotr Germán Oesterheld**:una aventura interior. Em: Historia de la historieta argentina. Buenos Aires: Record, 1980. Disponível em: <<http://www.tebeosfera.com/1/Documento/Capitulo/Argentina/Oesterheld1.htm>>.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Héctor_Germán_Oesterheld>. Consulta em 28/02/2014.
- <<http://www.historieteca.com.ar/HGO/hgobio.htm>>. Consulta em 28/02/2014.

Pela causa geral ou específica? Uma questão para as feministas brasileiras nas páginas de Mulherio (1981-1988)¹

Lilian Soares do Nascimento²

Resumo: O presente trabalho apresenta um recorte temático entre conflitos políticos vivenciados nos movimentos feministas brasileiros através das páginas do jornal alternativo e feminista Mulherio publicadas de 1981 a 1988. Nessa época de reabertura política, os diversos movimentos que até então se mantiveram unidos no objetivo de derrubar o Regime de Ditadura Militar passam a se fragmentar em partidos, grupos autônomos, ou de ações individuais e acadêmicas. As demandas feministas, diferentemente do que ocorreu nos Estados Unidos e Europa, encontraram obstáculos para firmarem-se como questão política sob a justificativa de haver uma luta maior e geral contra a repressão e desigualdade social. A proposta é trazer à luz a forma como o próprio periódico tratou dessas questões na medida em que ocorriam, considerando essa fonte de pesquisa, portanto, como produto e produção de seu tempo.

Palavras-chave: Imprensa alternativa feminista; redemocratização brasileira; Mulherio.

No Brasil da segunda metade do século XX, os movimentos feministas organizados tem início no período em que o país vivenciou os anos da Ditadura Militar, em meados da década de 1970 e são caracterizados por sua grande pluralidade – o que é uma característica própria desses movimentos –, mas também por atributos próprios do momento político vivenciado pelo país. Diferentemente do que ocorreu nos Estados Unidos e Europa no início da década anterior – época de grande efervescência política e de revolução cultural (PINTO, 2003) –, as feministas brasileiras atuavam sob uma conjuntura de repressão, censura, contenção de direitos e do exercício da cidadania.

Além de impossibilitar a participação civil na arena política, o Regime acabou polarizando as já inflamadas posições entre direita e esquerda no país em praticamente dois grandes blocos: os que apoiavam ou pelo menos se mantinham neutros em relação ao golpe militar e os que se opunham a ele. A partir de 1968, período de criação do Ato

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestranda em História social pela Universidade Estadual de Londrina. <liliansnlia@yahoo.com.br>.

Institucional de número cinco, com a violência institucionalizada muitos opositores viram-se obrigados a recorrer ao exílio e os que ficaram a se unirem, independentemente de convicções ideológicas, na luta contra a repressão.

Nesse período, a participação ativa das mulheres em oposição à Ditadura obteve uma grande repercussão social e política (SARTI, 1988). Das pequenas às grandes organizações de bairros em suas lutas por melhores condições de vida, nas manifestações de mães, esposas e filhas unidas em busca de presos ou desaparecidos, nas reuniões secretas de partidos na clandestinidade no país ou no exílio, nos sindicatos, na luta armada ou pela anistia, na criação e participação em imprensas alternativas, as mulheres atuaram em grande número e nos mais variados espaços marcando a sua presença e reconhecimento em atuações políticas justamente em um contexto em que tais manifestações civis estavam no todo ou em parte proibidas.

E é também nesse período de lutas que pautas feministas recomeçam³ a se articular nos mais variados grupos organizados de mulheres, neles encontrando ora acolhida, ora rejeição. A ONU decreta o ano de 1975 como o ano da Mulher que se estenderia a todo o decênio para que pudessem colocar em evidência as suas necessidades e problemas. No Brasil, com a gradual reabertura política do governo Geisel, isso significou a oportunidade de um espaço público legítimo para articulações sobre os rumos políticos do país. A força das mulheres na luta pela Anistia é um exemplo desse espaço de atuação que foi de fundamental importância para que em 1979 finalmente se decretasse a lei de Anistia legalizando o retorno dos exilados políticos (VARGAS, 2008).

O início da década de 1980 anuncia, portanto, uma nova conjuntura política caracterizada como o período de redemocratização do país. E as edições de *Mulherio* estão localizadas nesse processo: acompanha o final da Ditadura Militar, a volta dos exilados políticos, os movimentos de “Diretas, Já” e se encerra no mesmo ano em que é promulgada a Nova Constituição Federal – 5 de outubro de 1988 – a primeira que contempla a igualdade plena entre homens e mulheres no Brasil.

É um período de reabertura política em que grupos antes unidos contra o Regime começam a segregar e a se reorganizar em partidos, grupos autônomos ou de ações individuais e acadêmicas⁴. As fragmentações ideológicas entre dois tipos de “lutas” in-

3 Essa expressão foi utilizada para apontar que existiram no Brasil movimentos feministas anteriores aos da década de 1970 que também abordaram questões específicas às mulheres, como foi o caso das feministas anarquistas do início do século XX, que já colocavam em suas pautas discussões sobre o papel da mulher na família e na sociedade, entre outras questões como maternidade e sexualidade (SOARES, 1994).

4 De acordo com Pinto, no que tange os movimentos feministas, esse momento de reabertura política fez com que militantes identificadas com o MDB se dividissem entre o PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro, sucedâneo do MDB) e o PT (Partido dos Trabalhadores), assim como promoveu cisões entre aquelas que buscavam pela institucionalização do movimento através da aproximação com a esfera estatal e aquelas que defendiam o poder de autonomia para suas atuações, inclusive, para poder cobrar providências do Estado. E é nesse momento de pluralidade de posicionamentos que a autora também aponta para o surgimento e desenvolvimento de um feminismo acadêmico ancorado no Departamento de Pesquisa da Fundação Carlos Chagas em São Paulo – local de criação do jornal *Mulherio* – e em outros núcleos acadêmicos de Pesquisa em Estudos de Mulher que se abriram nas grandes universidades do país. (2003, p. 68).

terligadas, mas distintas entre si estavam presentes: as que reivindicavam pelas causas ditas “gerais” e as que se pautavam em suas causas “específicas”. Nas palavras de Elisa Casadei:

“Trata-se de uma tensão na articulação de dois tipos de demandas que, embora interligadas, se mostram distintas: a saber, as demandas por redistribuição e as demandas por reconhecimento. Essa oposição interna se configura a partir de duas noções distintas de Justiça. Enquanto as lutas por redistribuição partem de um conceito de Justiça que buscam minar as diferenciações, a partir de uma homogeneização dos grupos sociais [como as lutas gerais de classe], as lutas por reconhecimento tem seu intuito mais voltado à valorização das particularidades e especificidades de um grupo [como nos casos de movimentos feministas e negros, por exemplo.]” (2009, p. 03).

Com a recepção de teorias e práticas feministas vindas de outros países especialmente França e Estados Unidos⁵, muitas integrantes de movimentos contra a Ditadura passaram a questionar o seu papel – enquanto mulher – dentro das organizações de esquerda, percebendo-se em situação de desigualdade em relação às atribuições dos homens. De acordo com as narrativas colhidas por Sousa (2007, p. 70), é durante a “década da mulher” que grupos de reflexão, coletivos de mulheres e jornais alternativos feministas como Brasil Mulher, Nós Mulheres e Mulherio ganham uma força maior e as questões feministas passam a se disseminar pelos vários movimentos de mulheres articulados em todo o país⁶. A autora apresenta como uma de suas entrevistadas narrou a sua percepção desse momento:

“Essa discussão sobre a mulher não se fazia dentro da esquerda (...) isso não era uma prioridade para mim entender o que as mulheres viviam, as diferenças... Achava que o problema maior era o problema de classe (...) foi em 78, quando teve o primeiro Congresso da Mulher Paulista que tomei contato mais próximo com a questão da mulher...

No meu caso foi uma descoberta (...) O ano de 1975 foi designado como a década da mulher. Passei a entender (...) que haviam problemas para a mulher, que eram diferentes dos homens, que as mulheres tinham que ter uma pauta específica”. (SOUSA, 2007, p. 69)

5 Quando o Regime intensificou a sua repressão – principalmente em 1968 com o AI5 –, um número considerável de opositoras, componentes da classe média brasileira, viram-se obrigadas ao exílio. Essa imposição permitiu às exiladas o contato com movimentos feministas de outros países, em especial o parisiense, cujas características principais eram a sua autonomia e militância voltadas para assuntos específicos às mulheres tais como questões de saúde, planejamento familiar, sexualidade e direito ao aborto. (BASTOS, 2006).

6 Vários periódicos alternativos feministas foram editados no Brasil durante a “década da mulher” (1975 a 1985) estipulada pela ONU, como os jornais Brasil Mulher (1975 a 1980), Nós Mulheres, o primeiro a se declarar feminista, (1976 a 1978) e Mulherio (1981 a 1988).

Mulherio tem sido correntemente citado como exemplo de imprensa alternativa feminista (KUCINSKI, 1998). Com maior tempo de duração que os jornais acima mencionados, elaborado dentro da Fundação Carlos Chagas e tendo lá permanecido até a sua décima quinta edição datada de setembro/outubro de 1983, o periódico se diferencia tanto pelo período e local de sua criação quanto pela pluralidade dos temas abordados. De acordo com Cardoso (2004, p. 40), o II Congresso da Mulher Paulista realizado em 1980 foi um marco de cisão na imprensa feminista, pois a esquerda se afastou do movimento ao discordar das militâncias específicas.

Mulherio foi um periódico feminista alternativo de tiragem bimestral em formato tabloide com 39 edições datadas de março/abril de 1981 a abril/maio de 1988 – e então teve o seu nome substituído, sob o formato de um novo jornal intitulado como “Nexo. Feminismo, informação e cultura”, que publicou apenas duas edições posteriores. Surgiu através da “ideia de alguns anos” de pesquisadoras da Fundação Carlos Chagas em elaborar um boletim de notícias que buscasse um intercâmbio entre diversos pesquisadores voltados para o estudo sobre mulheres⁷. Desde seu início, porém, o jornal buscou ampliar seu público também para os grupos de mulheres organizados em todo o Brasil (feministas ou não) para que pudessem utilizar desses referenciais em suas atividades práticas, assim como para os meios de comunicação interessados no tema.

Na edição de número zero – uma espécie de carta de intenções sobre os objetivos do periódico –, a editora responsável Adélia Borges afirma que a Fundação Carlos Chagas e a Fundação Ford garantiriam a saída do jornal por um ano e meio e que exemplares seriam entregues gratuitamente em Instituições acadêmicas, nos grupos organizados de mulheres e nos meios de comunicação, além de serem vendidos normalmente em livrarias, bancas de revistas e por meio de assinaturas. Na edição de número quatorze (julho/agosto de 1983) a Redação do jornal informa aos leitores que a partir desse número Mulherio se desvinculava da Fundação Carlos Chagas, e desde então buscou de variados recursos para sobreviver a duras custas – como o de praxe em imprensas alternativas – em suas 24 edições seguintes.

De forma um tanto análoga às polêmicas acerca da nomenclatura do recente evento chamado de “Marcha das Vadias”⁸, Adélia Borges explica quais as razões para terem nomeado o jornal com a controversa expressão “Mulherio”, que lhes renderam várias críticas enviadas por cartas de suas leitoras:

7 Todas as edições de Mulherio estão digitalizadas e disponíveis para consultas pelo site da Fundação Carlos Chagas em: <<http://www.fcc.org.br/conteudosespeciais/mulherio>>.

8 Em 2011 foram reproduzidas em várias regiões do globo uma manifestação de rua originada em Toronto no Canadá e intitulada de Slut Walk como protesto à declaração de um policial que relacionou o abuso sexual de mulheres às suas vestimentas supostamente provocantes. O ato consiste numa caminhada conjunta pelas ruas com trajes socialmente estereotipados como “sensuais” portando cartazes de conscientização para a não culpabilidade da vítima. No Brasil, essas passeatas foram cunhadas com a polêmica expressão “Marcha das Vadias” e desde essa data tem sido anualmente reproduzida em diversas cidades do país. (HELENE, 2013, p. 68) É interessante – e daí a comparação com a palavra “Mulherio” – como o termo “vadiagem” ganha significados distintos quando é atribuído para homens e mulheres.

“Mulherio. Quase sempre, a palavra é empregada com sentido pejorativo, associada a histerismo, gritaria, chatice, fofocagem ou, então, ‘gostosura’. Mas qual é a palavra relacionada à mulher que não tem essa conotação? O próprio verbete ‘mulher’ é apresentado no dicionário de forma especial. Segundo o consagrado Aurélio Buarque de Holanda, mulher é: ‘1. Pessoa do sexo feminino, após a puberdade; 2. Esposa’. Em seguida da definição, vêm as composições usualmente feitas com a palavra: ‘à toa’, ‘da comédia’, ‘da rua’, ‘da vida’, ‘da zona’, ‘da rótula’, ‘do fado’, ‘errada’, ‘perdida’, etc. (...) Consulte no mesmo dicionário as composições feitas com o verbete ‘homem’: ‘de ação’, ‘de bem’, ‘de Estado’, ‘de letras’, ‘de negócios’, etc. Mulherio, por sua vez, nada mais é do que ‘as mulheres’ ou ‘uma grande porção de mulheres’. É o que somos, é o que este jornal será. Sim, nós vamos nos assumir como o Mulherio e, em conjunto, pretendemos recuperar a dignidade, a beleza e a força que significam as mulheres reunidas para expor e debater seus problemas.” (Mulherio, 1981, ed. 0, p. 1)

Em Michel de Certeau (1982) encontramos um método analítico bastante pertinente quando ele pensa a operação historiográfica e que pode ser emprestado para a análise da produção desse jornal: ele aponta para a questão dos *lugares* – o que implica analisar onde o periódico foi produzido e os seus destinatários; as *práticas* abordadas, ou seja, quais os métodos, a composição e organização do periódico que se materializou, enfim, num saber elaborado através de textos, ou seja, em formas de *escrita*.

É possível perceber nessa breve apresentação do jornal, que o local de onde se fala, a Fundação Carlos Chagas, é institucional, acadêmica, formada por um Conselho Editorial de pesquisadoras de estudos sobre mulheres e é voltado especialmente para esse público. Entretanto, a linguagem utilizada, a organização e as abordagens dos assuntos empregados não são feitos segundo uma norma tipicamente culta e científica e busca alcançar um espaço maior de recepção a suas ideias. Como afirma logo de início, o jornal trataria as suas questões de forma séria e consequente, mas, “não mal-humorada, sisuda ou dogmática” (Mulherio, 1981, ed. 0, p. 1).

Há também a preocupação em abordar as mais variadas correntes e posicionamentos feministas e de organizações de mulheres. Desde os grupos partidários aos autônomos ou ainda de “reflexão”. O Conselho Editorial, no início composto por dezesseis mulheres, afirma em seus expedientes que as matérias assinadas não representam necessariamente as suas opiniões e logo em sua primeira publicação demonstra que o objetivo do jornal é justamente o de buscar apresentar as pluralidades desses movimentos e ideias:

“(…) Mulherio não terá uma posição pré-estabelecida sobre este ou aquele assunto – seja planejamento familiar ou tendências no movimento feminista. Pretendemos, sim, debater todos os problemas que afetam a mulher, abrindo espaço para a discussão ampla das diferentes posições”. (Mulherio, 1981, ed. 0, p. 1).

A escolha de Mulherio para apresentar os dilemas sobre essas demandas políticas e suas conseqüentes convicções é providencial. Em várias de suas edições são confrontados os posicionamentos dos mais variados grupos feministas sobre a sua adesão ou não em partidos, federações ou institucionalização dos movimentos, assim como as contendas entre a relevância de se buscar por uma luta geral ou específica revelando em suas páginas a complexidade dessas atuações e dos conflitos vivenciados no período.

Logo em sua primeira edição, em celebração ao dia 8 de março, o Dia Internacional da Mulher, há um texto que traça um panorama geral dos encontros de mulheres realizados em todo o Brasil em razão dessa data. Nesse texto, os conflitos entre a “luta geral” promovida por organizações de esquerda em busca de uma massa homogênea por um objetivo unitário e o da “luta específica” feminista que buscava dar voz aos problemas exclusivos das mulheres é enfatizado:

“As atenções voltaram-se mais para o Terceiro Congresso da Mulher Paulista, não só por ser o evento de maior envergadura, mas também porque nele se acirraram as posições antes mesmo da realização do Congresso que foi dividido em dois encontros diferentes. O primeiro foi realizado no Tuca, que reuniu 300 delegadas, representando seis mil mulheres de todo o Estado. O segundo foi realizado no Estádio do Pacaembu por mulheres identificadas com a linha do jornal “Hora do Povo” e setores sindicais que lhe estão próximos, que não aceitam a autonomia do movimento de mulheres. (...) As divergências que ocorreram em São Paulo, repetiram-se em outros Estados. No Rio, as comemorações se realizaram no Sindicato de Metalúrgicos, com o predomínio das facções políticas sindicais e estudantis, em detrimento das organizações de mulheres. A mesa privilegiou as questões gerais como a carestia e o controle da natalidade, e não aquelas mais ligadas à situação da mulher. As feministas encontraram dificuldades para se manifestar (...) o encontro foi inteiramente manipulado. (...) No Recife os grupos Ação Mulher, Mulher do Nordeste e Brasil Mulher optaram por não participar do Segundo Encontro de Mulheres de Pernambuco, dominado por elementos do PMDB, por discordarem fundamentalmente da pauta proposta, que não se referia aos problemas específicos das mulheres. Duas feministas que procuraram entrar no Encontro foram agredidas. (...) Em Curitiba e em Belo Horizonte, houve encontros unitários. O Segundo Encontro da Mulher Mineira teve o apoio do PT, do PMDB, de entidades estudantis e sindicais e do Centro de Defesa dos Direitos da Mulher de Belo Horizonte. Tratou-se muito mais, entretanto, de questões gerais.” (Mulherio, 1981, ed. 1 p. 6).

As divergências, entretanto, não se limitavam apenas entre as questões gerais e específicas. Entre as correntes feministas também havia desacordos sobre a legitimidade desses encontros:

“Há também os grupos feministas que questionam a própria realização de congressos desse tipo, pois acham que eles acabam desembocando numa imitação dos modelos machistas de disputa de poder. Essas correntes consideram que as feministas devem centralizar sua ação na modificação das relações no cotidiano, dentro do que certos psicólogos definiram como ‘revolução molecular’. Isso supõe, entretanto, um nível de conscientização bastante desenvolvido que, se já foi atingido por um certo número de mulheres da elite intelectual, está ainda bem longe de se estender à realidade brasileira como um todo. Por isso, há finalmente as que consideram que as mulheres e sobretudo as feministas devem diversificar sua luta em todas as frentes, sem privilegiar o psicológico ou o político, mas procurando ocupar espaços em todas as esferas para poder modificar as estruturas existentes.” (Mulherio, 1981, ed. 1, p. 6).

A necessidade de se intensificar e de plurificar a análise de problemas relativos às mulheres se estende dentro da própria Fundação Carlos Chagas, de onde até então Mulherio era editado. Carmem Barroso, da Comissão Organizadora de Concursos para pesquisas sobre mulheres, ao fazer um balanço dos temas abordados nos dois últimos concursos realizados em 1977 e em 1979 pela Fundação aponta para algumas conclusões:

“(…) os temas que lideram a preferência dos pesquisadores são, por ordem, trabalho, saúde, sexualidade e política. Por outro lado, foram poucos os projetos sobre família e maternidade. Ela [Carmem Barroso] diz: ‘Talvez a ausência de projetos nessa área se explique pelo modelo masculino predominante, segundo o qual os fenômenos importantes estão no domínio público. O próprio pensamento feminista brasileiro só agora começa a superar a noção de que a libertação da mulher vem exclusivamente da participação na esfera produtiva.’” (Mulherio, 1981, ed. 1, p. 11).

E assim, ao serem abertas novas vagas para pesquisas sobre mulheres em 1982, uma renovação nas abordagens é recomendada:

“Analisando os concursos anteriores, as participantes da comissão organizadora mostram o desejo de que este avance mais, em vários sentidos. Um deles seria a ampliação do leque de assuntos pesquisados e a abordagem de temas que ainda são insuficientemente estudados no Brasil, como a mulher no âmbito privado, sua relação com a família, sexualidade, violência, saúde, aleitamento, guarda das crianças, minorias raciais, mulher na literatura e estudos de abordagem histórica”. (Mulherio, 1982, ed. 7, p. 24).

Esse incentivo às questões específicas que atingem as mulheres nos mais diferenciados espaços estimuladas pelas pesquisadoras feministas da Fundação Carlos Chagas, sendo Mulherio uma de suas ferramentas de disseminação, a todo o tempo procuravam legitimar a relevância dessas temáticas em um contexto social hostil as suas demandas,

considerando-as fúteis, superficiais ou de segunda ordem em relação aos problemas maiores e gerais que a população brasileira vivenciava. Nas palavras de Sarti:

“(…) ser feminista tinha uma conotação pejorativa. Vivia-se sob fogo cruzado. Para a direita era um movimento imoral, portanto perigoso. Para a esquerda, reformismo burguês (...) A autodenominação feminista implicava, já nos anos 1970, a convicção de que os problemas específicos da mulher não seriam resolvidos apenas pela mudança na estrutura social, mas exigia tratamento próprio.” (SARTI, 2004, p. 40).

Em resposta a essas críticas, especialmente às de militâncias de esquerda – onde de certa forma se buscava acolhida –, Mulherio procurava em suas abordagens e nos mais variados aspectos legitimar a importância de se tratar de assuntos específicos e de desmitificar a ideia historicamente construída de considerá-los sem maior relevância para os problemas sociais. Esse é o caso de um breve comentário colocado em destaque na coluna do jornal ao divulgar a ocorrência de dois eventos distintos sobre sexualidade – sendo o primeiro o de uma agenda de sexóloga que estava lotada porque o hospital público resolveu fornecer consultas gratuitas para a população carente e o outro sobre o sucesso de um encontro no clube de mães em que a pauta de debates era sobre sexo -, ambos sob o título de “Muito prazer, periferia”:

“ao contrário do que dizem muitos militantes políticos, a preocupação com a própria sexualidade não é exclusiva de burguesas ociosas ou intelectualizadas. É o que demonstra essas duas experiências”. (Mulherio, 1982, 5. ed., p. 17)

Outro exemplo dessa legitimação ainda sobre a sexualidade também é retratada por essa tirinha na edição de número 2 do jornal:



(Mulherio, 1981, ed. 2, p. 21)

E se havia um público a ser convencido existiam também os que deveriam ser mantidos, pois entre as próprias feministas ainda existia o conflito interno de se adiar as suas próprias pautas em momentos de maior movimentação política, como foi o caso das “Diretas, já!” discutido na edição de número 16 – primeiro ano de publicação do jornal fora da Fundação Carlos Chagas –, sob o tema “Sem cidadania plena, só resta o lugar da diferença”:

“As mulheres lutam pela democracia. Fazem suas passeatas. Vão ao Congresso e à Câmara reivindicar eleições diretas, já. O fato das mulheres isolarem sua luta, embora reintegrando-a à luta geral, colocam algumas questões para se refletir, visto que ser mulher não é profissão. (...) As mulheres não compõem, igualmente, um partido político. (...) a participação das mulheres na luta pela democratização deste país se dará a partir de sua cidadania? Estará junto a todos os cidadãos, para a seguir colocar suas reivindicações específicas? Difícil responder afirmativamente, já que as mulheres, como as outras minorias (e também todos os grupos sociais discriminados), só têm uma cidadania parcial. (...) O lugar das mulheres, assim como o das outras minorias, não sendo o da cidadania plena, é aquele da diferença. Mas é aí que se procura domesticá-las e tutelá-las, restringindo o espaço civil público para as questões ‘não relevantes’ (como são chamadas aquelas que lhes dizem respeito) que possam vir a atrapalhar o projeto unitário de dominação centralizada e burocrática que sustenta a sociedade desejada pelo Estado: harmônica, hierárquica e autocontrolada.” (Mulherio, 1984, ed. 16, p. 6).

Nesse momento de entusiasmo proporcionado pelas manifestações das Diretas, Mulherio se posiciona e atenta para a importância das mulheres se manterem unidas e focadas em suas pautas específicas:

“Resta muito a fazer. A nós, feministas, a todas as mulheres. Não apenas manter o pique das ruas, mas discutir as nossas propostas para o futuro governo eleito, para a Constituinte que decerto virá. Nosso anseio amplo das diretas deve-se traduzir em propostas que nos digam respeito, não importa quem seja o presidente, não importa se nos separarmos partidariamente na campanha. (...) é certo privilegiar as ditas questões específicas, vinculando-as às lutas políticas mais globais? Devemos privilegiar a participação política como um dado de nossa cidadania? (...) Esse imenso potencial, esse porre cívico que nos fez ir sem medo às ruas, não só da repressão policial, mas seguras de que não corríamos risco ao voltar para casa altas horas, não pode nos deixar desprevenidas quando for formulado o novo pacto social. Diretas e direitos já!” (Mulherio, 1984, ed. 16, p. 5).

De acordo com Pinto (2003, p. 72 a 79), embora em 10 anos de militância no Brasil, os feminismos não conseguiram modificar o quadro de mulheres no legislativo, que na época ocuparam apenas 5,7% da Casa, o que não impediu, entretanto, que as pautas feministas tivessem efetiva participação nos trabalhos constituintes:

“(…) as mulheres eleitas deputadas tiveram uma trajetória surpreendente: superando suas diversas extrações partidárias, se autodenominaram ‘bancada feminina’ e apresentaram 30 emendas sobre os direitos das mulheres, englobando praticamente todas as reivindicações do movimento feminista” (PINTO, 2003, p. 74).

Durante essa batalha de tornar públicas e legítimas as questões tidas como específicas das mulheres, o jornal se encerra no mesmo ano da nova Constituição Federal. Na última edição em que o periódico foi ainda publicado com o nome de Mulherio (1988, ed. 39) tem uma pequena matéria intitulada de “Feminista? Quem? Eu?” lamentando que a palavra tenha tomado uma conotação pejorativa. Teria sido uma pequena vitória dos que insistiam em ridicularizar suas demandas?

Na edição de número 3, no espaço de publicação de cartas enviadas por leitoras, o Conselho Editorial selecionou sob o título de “Lutar, mas também amar e ser feliz” a carta de uma militante chamada Verônica Guedes, componente da então Frente Feminista 4 de Janeiro, de Fortaleza – CE, que dá voz a esses conflitos internos proporcionados pela celeuma entre a “luta geral” ou “específica” sentidos na individualidade, na subjetividade dessas mulheres que corajosamente resolveram declarar públicas e legítimas as suas necessidades:

“Eu, como tantas outras mulheres, cheguei ao movimento feminista oriunda dos movimentos políticos mais gerais. Cheguei, como tantas outras, com todas as dificuldades em reconhecer e assumir ‘o pessoal’ como político, tateando uma vivência de descobertas incríveis. Era como se no meu armário o tempo todo tivesse à minha disposição uma linda roupa colorida com poderes de me fazer amar a vida, a natureza e ao próximo, sem perder a minha identidade de mulher e eu preferisse optar por uma velha roupa cinzenta com uma enorme cruz pregada nas costas, em nome de uma vida, um amor e um futuro não muito próximos e com uma identidade assexuada. Na prática, no entanto as coisas não se apresentam com a simplicidade de uma metáfora. As próprias companheiras que num passado recente nos tratavam com todo respeito que ‘um político deve ter por outro político’, nos ridicularizam como se estivessemos nos vestindo como ‘bobas da corte’. E por quê? Temos colocado insistentemente a necessidade de no movimento feminista se lutar pelas questões femininas, tendo o cuidado de não trazer para os grupos feministas as disputas de tendência. Mas esbarramos no preconceito, na desconfiança e no

descaso com que considerável parte da esquerda brasileira trata ‘as questões pessoais’ e que nós chamamos de específicas.

Como será um mundo construído por pessoas que acham que a militância política substitui a própria vida? Por pessoas que esqueceram sua sexualidade em alguma página solta do ‘Capital?’ Por pessoas cuja amargura e sisudez se sobrepõem à tarefa de construir um mundo mais feliz e sadio? Por isso, em nome de todos os torturados, de todos os humilhados, de todos os mortos e desaparecidos, em nome de todos os suicidas e, principalmente em nome de todos os que estão vivos, devemos transformar o amor num exercício diário de todos aqueles que, de uma forma ou de outra, pensam em revolucionar o mundo! Para isso nosso movimento tem importância fundamental, porque questiona as relações afetivas e políticas a partir dos indivíduos. Por isso também representa um perigo para quem não consegue se libertar do martírio que representa sua opção política.

Não pensamos em trocar fuzis por flores, nem abrimos mão de lutar por uma sociedade humana e justa. Queremos participar da construção dessa nova sociedade, mas queremos também amar, ser feliz e alegres com a mesma intensidade que sofremos pela nossa trágica realidade social e, para isso, precisamos de uma identidade, de nossa identidade de mulher sexo feminino e não de uma triste militância assexuada.” (Mulherio, 1981, 3. ed., p. 2).

Referências

BASTOS, Natalia de Souza. O círculo de mulheres brasileiras em Paris: uma experiência feminista no exílio. In Usos do passado, 2006, Rio de Janeiro, **XII Encontro Regional de História ANPUH-RJ**, Rio de Janeiro, APERJ, 2006.

CARDOSO, Elizabeth. Imprensa Feminista Brasileira pós-1974. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 12(N.E): 264, p. 37-55, set-dez/2004.

CASADEI, Eliza Bachega. As questões de redistribuição e reconhecimento na imprensa feminista alternativa: o caso mulherio. **Revista Altejer – grupos de Estudos Altejer: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA_USP)**, São Paulo, ano 1, vol. 1, p. 1-19, Ago-dez/2009.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Trad. Maria de Lourdes Menezes, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

KUCINSKI, Bernardo. A aventura alternativa: o jornalismo de oposição dos anos 70. In: _____. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

HELENE, Daiane. A marcha das vadias. O corpo da mulher e a cidade. **Redobra**, a. 4, n. 11, p. 68-79, 2013.

MULHERIO, São Paulo, n. 0, mar/abr. 1981. MULHERIO, São Paulo, n. 1, mai/jun. 1981. MULHERIO, São Paulo, n. 3, set/out. 1981. MULHERIO, São Paulo, n. 5, jan/fev. 1982. MULHERIO,

São Paulo, n. 7, mai/jun. 1982. MULHERIO, São Paulo, n. 14, jul/ago. 1983. MULHERIO, São Paulo, n. 16, mai/jun. 1984. MULHERIO, São Paulo, n. 39, abr/mai. 1988.

PINTO, Céli Regina. O novo feminismo nasce na ditadura. In: _____. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2003. SARTI, Cynthia. Feminismo no Brasil: uma trajetória particular. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo (64): 38-47, fev, 1988.

_____. O feminismo brasileiro desde 1970: revisitando uma trajetória. **Estudos feministas**, Florianópolis 12(2): 264, p. 35-50, mai-ago/2004.

SOARES, Vera. Movimento de mulheres e feminismo: evolução e novas tendências. **Revista Estudos Feministas**, Rio de Janeiro, n. especial, out. 1994.

VARGAS, Mariluci Cardoso de. O Movimento Feminino pela Anistia como partida para a redemocratização brasileira. In: *Vestígios do Passado: a história e suas fontes*, 2008, Rio Grande do sul, **IX Encontro Estadual de História – ANPUH-RS**, Rio Grande do Sul, 2008.

Jornalismo cultural e alternativo na internet: aspectos da trajetória do site *Cultura Plural* no Paraná¹

Sérgio Luiz Gadini²
André Lopes³
Nicoly França⁴

Resumo: A partir da experiência do *site* jornalístico *Cultura Plural* (www.culturaplural.com.br), resultado de um projeto de extensão do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, o presente trabalho discute a presença da cultura popular no jornalismo *online*, como possibilidade de atuação no campo da comunicação alternativa. O texto busca caracterizar a experiência do *Cultura Plural* como uma forma de comunicação alternativa, na medida em que contrasta com as lógicas da indústria cultural e com os parâmetros convencionais do jornalismo cultural ao abrir espaço para grupos e manifestações populares existentes na região dos Campos Gerais do Paraná. No texto, são apresentadas informações que permitem registrar a trajetória do *site* e destacar as formas de interação com a comunidade local proporcionadas pela referida ação extensionista.

Palavras-chave: mídia alternativa; cultura popular; jornalismo cultural; webjornalismo.

Considerações Iniciais

Oferecer um espaço para registro e visibilidade das manifestações da cultura popular, a partir dos parâmetros da produção jornalística em cultura e das potencialidades do jornalismo *online*, em especial no que diz respeito à multimídia. Esta é a proposta que embasa a experiência extensionista do *site* *Cultura Plural* (disponível em: <http://www.culturaplural.com.br>).

- 1 Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) de História da Mídia Alternativa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – ALCAR Sul 2014 (Florianópolis/SC, 27 e 28 de março de 2014).
- 2 Professor Dr. do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, integrante da equipe do projeto *Cultura Plural*. E-mail: <sergiogadini@yahoo.com.br>.
- 3 Acadêmico de Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, bolsista (Fundação Araucária) do projeto *Cultura Plural*. E-mail: <andreloops1@gmail.com>.
- 4 Acadêmica de Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, bolsista (Fundação Araucária) do projeto *Cultura Plural*. E-mail: <nick.franca@hotmail.com>.

culturaplural.com.br), criado em agosto de 2011 na Universidade Estadual de Ponta Grossa, com o apoio da Fundação Nacional de Artes (Funarte/Ministério da Cultura).

Entre os propósitos do projeto, destaca-se o acompanhamento sistemático das ações culturais da região dos Campos Gerais do Paraná, a produção de conteúdos multimídia (em texto, foto, vídeo, áudio e redes sociais) sobre temas pertinentes à área da cultura e o registro e visibilidade dos grupos e artistas populares por meio da difusão cultural proporcionada pelo *site*.

Artistas e grupos que realizam atividades voltadas para a cultura popular⁵ na região, e não possuem grande visibilidade (seja por desconhecimento, falta de condições financeiras ou limitações técnicas) na mídia local, podem encontrar espaço no *Cultura Plural* para difundir seu trabalho. Assim, o conteúdo disponível na internet a respeito de artistas e grupos culturais diversos funciona também como uma “memória” cultural local, em que é possível identificar marcas e características de expressões existentes em diversas cidades da região dos Campos Gerais (centro e sul do Estado), como Arapoti, Campo do Tenente, Carambeí, Castro, Ipiranga, Irati, Ivaí, Lapa, Palmeira, Ponta Grossa e também do estado do Paraná.

Uma das características do *site* é a preocupação com a acessibilidade, com recursos visuais e auditivos, que podem ser ajustados na página virtual. Há matérias disponíveis em diversas plataformas do jornalismo, com algumas sessões fixas: o “Palco Virtual”, em vídeo, o “Conserva Cultural”, em *podcast*, além de notícias na forma de textos factuais, coberturas especiais de eventos, grandes reportagens e galerias fotográficas. A divulgação dos trabalhos é feita nas redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube), ampliando o alcance do projeto.

O público alvo do projeto, além do setor cultural diretamente envolvido, é composto por pessoas ligadas a associações de moradores, ONGs, sindicatos de trabalhadores e movimentos sociais. Por meio da parceria com o projeto Portal Comunitário⁶, o *Cultura Plural* tem capacidade de atingir cerca de 50 entidades de Ponta Grossa, com o potencial de alcance de centenas ou, em certos casos, milhares de pessoas.

Pode-se dizer que a experiência do *Cultura Plural* vai além do *site*, pois os estudantes e professores que integram o projeto realizaram alguns eventos culturais, com interação da comunidade local. Até o presente, foram realizadas duas edições da *Feira Cultura Plural*, com manifestações artísticas e musicais, exposições fotográficas, oficinas, entre outras atividades. Também foi realizada uma Mostra de Documentários e uma Ação Cultura Plural, no Dia da Cidadania, com troca de livros, exposições de poesias e diversas apresentações artísticas em um bairro de Ponta Grossa.

5 O conceito de cultura popular empregado neste artigo tem como parâmetro a abordagem teórica da folkcomunicação, dos estudos pioneiros de Luiz Beltrão às novas configurações das dinâmicas culturais.

6 O *Portal Comunitário* (www.portalcomunitario.jor.br) é um *site* de comunicação comunitária feito por alunos e professores do curso de Jornalismo da UEPG. O Portal realiza a cobertura de cerca de 50 entidades em Ponta Grossa (associações de moradores, sindicatos, ONGs, movimentos sociais e demais entidades), mantendo atualização diária.

O jornalismo cultural, diante das possibilidades apresentadas pela expansão da internet, teve o campo ampliado e também recebeu desafios a partir da convergência e das novas mídias. O *Cultura Plural* utiliza desse meio acessível ao público para registrar, divulgar, construir uma memória viva e disponível na internet sobre os aspectos culturais dos Campos Gerais, sob o viés da cultura popular.

No presente artigo, busca-se analisar as características da produção jornalística do *Cultura Plural*, destacando o caráter alternativo do veículo, caracterizado pela participação e interação do projeto com grupos e manifestações populares de Ponta Grossa/PR e região. Ao estabelecer contrastes com as lógicas da indústria cultural e com os parâmetros convencionais do jornalismo cultural, o *site* proporciona o registro, a memória e a visibilidade da cultura popular, por meio da plataforma digital.

Cultura popular e mídia alternativa na produção jornalística

A partir de uma noção de cultura compreendida como construção contínua e dinâmica e no reconhecimento da importância da história e da memória no processo de configuração da identidade cultural, a perspectiva do projeto *Cultura Plural* é se constituir como espaço de registro da cultura popular, preservando as manifestações folclóricas e populares.

Com base nesta abordagem, o interesse de *site* de jornalismo cultural se amplia, de modo a contemplar as diversas manifestações culturais dos Campos Gerais, em sua singularidade e diversidade. Conforme destaca Stuart Hall, “cultura não é uma prática, nem é simplesmente a descrição da soma dos hábitos e costumes de uma sociedade. Passa por todas as práticas sociais e é a soma das suas inter-relações” (2000, p. 60).

Neste sentido, pode-se considerar a cultura popular como um espaço de elaboração de referenciais identitários, que indicam o pertencimento a um determinado grupo social. A cultura popular, assim projetada no espaço cultural midiático, revela indícios do processo de apropriação e de construção de referenciais simbólicos, que são registrados e (re)significados pelo fazer jornalístico.

Como resultado deste olhar, indica-se o papel da mídia na tematização da cultura, seja através da valorização do local ou do fortalecimento das identidades e das lutas de grupos sociais específicos (HALL, 2000). No contexto da cultura popular, entende-se que ela se caracteriza a partir de uma tradição cujo papel é a conservação de uma identidade. Ou seja, são elementos próprios de uma determinada cultura – como referências históricas, produtos e marcas que identificam os valores e hábitos locais – que revelam especificidades capazes de caracterizar uma noção de pertencimento.

Desta abordagem resulta a relação da cultura com os processos de identificação, conforme observa Maria Erica de Oliveira (2010).

As culturas são feitas de práticas e de crenças educativas, religiosas, alimentares, artísticas, lúdicas. Elas concernem às regras de organização da família, do parentesco e dos grupos políticos. As práticas e crenças estão ligadas ao corpo e à mente, e precisam de tempo para transmiti-las. A cultura é identificadora. (2010, p. 47)

Pode-se dizer que o jornalismo, enquanto um mecanismo de agendamento e instituição cotidiana da realidade social (Gadini, 2009), também projeta o reconhecimento das diferenças e a produção de identidades. A produção jornalística materializa, assim, um modo fundamental de produção da cultura dos grupos, em que entram em disputa e interação os elementos que constituem a singularidade das diversas manifestações culturais. É neste sentido que as expressões de determinados grupos e sujeitos, ao preservarem suas características e valores, revelam a diversidade das manifestações culturais, bem como a tentativa de preservação de certos referenciais tradicionais.

É com base nesta concepção de identidades, e em uma perspectiva conceitual de cultura que compreende a experiência vivida dos grupos sociais, que se pode refletir sobre as diferentes maneiras através das quais os indivíduos e grupos sociais elaboram a sua cultura nos contextos local e regional.

Ao compreender a cultura como um conjunto de práticas e ações que guardam relação com a identidade de um determinado grupo social, o *Cultura Plural* tem o propósito de favorecer o acesso do maior número de pessoas às diversidades locais (ou regionais), oferecendo não apenas informações sobre eventos e obras, mas buscando possibilitar também contato e fruição, atentando-se aos critérios de acessibilidade e utilização dos amplos recursos que a internet oferece.

Neste sentido, destaca-se a relevância cultural do projeto pela visibilidade, por exemplo, das ações comunitárias do Bando da Leitura (projeto de incentivo à leitura, que funciona em um bairro de Ponta Grossa), das cerimônias afro-brasileiras da Sociedade Afro-Brasileira Cacique Pena Branca, do valor simbólico das apresentações do coral da Apadevi – composto por pessoas com deficiência visual, entre outras ações do campo cultural que reforçam o caráter de pluralidade e diversidade proposto no *site*.

Esta abordagem, sustentada na valorização dos grupos e manifestações populares, vem ao encontro da conceituação de comunicação alternativa proposta por Massimo Gringerg (1987), que entende que o alternativo é possível através de diferentes meios e formas de comunicação:

Não propomos uma alternativa aos *media como tais*, mas enquanto instrumentos do poder; e, inversamente, o meio não *é em si* o alternativo (ou não o é necessariamente), mas o instrumento de uma opção promovida por um grupo de pessoas ou por um setor social. (1987, p. 19-20)

Para o autor, o alternativo surge para gerar mensagens com concepções diferentes ou opostas às difundidas pelos meios dominantes, apresentando uma diferença quali-

tativa em relação aos meios hegemônicos. A ênfase, portanto, está no conteúdo: “sem discurso alternativo não há meio alternativo” (1987, p. 29).

O *Cultura Plural* pode ser caracterizado como um veículo de comunicação alternativa na medida em que preserva o caráter popular das manifestações culturais e promove o envolvimento dos setores marginalizados na produção jornalística. Peruzzo (2004, p. 155) observa os seguintes aspectos positivos ligados às formas de comunicação popular/comunitária/alternativa, que podem ser identificados na experiência do projeto: diversificação dos instrumentos; apropriação de meios e técnicas; conquista de espaços; conteúdo crítico; autonomia institucional; articulação da cultura; reelaboração de valores; formação das identidades; mentalidade de serviço; preservação da memória; democratização dos meios; conquista da cidadania. Estes aspectos, ainda que não assumidos plenamente pelo *Cultura Plural*, servem como norte para a produção jornalística na área da cultura, em que se destacam conteúdos contra-hegemônicos e mecanismos de participação dos grupos e entidades da região dos Campos Gerais.

A multimídia no jornalismo cultural local

A crítica ao perfil assumido pelo jornalismo cultural, que se limita às tendências do mercado de consumo, é recorrente entre jornalistas e pesquisadores da área. Daniel Piza (2009, p. 62-63) observa que, entre os “males” do jornalismo cultural, encontra-se o excessivo atrelamento à agenda, a qualidade reduzida das produções e o espaço pouco privilegiado para a crítica cultural.

Fábio Gomes (2009) partilha das limitações voltadas à cobertura jornalística na área da cultura e questiona a crise no jornalismo cultural, referindo-se à resistência no uso da internet como uma nova mídia e aos limites da cobertura realizada pelos veículos. O autor aponta para a ampliação dos espaços para tematização da cultura com o jornalismo na web.

O padrão é o veículo impresso integrar uma rede de comunicação multimídia – incluindo rádio, TV, *site*, gravadora –, que muitas vezes se constitui em apenas um dos braços de um grupo empresarial com variados interesses econômicos. Embora seja difícil determinar ao certo, podemos imaginar que estes múltiplos interesses podem interferir na forma de abordagem de temas culturais, ou na escolha deste e não daquele tema. Hoje, porém, o sujeito cultural da era da cibercultura dispõe de uma larga oferta de *sites* e *blogs* de jornalismo cultural, quase todos independentes – ou seja, sem ligação com grupos de comunicação – e nessa área em franca expansão não se fala em crise. (GOMES, 2009).

O jornalismo *online* possibilita uma tendência crescente de criação e ampliação de espaços por grupos tradicionalmente excluídos da esfera midiática. A internet, neste sentido, apresenta alterações nos processos de produção, circulação e consumo infor-

mativo, oferecendo a convergência de mídias e ferramentas de comunicação interativas. Além disso, permite a produção e a difusão descentralizada, abrindo espaço para o pluralismo de ideias e para a diversificação de fontes, bem como uma relação não linear com o texto e a interatividade do leitor.⁷

Na produção do *Cultura Plural*, o *site* possibilita, por meio de seu portal de notícias, o registro e a memória das ações culturais realizadas na região dos Campos Gerais. A experimentação de diferentes plataformas multimídia permite aos extensionistas o contato com produções em texto, vídeo, foto, áudio, e métricas de acesso pelas redes sociais. Ao todo, no período de agosto de 2011 a dezembro de 2013, foram publicadas no *site* 880 textos (reportagens e notas), 38 galerias de fotos, 147 vídeos e 58 podcasts, que ilustram a produção de conteúdos multimídia do *Cultura Plural*. Em relação aos acessos, verifica-se um aumento significativo da audiência do *site* durante coberturas especiais realizadas pela equipe, a exemplo de eventos como o Festival Universitário da Canção (FUC), Festival Literário dos Campos Gerais (FLICAMPOS) e Festival Nacional de Teatro (FENATA), realizados anualmente em Ponta Grossa, que recebem cobertura pelo *site*.

Todo o conteúdo produzido durante o tempo de ação do projeto está disponível no portal, e pode ser encontrado através das categorias temáticas na coluna à direita do site. A procura é facilitada quando as postagens são marcadas por palavras-chave, que também priorizam a pesquisa no motor de busca do Google, que foram responsáveis por 288.128 mil visualizações de páginas, desde a criação do *site* em 2011 até dezembro de 2013.⁸

O uso de palavras-chave auxilia a criação de um fluxo de visitas dentro do site. Considerando que o portal atende a uma determinada localidade, destacar os pontos de cobertura facilita o encontro da matéria desejada, através de procuras em sites de buscas. As informações do Google Analytics mostram que as palavras-chave que mais renderam acessos através de pesquisas orgânicas desde 2011 foram:

Palavras-chave	Novas visitas
Cultura Plural	2173
O que é rima	383
Agenda Cultura de Ponta Grossa	291

Fonte: Base de dados do Cultura Plural, 2013.

7 Destacam-se como características do jornalismo na web, que também se aplicam ao jornalismo cultural, a hipertextualidade (capacidade de estabelecer links internos e externos, ampliando conteúdos), a interatividade (uso de ferramentas que estimulam a participação do público) e a multimídia (uso de linguagens e formatos em diferentes suportes e convergência de mídias). Ward (2007) destaca como especificidades do webjornalismo a instantaneidade, o alcance global, a produção multimídia, o potencial de arquivo, os links e a interatividade (compartilhamento de informações em diferentes níveis).

8 Dados registrados em fevereiro de 2014.

Dentro da proposta do projeto, a produção multimídia segmentada através de programas e produções específicas procura dar uma visão diferenciada da pauta, além de cumprir com os critérios de acessibilidade do *site*. O aspecto laboratorial também é considerado, uma vez que os alunos integrantes do projeto têm a possibilidade de trabalhar com produções jornalísticas, de forma complementar aos conteúdos da grade curricular. Em uma consulta aos indicadores do site, foram identificadas as categorias que mais tiveram acessos:

Categoria	Acessos
Agenda da semana – Agenda Cultural	15.060
Aprenda a fazer peças de artesanato em gesso – Reportagem Especial	4.128
Profissionais do Circo Roda trabalham fazendo o que gostam – Reportagem Especial	2.172

Fonte: Base de dados do Cultura Plural, 2013.

Através de outros meios midiáticos, o *site* possibilita a expansão e inserção do projeto nas “novas mídias”. Utilizando as principais redes sociais (Facebook e Twitter) e os canais de publicação de produção em vídeo e áudio (YouTube e SoundCloud), o *Cultura Plural* consegue assim viabilizar outros meios de divulgação do material produzido, além de garantir o acesso aos registros culturais dos grupos que atende. Em conteúdos de vídeo e áudio o *site* possui os seguintes números: 147 produções em vídeo (em formato de Palco Virtual, reportagem, entre outros) e 58 produções em áudio (podcast semanal “Conserva Cultural”), referentes ao período de 2011 a 2013.

O projeto possui um perfil na rede social Facebook vinculado com a conta no Twitter, facilitando o manejo das mesmas para os estudantes que cuidam das mídias social do projeto. Todo o conteúdo publicado é imediatamente divulgado nas redes sociais, que permitem o acesso às notícias aos usuários que acompanham o portal pelas redes, além de aumentar a visibilidade através dos sistemas de compartilhamento e curtir. Atualmente o *site* não possui uma *fanpage*, e sim um perfil, o fato se atribui a monetização que o Facebook demanda para que uma publicação seja vista por todos que curtem a página, diminuindo assim o alcance da postagem. O Facebook é responsável por 22.183 visitas, dos acessos gerais do *site*.

A produção de matérias, notas e artigos em webjornalismo demanda também a valorização da imagem no *site*. Neste sentido, o *Cultura Plural* mantém parceria com o projeto *Lente Quente*⁹, que publica imagens e viabiliza galerias de fotos no *site*. O acervo do projeto fica disponível aos participantes do *Cultura Plural* para a publicação de fotos.

9 O projeto, coordenado pelo professor Rafael Schoenherr, consiste na publicação diária de uma fotolegenda da cena cultural de Ponta Grossa. Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/lentequente>>.

Na produção em áudio, o *site* possui o Podcast “Conserva Cultural”, que busca por meio de um programa jornalístico promover a cultura local e também valorizar grupos e artistas que nem sempre possuem este espaço na mídia hegemônica. No “Conserva Cultural”, a equipe traz o conteúdo do *site*, além de lendas locais, entrevistas, diálogos com expressões populares, entre outros elementos que permitem reforçar o conceito de visibilidade da cultura popular local. O “Conserva Cultural” é produzido uma vez por semana e vai ao ar toda sexta-feira através do *site*. Até o momento foram publicados 58 programas, referentes ao período de 2011 a 2013.

Pela experiência de produção jornalística oportunizada pelo *Cultura Plural*, atesta-se a importância do jornalismo cultural em áudio, que utiliza recursos que prendam o ouvinte e fazem com que eles se identifiquem com a cultura local. Desse modo, o projeto oferece a sua contribuição no registro das manifestações culturais e na divulgação, em caráter experimental, de conteúdos focados na valorização das manifestações populares.

Na produção televisiva, projeto possui uma versão na forma de programa *Cultura Plural*, criado pelos participantes com a intenção de dar maior visibilidade às suas produções em vídeo. Com formato simples, contava com um âncora apresentando o programa e introduzindo cada reportagem para os espectadores de forma dinâmica, utilizando como cenário pontos da cidade de Ponta Grossa.

A parceria com a TV Comunitária de Ponta Grossa (TVCOM PG, canal 96 no sistema analógico e canal 17 pelo digital) possibilitou que o programa tivesse um maior alcance por meio de um veículo televisivo. O fato de ser uma emissora comunitária e não ter objetivos comerciais assegura liberdade ao programa para tratar de assuntos que não são transmitidos pela mídia comercial tradicional, como as manifestações culturais pautadas pelo projeto. Foram produzidas nove edições do programa, que foi temporariamente interrompido no final de 2013 por limitações técnicas e estruturais.

No ano de 2013, o *Cultura Plural* também realizou a cobertura televisiva do XXIX Festival Nacional de Teatro (FENATA), evento que integra grupos de diversas localidades do país. Em uma parceria do projeto com a TV Educativa, foram produzidas matérias durante o período do festival, que foram transmitidas na programação da TV Educativa. A experiência envolveu não apenas aos extensionistas, mas também outros estudantes do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa interessados em participar da cobertura especial para TV.

O encontro de um espaço de rápida difusão permite que produção local tenha divulgação e promoção dentro das redes sociais online. O *Cultura Plural* é um esforço do registro da cena cultural de Ponta Grossa e dos Campos Gerais, assim os benefícios resultantes das ações do projeto estão situados na tentativa de inserção de toda produção oriunda de grupos que não teriam ou tem espaço nos meios comerciais de comunicação locais e regionais.

Considerações finais

Com base no trabalho desenvolvido pelo projeto de extensão *Cultura Plural*, deve-se destacar a relevância sociocultural da proposta, que se configura como um espaço inédito na cidade de Ponta Grossa para tematizar a cultura popular e abrir espaço para artistas, grupos sociais e temas relativos à proposta editorial do *site*. Conforme observado nos espaços existentes no portal, a produção realizada pelos estudantes contribui para uma maior visibilidade da cultura popular na cidade e para a projeção de demandas locais/regionais por meio do *site*.

Diante de todas as limitações que uma experiência de jornalismo cultural de caráter alternativo apresenta para realizar a cobertura das ações e grupos populares de sua área de abrangência, entende-se que, mesmo que o *site* do projeto não alcance a abrangência e a qualidade técnica pretendida em todas suas produções, cumpre um papel importante ao viabilizar espaço para manifestações populares, bem como atuar no registro e na memória da cultura local, contribuindo para a construção de identidades.

Assim, pode-se dizer que a visibilidade do trabalho em jornalismo cultural dentro do portal *Cultura Plural* depende da ação conjunta entre a divulgação nas redes sociais e a produção rotineira de conteúdos noticiosos relacionados aos grupos culturais e populares, em linguagem multimídia. Forma-se, assim, um mecanismo complexo ligado aos espaços de divulgação da cultura popular por esforços no registro cultural dos grupos e setores marginalizados e distanciados dos tradicionais espaços de visibilidade midiática. É este desafio de valorização da riqueza e da diversidade da cultura popular que, desde a existência do *site*, há quase três anos, tem marcado a história recente da mídia alternativa nos Campos Gerais do Paraná.

Referências

- BELTRÃO, Luis. **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971. GADINI, S. L. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.
- GOMES, Fábio. **Jornalismo cultural**. Brasileirinho Produções, 2009. Disponível em: <<http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>>. Acesso em 12/02/2012.
- GRINBERG, Máximo Simpson. “Comunicação alternativa: dimensões, limites, possibilidades”. In: GRINBERG, Máximo Simpson (org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.
- HALL, Stuart. “Quem precisa da identidade?”. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- OLIVEIRA LIMA, Maria Erica de. **Mídia regional: indústria, mercado e cultura**. Natal: EDUFRN, 2010.
- PERUZZO, Cicília Maria K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.
- WARD, Mike. **Jornalismo Online**. São Paulo: Roca, 2006.

Agitprop contra indústria cultural¹ Contrastes das experiências comunicativas diante dos antagonismos sociais

Manoel Dourado Basto²

Resumo: Os primeiros trabalhos que buscam lidar com o conceito de massa desenvolvem seu argumento baseados naquilo que podemos chamar de pensamento “rebelde aristocrata”. Generalizando, o conceito de massas era a expressão teórica de uma concepção conservadora diante da ascensão das lutas populares ao longo do século XIX e que culminaria em processos revolucionários diversos e divergentes durante o século XX. Os contornos teóricos do conceito de indústria cultural (em detrimento à concepção de cultura de massas), fundamentam-se nessas concepções que reagem contra as formas de organização das lutas populares. Recolocado em novos eixos, o conceito de indústria cultural é decisivo para entendermos as formas de ação política das organizações populares do início do século XX conhecidas como práticas de agitação e propaganda (doravante, chamadas pelo nome de agitprop). Os grupos de agitprop das três primeiras décadas do século XX devem ser reconhecidos em seus elementos de enfrentamento dos aparatos da indústria cultural que então se desenvolvia. Sugeriremos que os vetores de funcionamento da indústria cultural eram usurpações de projetos populares. Para isso, buscaremos contrastar o conceito de indústria cultural com as experiências de agitprop na Rússia revolucionária do início do século XX e na Alemanha em meio à fracassada revolução de 1918 e durante a república de Weimar.

Palavras-chave: agitação e propaganda (agitprop); indústria cultural; massificação

Os primeiros trabalhos que buscaram lidar com o conceito de massa foram produzidos no nascedouro das ciências sociais (mais especificamente, da sociologia), quando

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Professor adjunto de Comunicação Popular e Cultura no Departamento de Comunicação na Universidade Estadual de Londrina (UEL). Formado em jornalismo pela UnB, com mestrado em Comunicação pela mesma instituição e doutorado em História pela Unesp (campus de Assis). Fez estágio pós-doutoral no departamento de História da UFSC. Membro do grupo de pesquisas Modos de produção e antagonismos sociais (UnB) e do Núcleo de Comunicação Popular (NCP), da UEL. e-mail: <manoeldb@uol.com.br>.

elas foram definidas enquanto área do saber entre fins do século XIX e início do século XX. Trabalhos como *A opinião e as massas*, publicado em 1901, de Gabriel Tarde (2005) e *Psicologia das multidões* (ou *Psicologia das massas*) publicado em 1895, de Gustave Le Bon (2008), que apareceram no contexto intelectual francês da ascensão do pensamento de Émile Durkheim, desenvolveram seu argumento baseados naquilo que podemos chamar de pensamento “rebelde aristocrata”, para usar a expressão que Domenico Losurdo (2010) aplica a Nietzsche.

Guardadas as diferenças (por vezes, bastante significativas) entre os autores, estamos diante de posições que se firmam como críticas da modernidade e cuja sustentação teórica é meramente reativa, mais propriamente reacionária, pois se esforçam para absorver sob o conceito de massas (ou multidão) as formas de organização e ação política das classes populares, reconhecidas assim como necessariamente tendentes a uma homogeneidade que incapacita uma compreensão racional do mundo.

Desde a Revolução Francesa de 1789, o continente europeu acompanha a escalada das organizações populares de luta. A Comuna de Paris, de 1871, e suas lições ainda estavam quentes na memória europeia (e não só) nos umbrais do século XX. Essas e outras das diversas experiências de organização popular para a lua de classes desenvolveram dispositivos e técnicas de articulação entre comunicação, cultura e política contra os quais o pensamento conservador reagiu teoricamente com o conceito de *massa*. Assim, o conceito de massas era a expressão teórica de uma concepção conservadora diante da ascensão das lutas populares ao longo do século XIX – como veremos, quando essas lutas culminaram em processos revolucionários diversos e não necessariamente convergentes durante o século XX, seus desenvolvimentos políticos e culturais apontaram para novas exigências técnicas, de forma, meio e material, que foram usurpadas pelo modelo reacionário da comunicação de massa.

Para reforçar a compreensão do caráter reacionário do conceito de massa, podemos seguir o argumento do livro clássico *Sociologia da Comunicação: teoria e ideologia*, de Gabriel Cohn, que se ocupa justamente de acompanhar seus passos de desenvolvimento. Assim, Cohn aponta para a conjuntura francesa do século XIX e suas condições de produção de conhecimento como elemento decisivo para a determinação conservadora da experiência política de classe.

Como é sabido, a preocupação com o fenômeno social *massa* é um legado do pensamento político conservador do século XIX, e remonta à reação contra a Revolução Francesa. (...) A noção de massa tende a emergir (...) em contraposição àquela de *classe*, na medida mesmo em que esta é componente básico do universo de discurso *revolucionário* em formação na mesma época (Cohn, 1973, p. 19 – grifos do autor).

Adiante, Gabriel Cohn consolida a sugestão acima, afirmando que “a cristalização do termo *massa* (e seu correlato, “multidão”) naquilo que se propõe ser uma análise

científica, se dá no final do século XIX, especialmente na França” (idem). Abordando Le Bon, Cohn observar, enfim, que há aí uma identificação entre multidões-massas-classes populares, ou seja, podemos reconhecer aí uma redução das classes populares a

[...] uma coletividade de grande extensão, heterogênea quanto à origem social e geográfica dos seus membros e desestruturada socialmente. Isto é, trata-se de um coletivo, contíguo ou à distância, de indivíduos indiferenciados quanto a normas de comportamento, valores e posições sociais, pelo menos naquilo que diz respeito a uma situação determinada (idem, p. 17).

Ou seja, tratava-se não só de sugerir o caráter regressivo das classes populares, como ainda de apontar sua suposta propensão ao acompanhamento irracional do líder. Com isso, sugeria-se ainda uma incapacidade produtiva e criativa, já que a massa apenas seguia o desenvolvido pelo líder.

Essa fundamentação teórica conservadora, gestada no ambiente francês de reação às lutas populares, fez escola e subsidiou pensadores de peso no século XX, ainda que tenha sido desenvolvida por pais fundadores meramente de segunda linha da tradição sociológica. Publicado em 1930, *A rebelião das massas*, de José Ortega y Gasset (2002), reagiu de modo conservador ao processo de ascensão do poder popular, que ele cristaliza segundo conceito de homem-massa.

Sigmund Freud também foi um desses pensadores importantes que deram atenção ao tema, recorrendo ao pensamento conservador francês. Em *Psicologia das massas e análise do eu*, Freud (2013) incluiu o problema em um momento decisivo de sua argumentação sobre o inconsciente e as especificações sobre o conceito de eu. Baseando-se significativamente no trabalho de Le Bon, e invertendo-o em alguns pontos, Freud desenvolveu sua argumentação da relação entre indivíduo e líder por meio da definição de eu ideal.

Amparado justamente no pensamento mais reacionário sobre as massas, que era o de Le Bon, Freud desenvolveu um arcabouço teórico que seria decisivo para a apropriação pelo pensamento crítico do aparato conceitual conservador. Gabriel Cohn aponta para os termos do aproveitamento produtivo que Freud faz de Le Bon, reorganizando a concepção de massa a partir da noção de identificação, que diz respeito “à capacidade da dimensão do psiquismo humano diretamente voltada para o mundo exterior – o Ego – de tomar por modelo uma figura idealizada – o Ego-ideal, cujo paradigma é o pai – e investir nela a sua carga libidinal”, de forma que “na situação de massa analisada por Freud o fenômeno básico consiste precisamente na substituição do Ego-ideal de cada um de seus membros pela figura do líder” (Cohn, 1973, p. 24).³

3 Ao longo do texto, quando fizermos referência à letra de Freud, usaremos os conceitos por ele desenvolvidos à partir das novas referências de tradução, que abolem a latinização anterior dos termos (conforme a tradução inglesa). Assim, o que antes se traduzia por Ego agora se traduz por Eu, o que antes se traduzia por Id, se traduz por Isso e o que se traduzia por Superego, passou a ser traduzido por Supereu. Porém, quando estivermos utilizando autores como Gabriel Cohn, que fazem referência a Freud ainda segundo a tradução latinizante, manteremos os termos tal qual foram citados.

Com isso, Freud reconhece a massa como uma forma de constituição de laços sociais, em vez de entender a massa como a expressão de impulsos associativos, como o faz Le Bon. O dilema conservador do trabalho de Freud está na sua concepção de dominação – a cultura é forma e meio da dominação sobre o indivíduo, que renuncia a seus impulsos em sua redução ao líder.

Quando autores como Theodor Adorno e Max Horkheimer, e a seu modo Herbert Marcuse, enfrentaram a questão das massas, já sob a consolidação do nazi-fascismo e, adiante, no que tange a cidadania de consumo nos Estados Unidos da América, Freud apresentou-se como um importante amparo teórico. A massa como caráter organizador social, a figura do líder e sua forma psíquica de atuação, a cultura como elemento de dominação das pulsões: todos esses foram entendidos como aportes essenciais para a compreensão da sociedade moderna. Conjugava-se nos autores da Teoria Crítica certa leitura de Marx (marcada fortemente por uma importante avaliação do fetichismo da mercadoria) com a adoção de aparatos da filosofia antiburguesa (aqui entendida como uma concepção de corte “rebelde aristocrata”)⁴ de Schopenhauer e Nietzsche e, principalmente, com uma leitura particular da psicanálise de Freud. Ou seja, os contornos teóricos da Teoria Crítica, rumo ao desenvolvimento do conceito de indústria cultural, marco importante para o debate que se coloca contra a determinação cultural durante o capitalismo tardio, fundamentou-se em autores que reagiram contra as formas de organização das lutas populares.

Uma compreensão apressada nos levaria a sugerir que, deste modo, o pensamento crítico que se quer próximo (ou engajado) nas lutas populares deve se desfazer do conceito de indústria cultural, já que sua base argumentativa se assenta num arcabouço teórico fundamentalmente reacionário. Porém, queremos propor justamente o contrário: o conceito de indústria cultural, resolvidas as contradições determinadas pela indistinção categorial das experiências contrastantes do início do século XX (ascensão do nazi-fascismo, de um lado, crescimento e consolidação contraditória do comunismo, de outro), é decisivo para entendermos as formas de ação política das organizações populares do início do século XX conhecidas como práticas de agitação e propaganda (doravante, chamadas pelo nome de agitprop). Isso nos levará a uma compreensão mais dialética da própria noção de massa, bem como de massificação e permitirá, enfim, a interpretação desses fenômenos sem reduzi-los à vala comum da indiferença diante das organizações populares.

Numa conferência pronunciada em 1967, Adorno afirma que o conceito de indústria cultural surgiu em meio à produção de *Dialética do Esclarecimento* a fim de superar a noção de cultura de massas, já de uso comum àquela altura dos anos 1940, quando o livro foi concebido e publicado. A ideia, segundo Adorno, era diferenciar o fenômeno

4 Valeria, em um plano futuro, ampliar essa compreensão à luz do debate apresentado por Dolf Oehler sobre o que ele chamou de estética antiburguesa – tratando do período em torno das jornadas de 1848 em Paris, reconhecendo, ao contrário da concepção aristocrática do burguês, a correlação entre as forças populares em luta e certa produção estética moderna, mormente Charles Baudelaire, Gustave Flaubert, Gustave Courbet e Honoré Daumier. Cf. Oehler 1997, 1999 e 2004.

de massificação “desde o início do sentido cômodo dado por seus defensores: o de que se trata de algo como uma cultura que brota espontaneamente das próprias massas, da forma que assumiria, atualmente, a arte popular” (Adorno, 2001, p. 21).

Adorno estabelece um desenvolvimento conceitual que desloca o problema da luta de classes para o caráter capitalista da produção cultural. Quer dizer, se há regressão na “comunicação de massas” não se trata da fundamentação social de classe da produção cultural, mas do fato que ela é uma forma de produção, acumulação e circulação de capital. Ainda que o próprio argumento de Adorno aponte para esse salto teórico, ele mantém sua aversão a qualquer atividade cultural das lutas populares que conjugue arte e política. O princípio de totalização da dinâmica do capital, seu caráter retificador, tal qual aprendido por Adorno do Lukács (2003) de *História e Consciência de classes*, não abre brecha para um enfrentamento do processo de valorização do valor por meio da organização de classe.

O que está em questão é o caráter supostamente regressivo das práticas políticas das organizações populares, justamente porque estão determinadas pela apropriação das massas pelo líder. A arregimentação política das massas pelas organizações políticas populares se daria necessariamente segundo um caráter pouco racional e descaradamente ritualístico, mistificador. Aqui, vale recuperar o interessante texto que Eric Hobsbawm (2000) escreveu justamente sobre as transformações dos rituais do operariado. Nele, o historiador britânico apresenta a permanência dos rituais em um tipo de organização política também movida pela busca da racionalidade no trato de suas questões, equacionando o aspecto decisivo do caráter ritualístico para o desdobramento coerente dos projetos populares, sem com isso enveredar em alienação.

Apresentando os principais motivos de interesse no estudo da transformação das formas de organização simbólica dos partidos e associações de trabalhadores, Hobsbawm sugere a imbricação entre permanência e ruptura nos rituais do operariado, lembrando que ainda que estejam profundamente enraizados em concepções racionalistas de mundo, “(...) algumas formas de movimento operário trazem em si uma carga emocional com uma força extraordinária, que encoraja a expressão ritual” (idem, p. 100). Contudo, a manutenção de tradições do passado como o ritual, em princípio avessa à concepção moderna de mundo, não deixou de assumir contornos novos, afeitos às expectativas que o movimento operário nutre diante de suas lutas. Ou seja, os rituais ganhavam aí uma nova função.

Esses rituais, contudo, deram lugar às concepções culturais determinadas inapelavelmente pelos mecanismos da mercadoria. Para observar o declínio dos rituais do operariado, Hobsbawm sugere que não basta ver esse processo como um “declínio secular” do ritual, subjugando seu caráter mais tradicional – exceção feita aos Estados do “socialismo realmente existente”, com suas formas estranhamente bizantinas ou com uma conexão débil com as formas antigas. O historiador britânico descreve de maneira crítica os novos termos do ritual do operariado.

O que ocorreu foi também uma mudança da linguagem ritual e simbólica, por exemplo, entre outros detalhes, a substituição do vocabulário tradicional de simbolismo e da alegoria pelo idioma telegráfico da “marca-registrada” ou do “logo”, que tem significado simbólico principalmente, ou apenas, por associação (idem, p. 103).

Ou seja, os rituais operários perdem em força quando cedem aos aparatos da indústria cultural. Assim, é preciso entender em que sentido se correlacionam os rituais operários (observados aqui especificamente na figura das práticas de agitprop) e a indústria cultural.

Quando o conceito de agitprop surgiu nos entornos do processo revolucionário russo nas duas primeiras décadas do século XX, ações de agitação e propaganda já estavam nas ruas desde pelo menos o fim do século XVIII com a Revolução Francesa – para ficarmos com os marcos históricos das formas socialistas de luta popular. Entre outras coisas, o período de seu desenvolvimento remonta à época de dinamização da imprensa burguesa. É contra esse pano e fundo que as táticas de agitprop desenvolvem suas propostas e reconhecem os limites impostos pelo estágio técnico.

Tendo isso em vista, podemos afirmar que as ações de agitprop em meio ao processo revolucionário russo enfrentaram aparatos de comunicação com alcance territorial e velocidade de difusão de impacto muito lento se comparados àqueles de caráter fortemente massivo e imediato que se apresentariam menos de uma década depois com a invenção e consolidação da radiodifusão entre o início dos anos 1920 e meados dos anos 1930.

Quando o nacional-socialismo ascendeu ao poder e deslanchou sua cruzada de violência e conquista, o rádio se apresentou como um aparato técnico pronto para o uso político – rapidamente consolidado nos marcos dos projetos capitalistas de mercado e estado em vigor. É da mesma época de ascensão dos aparatos massivos de comunicação a derrocada (à força) dos grupos e ações de agitprop reconhecidos como clássicos (na Rússia e na Alemanha).

Com isso, sugiro que as práticas de agitprop das três primeiras décadas do século XX devem ser reconhecidos em seus elementos de enfrentamento dos aparatos da indústria cultural. Assim, enquanto a concentração de capital se organiza sob a forma de um sistema de radiodifusão (que é o marco avançado de seu desenvolvimento até a década de 1940), as ações de agitprop perseguiram a capacidade de comunicação de amplo alcance e velocidade com o jornal-vivo e o uso de meios de locomoção como bondes e trens para o trabalho de agitação.

Segundo Silvana Garcia, o jornal-vivo era a “forma por excelência do agit soviético”, “desenvolvido a partir de leituras orais do noticiário da Revolução” (Garcia, 2004, p. 10). Iná Camargo Costa também dá bastante atenção ao jornal-vivo. “O Teatro Jornal, ou Jornal Vivo, foi de extrema utilidade, sobretudo no início da Revolução Soviética

ca. Os grupos encenavam notícias importantes em qualquer lugar, como as ruas ou as trincheiras até a assinatura dos acordos de paz” (Costa, 2012, p. 84). Tomando o jornal-vivo como exemplo, o que podemos observar é que as práticas de agitprop buscaram estabelecer novas formas, meios e materiais que dessem conta das exigências impostas pela conjuntura da luta de classes.

A necessidade de alcançar um número grande de pessoas com as informações diárias sobre a dinâmica revolucionária, tendo como meio comunicativo consolidado o jornal impresso (que ficava restrito àqueles alfabetizados), levou essas práticas a extrapolar as condições técnicas. Falando do processo inicial da revolução russa, Silvana Garcia aponta para os aspectos dessa questão:

Em uma Rússia marcadamente analfabeta, apenas parcialmente eletrificada e em crise de materiais como papel, as formas alternativas de comunicação e informação devem surgir com a mesma urgência com que se impõe a necessidade de uma vitória definitiva das forças que tomaram o poder (Garcia, 2004, p. 5)

Que esse esforço comunicativo de uma prática de agitprop como o jornal-vivo depois seja refuncionalizado nos meios de alta concentração de capital como o rádio ou a TV sinaliza para o enfrentamento que está em jogo no processo. Os vetores de desenvolvimento da indústria cultural eram usurpações de projetos populares.

O desenvolvimento da Indústria Cultural precisa ser reconhecido como um momento da *dinâmica da contrarrevolução*, para usar o argumento de Arno Mayer (1977). Para Mayer, interessado no período histórico de 1870 a 1955, é necessário reconhecer a existência imbricada de uma dinâmica contrarrevolucionária quando se fala de processos revolucionários. Ainda que com ritmos distintos e nem sempre com paralelismo ou correlação temporal imediata, é justamente na compreensão casada de agitprop com indústria cultural que teremos condições de estabelecer criticamente a visada sobre a totalidade da luta de classes. Agitprop deixa de ser uma experiência questionável, do ponto de vista dos debates sobre comunicação, e indústria cultural ganha um interesse renovado, já sem o aparato reacionário que rege sua argumentação sobre as organizações populares.

Com isso, tornamo-nos capazes de estabelecer marcos conceituais que reconheçam o caráter capitalista dos meios de comunicação massivo, em vez de dedicar-lhes uma crítica por sua suposta fundamentação popular. Ademais, o esforço de usurpação das forças populares pela indústria cultural não a fazem espaço em disputa, mas são indicativos de necessidades objetivas da sociedade, que aparecem organizadas sob a forma de acumulação de capital. Ademais, agitprop se configura como um caminho de enfrentamento. É fato que as condições materiais hoje são bem diversas daquelas do início do século XX. Por outro, elas carregam uma identidade de momento histórico em que as forças produtivas de comunicação ainda não se encontram inteiramente reguladas

pelas relações de produção – mesmo que sejam já elementos de concentração do capital. Trata-se de pensar, diante do quadro contemporâneo, em novas formas de colocar a agitação e propaganda contra a indústria cultural.

Referências bibliográficas

ADORNO; Theodor e HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

_____. Résumé sobre indústria cultural. **Revista Memória e Vida Social: História e Cultura Política**. São Paulo: UNESP/Assis, vol. 1, maio de 2001.

COSTA, Iná Camargo. **Sinta o drama**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.

_____. **Nem uma lágrima: teatro épico em perspectiva dialética**. São Paulo: Expressão popular, 2012.

FREUD, Sigmund. **Psicologia das massas e análise do eu**. Porto Alegre: L&PM, 2013.

GARCIA, Silvana. **Teatro da militância**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

LE BON, Gustave. **Psicologia das multidões**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

LOSURDO, Domenico. **Nietzsche, o rebelde aristocrata: biografia intelectual e balanço crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2010.

HOBBSAWM, Eric. As transformações dos rituais do operariado. In: **Mundos do trabalho**. 5. ed. revista. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.

_____. **Era dos extremos: o breve século XX (1914-1991)**. 2. ed., 42ª reimp. São Paulo: Cia. das Letras, 2010.

LUKÁCS, Georg. **História e consciência e classe**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MAYER, Arno. **Dinâmica da contrarrevolução na Europa 1870-1955**. São Paulo: Paz e Terra, 1977.

_____. **A força da tradição: a persistência do antigo regime (1848-1914)**. São Paulo: Cia das Letras, 1987.

OEHLER, Dolf. **Quadros parisienses: estética antiburguesa em Baudelaire, Daumier e Heine**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

_____. **O velho mundo desce ao inferno: autoanálise da modernidade após o trauma de Junho de 1848 em Paris**. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

_____. **Terenos vulcânicos**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

ORTEGA Y GASSET, José. **A rebelião das massas**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

Mudança e agravamento nas práticas autoritárias: centralização da censura e a reação d'O Pasquim nas frases-editoriais¹

Márcia Neme Buzalaf²

Resumo: Um ditado popular comprovado à exaustão durante a ditadura civil-militar (1964-1985) dimensiona a escalada violenta contra as diferentes formas de liberdade: “Não há nada ruim que não possa ser piorado”. O semanário carioca *O Pasquim* foi lançado em 26 de junho de 1969, seis meses após o decreto do Ato Institucional nº 5 (AI-5), e embutido no ambiente questionador das regras oficiais e tácitas do período. Muito já era proibido, tudo já era questionável, mas a prática da censura haveria de ser transformada a ponto de, enfim, enterrar as mínimas relações dialógicas no sarcófago de uma existência possível. Da censura pontual e passível de negociação, o semanário carioca passou a ser avaliado de forma impessoal – via correio, para Brasília. As transformações desta prática influenciaram o jornal e estão evidenciadas ao longo das trezentas primeiras edições – todas, censuradas. Neste artigo, trataremos da representação da censura nas frases-editoriais, localizadas na capa do *Pasquim*, de forte cunho de humor e, mais importante, autoral.

Palavras-chave: ditadura civil-militar; censura; *Pasquim*; frases-editoriais; humor.

Autoritarismo é o substantivo abstrato que mais reverbera no primeiro decanato da ditadura. No longo caminho até 1974, as práticas contra qualquer forma de liberdade foram sendo ampliadas, diversificadas e intensificadas. Da pontual censura a fatos específicos, passou-se ao condicionamento total das publicações oficiais (comerciais e alternativas) ao olhar do censor. A imprensa clandestina, neste sentido, encontra espaço em grupos e categoriais profissionais como a única possibilidade para fugir do crivo do regime.

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014

2 Jornalista com doutorado em História pela Unesp/Assis. É professora adjunta no Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL) e docente colaboradora do programa de Especialização em Comunicação Popular e Comunitária e no Mestrado em Comunicação Visual. E-mail: <marciabuzalaf@gmail.com>.

Publicações e pessoas que não foram para a clandestinidade acabaram sendo ainda mais violentadas pelo fortalecimento enviesado da censura, o que significa dizer que atos institucionais e os sistemas de avaliação e nomeação de pessoas ligadas à censura obedeceram a uma lógica desvirtuada de repressão – não se sabia para onde caminhava, nem até quando permaneceria. Jornais alternativos preencheram discursos importantes, registraram fatos históricos e representaram parcelas contra-hegemônicas da sociedade – de sindicatos a artistas.

Um destes jornais foi o provocador *Pasquim*, que tinha como linha editorial o humor no questionamento de regras sociais e comportamentais. As primeiras trezentas edições, todas produzidas sob censura, envolviam, predominantemente, assuntos relacionados a liberdade, sexo, boemia e cultura, nacional e estrangeira. Neste sentido, atribuir ao semanário carioca o rótulo de subversivo colocando-o no mesmo patamar de publicações como o *Ex* e o *Movimento* beira a ingenuidade. O *Pasquim* movimentou um outro tipo de inquietação que, invariavelmente, tangeu outras tantas que pautaram as outras publicações alternativas.

Um dos pontos mais interessantes de todo o material produzido pelo *Pasquim* era a frase-editorial, localizada no cabeçalho da capa, logo abaixo do título do semanário, e que passava uma impressão de configurar como um subtítulo para o nome do jornal. Considerando a heterogeneidade das expressões, assinaturas e até ausências destas frases, o termo frases-editoriais conflui melhor com a função deste subtítulo. Uma destas frases, publicada em 1973, “Rio, mas é de chorar”, remetendo ao Rio de Janeiro e mostrando a tristeza daquela situação sociopolítica, está muito mais próxima de ter uma função editorial do de um lema para o jornal.

Estas frases, como representação editorial da censura instalada, trazem elementos importantes para a reflexão sobre a sobrevivência das publicações alternativas, bem como sobre o agravamento das práticas autoritárias no cotidiano da produção jornalística.

Primeiras frases: alegria, alegria!

“Aos amigos, tudo; aos inimigos, justiça” pode parecer uma frase quase inofensiva em qualquer publicação da atualidade, mas, impressa na capa de um novo jornal pós-AI-5, demonstrava o caminho do que seria a união de uma geração no ambiente político-social que não contemplava nenhuma forma de justiça. Publicada na primeira edição do *Pasquim*, a expressão marcou o que seria a fase mais debochada, que permeou os anos de 1969 e 1970.

O jornal fez sucesso logo nos primeiros meses de banca, claramente por romper com alguns padrões jornalísticos e por trazer marcas irreverentes de autores que já haviam construído uma passagem criativa pela imprensa brasileira, como Tarso de Castro, fundador e editor durante estes primeiros anos.

Algumas das frases-editoriais publicadas até o final de 1970 demonstravam o caráter declaradamente autoral e questionador: “O Pasquim não se responsabiliza pela opinião de seus colaboradores; aliás, nem pelas suas” (edição 09, de 1969), “Somos contra tudo o que a gente pode ser contra” (edição 10, de 1969), “O Pasquim – um jornal que sente o drama de escolher um lema por semana” (edição 16, de 1969), “O PASQUIM – ame-o ou deixe-o” (edição 58, de 1969), “O PASQUIM – Mais divertido para quem faz do que para quem lê” (edição 64, de 1970) e “O PASQUIM – Livre como um táxi” (edição 66, de 1970).

Quando ligamos o discurso irônico e crítico da primeira edição do semanário, juntamente com o que se constituía como ameaça à estabilidade, segundo o texto do AI-5, percebemos que o *Pasquim* foi desenvolvido, desde o princípio, dentro dos elementos que caracterizavam os grupos subversivos, apesar de apresentar sua contestação a partir de uma linguagem visual e textual calçada no humor.

Esta primeira fase do semanário, do lançamento em junho de 1969 até outubro de 1970, é considerada bastante “desbundada”, considerando a direção do jornal de Tarso de Castro e a inexistência de uma censura interna instalada na redação. Foi uma fase em que as capas traziam sempre as personalidades do momento em entrevistas com depoimentos polêmicos: Leila Diniz, Roberto Carlos, Miéle, Rogério Duprat, entre outras capas temáticas nas quais os redatores exploravam o entrevistado visual e textualmente.

Esta característica fica clara em várias frases-editoriais de duplo sentido, tanto fazendo analogia ao sexo quanto à boemia cotidiana daquela geração, seus atores principais, a autodefinição de caos, de uma odisseia ética de um jornal que não quer se definir, apesar de rotular-se em quase todas as capas. A leveza do tom deste humor iria contrastar-se com as frases dos anos de 1974 e 75, quando o humor permanece, mas com tons que beiram a descrença e o silêncio.

As pressões que o jornal sofria estavam, desde este início, retratadas nas frases-editoriais: “O Pasquim – um pequenino enganador” (edição 34), “O PASQUIM sabe de tudo e não quer entrar em detalhes” (edição 38), “O Pasquim – um jornal de oposição ao governo grego” (edição 45), “Nenhuma legislação punitiva dá autoridade a quem não tem. (Marechal Humberto de Alencar Castelo Branco)” (edição 37). Todas estas edições foram publicadas em 1970.

A frase da edição 56, publicada em 1970, “Se alguém pensa que o Pasquim se atemoriza com ameaças e pressões, pode tomar nota de uma coisa: é verdade” revela o que Henri Bergson discute quando fala que o cômico nasce de um estranhamento com o mecânico, com a rigidez: “O riso é então explicado pela surpresa, pelo contraste etc., definições que se aplicariam também a uma infinidade de casos diante dos quais não temos nenhuma vontade de rir” (2001, p. 29).

Se a linguagem demonstra o posicionamento ideológico nos diversos discursos, através dos diferentes signos, a frase-editorial da edição de número 58 deixa claro que o humor sem riso do *Pasquim* vinha como uma resposta ao endurecimento do regime.

Ironizando um dos maiores slogans da propaganda militar, dispararam, em 1970, no lugar nobre da capa: “PASQUIM – ame-o ou deixe-o”.

Outras frases-editoriais importantes do período (por edição/ano de publicação):

- 12 / 1969 “Se vocês acham que o Pasquim está ótimo, saibam que ainda estamos dando o pior de nós mesmos”
- 22 / 1969 “Todo mundo acha que O PASQUIM está por cima da carne seca; podemos assegurar que, em matéria de carne, nossa preferência é outra (Millôr Fernandes)
- 35 / 1970 “O Pasquim – um caos a conferir”
- 44 / 1970 “O PASQUIM – uma odisseia étlica”
- 51 / 1970 “God save the Queen”
- 54 / 1970 “Foi duro, mas conseguimos fazer um número sem a Leila Diniz”
- 59 / 1970 “Um jornal que tem a coragem de não se definir”
- 63 / 1970 “Le Pasquin c’est moi. (Tarso de Castro). Non, c’est moi. (Louis XIV)”
- 65 / 1970 “O melhor jornal da Rua Clarisse Índio do Brasil, 32. – (Millor)”
- 67 / 1970 “Faltam dois números para o 69”
- 68 / 1970 “Quem não tem quiabo não oferece caruru (Stanislaw Ponte Preta – p. 22-23)
- 69 / 1970 “Custamos, mas chegamos ao 69”

Frases da segunda fase: prisão, inquietação e enfrentamento

O ano de 1970 foi marcado pelo crescimento do espaço do *Pasquim*: as vendas aumentavam significativamente e o jornal deixava, aos poucos, de ser limitado ao Rio de Janeiro e à Ipanema e passava a ter importância também em São Paulo, que era tanto um grande mercado leitor quanto um objeto de piada para os redatores cariocas. Em vários exemplares, e em vários textos, o jornal não cansava de repetir, em vários tons, a sua máxima, “*Pasquim* – um ponto de vista carioca”, frase-editorial publicada na edição de número 109 e que virou lema de Millôr Fernandes na sua página 3 do semanário durante o período em que foi diretor do jornal, entre as edições 166 e 233.

Os dois últimos meses do ano, porém, mudaram o rumo dos acontecimentos. No final de outubro, Jaguar publicou uma fotomontagem do quadro de Pedro Américo, “O Grito do Ipiranga”, também conhecido como “Independência ou Morte”. O cartunista adicionou à imagem de Do Pedro I um balãozinho com a frase extraída da música de Jorge Ben: “EU QUERO MOCOTÓ!!”, como na imagem reproduzida na Figura 01.

Várias mudanças ocorreram a partir dessa imagem que, para Jaguar, teria sido uma simples brincadeira – apesar da evidente provocação ao reproduzir e zombar da pintura que tem um caráter patriótico. Primeiramente, Dona Marina, responsável por censurar a página, foi destituída do cargo. Poucos dias depois, onze jornalistas do semanário foram presos sem um período determinado. A convocação dos militares era de que eles prestassem depoimento, mas foram encarcerados.



Figura 1: O *Pasquim*, edição 71, Rio de Janeiro, 28 de outubro de 1970.

A prisão de jornalistas, naquela época e dentro daquele espaço da imprensa alternativa, era um assunto recorrente e uma preocupação constante entre os que faziam parte dessa geração. No caso dos jornalistas do *Pasquim*, que relembram o episódio também com humor, não houve coerção física nem interrogatórios contundentes ou violentos – a não ser o corte de cabelo à força do *hippie* dos redatores, Luiz Carlos Maciel.

O grande questionamento dos oficiais era em relação aos vínculos dos redatores com a esquerda (ou com pessoas vinculadas a grupos de esquerda). Segundo Maciel conta, os interrogatórios vinham sempre acompanhados de uma lista dos envolvimento de cada um deles com a esquerda e com os grupos revolucionários, assinatura de listas e abaixo-assinados e participação em atividades culturais e estudantis.

Uma rede de colaboradores, chamada de “rush da solidariedade”, foi formada para manter o *Pasquim* sendo publicado. Para justificar, de alguma maneira, o motivos dos jornalistas não estarem na redação, na edição de número 72, a capa anunciava um “surto de gripe” na redação do *Pasquim*, em evidente ironia à não presença de Ziraldo, Jaguar, Luiz Carlos Maciel, Tarso de Castro, Paulo Francis, Sérgio Cabral e Fortuna. Mesmo assim, Paiva foi responsável por imitar o traço dos ilustradores presos. Além de Miguel Paiva, Millôr e Henfil, que não haviam sido presos, se incumbiram de produzir material suficiente para conseguir imprimir o jornal semanalmente.

As vanguardas que habitavam aquela Ipanema estavam vinculadas à juventude, ao experimentalismo e à intelectualidade – o que se constituía como elementos constitutivos e diferenciais da Geração de 60, conforme explica Ridenti:

“Apesar das diferenças estéticas e políticas, as manifestações artísticas brasileiras nos anos 60 tinham em comum o impulso para o debate, a luta, a ação

- 80 / 1971 “O PASQUIM Todas as quintas-feiras ou a qualquer dia em edição extraordinária”
- 89 / 1971 “Deus só criou o som. O homem fez a palavra. Gutemberg inventou a imprensa. Nós editamos O PASQUIM”
- 90 / 1971 “Na terra de cego, quem lê O Pasquim é rei”
- 91 / 1971 “O Pasquim – um jornal onde a gente pode dizer as coisas (Rose-Marie Muraro)”
- 97 / 1971 “O Pasquim é o próprio Exército Brancaleone da imprensa brasileira”
- 103 / 1971 “O Pasquim – sempre em alta, graças ao nosso baixo nível”
- 104 / 1971 “Um jornal que se vira para agradar seus leitores”
- 106 / 1971 “O verdadeiro órgão da família brasileira”
- 107 / 1971 “O PASQUIM – O melhor joio do trigal”
- 109 / 1971 “O Pasquim – um ponto de vista carioca”
- 115 / 1971 “O PASQUIM – Um lixo da primeira à última página”
- 116 / 1971 “Pensando bem, é melhor não pensar bem”
- 119 / 1971 “O Pasquim – corajoso como um rato”
- 125 / 1971 “Válvula de escape é a vó”
- 128 / 1971 “O Pasquim – um jornal sem um nome a zelar”
- 130 / 1971 “O PASQUIM – O jornal mais 72 de 71.
- 131 / 1972 “O PASQUIM – sai todas as terças, ou quartas, ou se calhar, quintas”
- 140 / 1972 “O Pasquim – o pior cego é aquele que quer ver”
- 143 / 1972 “Um jornal que só diz a verdade quando está sem imaginação”
- 155 / 1972 “Um jornal que está por baixo e está gostando”
- 157 / 1972 “O essencial é invisível aos olhos” (St. Exupéry)
- 158 / 1972 “Um jornal mais pra ÊPA que pra ÔBA.”
- 161 / 1972 “Um jornal que sempre foi independente, não era?”
- 163 / 1972 “Um jornal que não se vende, a não ser a seus leitores”
- 168 / 1972 “O importante não é vencer, é sair vivo”
- 170 / 1972 “JÁ NÃO SE FAZ MAIS PRIMAVERAS COMO ANTIGAMENTE”
- 172 / 1972 “Rio, mas é de chorar”
- 174 / 1972 “Quem é vivo sempre desaparece”
- 180 / 1972 “Não adianta explicar; para nós, é grego”
- 182 / 1972 “Ou vai ou racha. Nós achamos que racha”
- 187 / 1973 “Tesoura, sim. Alicate, não”
- 196 / 1973 “Prontos a resistir até a primeira gota de sangue”
- 202 / 1973 “O PASQUIM – uma luz nas trevas. Clic!”
- 210 / 1973 “Bem-vindos ao clube, uruguaiois”
- 213 / 1973 “O Pasquim – um jornal que não pode se queixar”
- 221 / 1973 “O Pasquim – um jornal que reage à altura, desde que o adversário não tenha mais de 1,60 metro”

222 / 1973 “O Pasquim – um jornal que discorda nos detalhes mas é visceralmente contra o fundamental”

225 / 1973 “O PASQUIM – um jornal mágico que não esconde nada.”

Terceira (e mais difícil) fase: por um silêncio mais alto

A mudança da censura do *Pasquim* para Brasília, em dezembro de 1973, esvazia o espaço de relações e possibilidades que foi criado quando os redatores entregavam e buscavam pessoalmente o material vetado. Ali, em alguns momentos, como vimos, existiu uma interação que, mesmo quando não limitava a ação do censor, possibilitava um entendimento maior de como a censura interpretava os textos e ilustrações produzidas. A frase-editorial da edição 248, de 1974, deixa claro o sentimento de pessimismo: “O Pasquim – um jornal que não vê o final do túnel”.

Impossível refutar o espaço significativo que o jornal dedicou à Guerra do Vietnã, ao escândalo do governo Nixon e da revolução dos Cravos em Portugal (reproduzidas nas Figuras 03, 04 e 05), que ganharam capas de uma maneira quase exclusiva, mas dentro da linha de humor que envolve os outros textos do jornal. Estas edições, de número 202, 285 e 299, mostram a reincidência da pauta internacional no período entre 1973 e 1975, e o domínio que a mesma exerceu sobre algumas capas.

Entretanto, no caso do semanário carioca, fica difícil não considerar a influência que pelo menos dois correspondentes internacionais importantes exerciam. São eles:

Paulo Francis, que morava em Nova York, e Ivan Lessa, que passou um período em Londres. Com vários intelectuais do exterior, exilados ou autoexilados, o com um novo ritmo de produção do semanário, o *Pasquim* passou por mudanças significativas que, ampliadas, revelam momentos de silêncio – como as várias edições sem frases-editoriais durante esta fase.



Figura 3: O *Pasquim*, edição 202, Rio de Janeiro, 15 de maio de 1974.

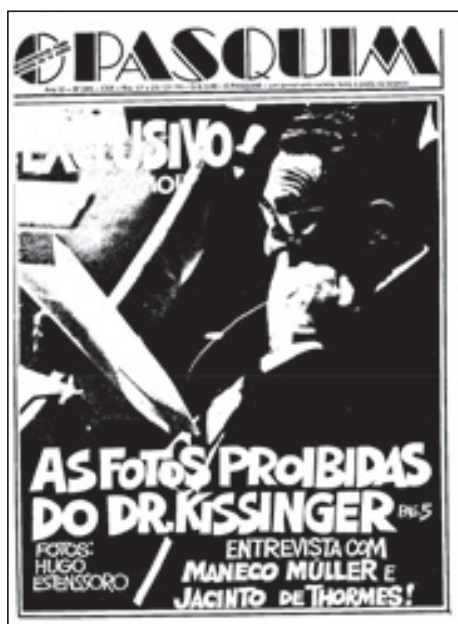


Figura 4: *O Pasquim*, edição 285, Rio de Janeiro, 15 de dezembro de 1974.



Figura 5: *O Pasquim*, edição 299, Rio de Janeiro, 22 de março de 1975.

A primeira transformação na censura ao *Pasquim* é em relação à dinâmica de aviação do material, que passou a ser enviado por correio para a capital e, assim sendo, excluindo qualquer tipo de questionamento sobre os vetos e autorizações feitas pelos censores. Só o transporte das páginas entre Rio de Janeiro e Brasília já corroía o tempo do processo de produção de um impresso semanal. Dentro do *Pasquim*, o cotidiano da redação mudou, primeiramente, no sentido operacional: “Para a gente poder salvar 80% de um jornal, nós tínhamos de mandar 360% de um jornal”, explica Miguel Paiva do documentário de 2004. O pesquisador Mauricio Maia analisa esse tipo de censura e utiliza a descrição de Ziraldo para mostrar o processo de produção do *Pasquim*:

Dois aspectos realçam o tratamento draconiano imposto a esses periódicos: os rigores normativos e o volume de cortes. As barreiras operacionais visavam dificultar seu processo de produção. Quando a censura prévia em jornais como *Opinião*, *Pasquim* e *Movimento* passou a ser centralizada em Brasília, ela provocou danos em diversos níveis. Editorialmente, gerava a perda de atualidades (havia um intervalo de quase duas semanas entre o fechamento e a distribuição desses jornais) e, comercialmente, causava prejuízos financeiros (grande parte do material que já havia passado pela fotocomposição era lacerado pelos censores). Tratando do semanário *Pasquim*, o cartunista Ziraldo fez uma das melhores descrições do cotidiano das publicações submetidas à censura prévia brasileira:

O jornal é enviado na sexta-feira para Brasília, com volume de matéria até quatro vezes maior do que o que será aproveitado. Só retorna às nossas mãos na terça ou na quarta, para ser impresso na sexta-feira seguinte, uma semana depois de enviado à capital, para circular na terça-feira, onze dias depois de iniciada sua confecção. Por tudo isso, ficamos apenas com dois ou três dias contínuos para a confecção de todo um semanário ilustrado de trinta e duas páginas, o que é um prazo irrisório. Acresce a isso que todo material enviado a Brasília tem que ser composto antes de seu retorno, para ganharmos tempos e, por esta razão, perdemos mais de 50% de material que tem que ser pago todas as semanas, e nosso custo aumenta, na medida em que temos que tirar caríssimas cópias Xerox de todo material ilustrado, etc. e etc. (Maia, 2002, p. 488).

Isso demonstra como a censura minou o sistema de produção, impressão e distribuição da imprensa; considerando os jornais alternativos, os problemas eram ainda maiores por não terem uma estrutura empresarial para tentar gerenciar todas as mudanças decorrentes dos vetos.

Além do distanciamento dos oficiais designados para censurar o jornal, a historiografia do período deixa claro que também foi um momento de intensificação da censura e repressão, quando sequestros, assassinatos e passeatas começam a confrontar o controle e violência dos militares.

Dentro desse cenário, vários jornais alternativos foram fechados. A geração do *Pasquim* manteve-se nas páginas do semanário, com algumas mudanças. Ao analisar o que foi publicado no *Pasquim* no período de dezembro de 1973, quando a censura é centralizada em Brasília, até o início de 1975, quando termina oficialmente a censura prévia ao jornal, fica evidente que o jornal também muda, mas continua a ser publicado, diferentemente da frase-editorial irônica em relação à resistência dos alternativos na edição de número 281: “O PASQUIM – O primeiro a abandonar o navio”.

A capa, como representação do jornal e da geração que em torno dele se agrupou, é um documento importante para entender o período. No caso das frases-editoriais, o pessimismo em relação à situação do jornal e à própria censura foram exploradas pelos redatores que utilizaram o mesmo estilo irreverente e humorístico ao registrar o clima em que o semanário era produzido, como nas seguintes frases editoriais publicadas, todas, em 1974: edição 258: “Valei-me N. S. da Pena, padroeira dos escritores e jornalistas”
edição 261: “O Pasquim – um jornal que não é editado por seus editores”
edição 262: “O PASQUIM – Olha só, mamãe! Um jornal sem mãos, sem mãos!”
edição 264: “O PASQUIM – um jornal que balança mas não cai.”
edição 271: “Um jornal dis ten di do”
edição 277: “O Pasquim – um jornal que semeia ventos e colhe tempestades”
edição 278: “O Pasquim – um jornal FRACO e ABUSADO”
edição 279: “Cumprimos o doloroso dever de informar que estamos vivos”

A manutenção do estilo das frases-editoriais, da linha de humor, e de elementos importantes do jornal – principalmente as frases-editoriais e a participação do ratinho Sig – foi ameaçada pela autocensura. Considerando que o caráter de atualidade dos jornais, de uma maneira geral, estava abalado, os jornalistas investiram nas chamadas “matérias frias”, ou seja, aquelas que poderiam ser utilizadas a qualquer momento por serem despidas de um vínculo com o momento em que eram publicadas. Vários textos de Millôr Fernandes e Paulo Francis, principalmente sobre escritores estrangeiros, ocupavam páginas e páginas das edições, à medida que ambos eram intelectuais ligados à tradução de textos clássicos, como Shakespeare e Baudelaire.

A edição publicada depois do aviso do fim da censura, em 29 de março de 1975, recupera os mesmos elementos fartamente utilizados nas edições do jornal desde o início. A capa de número 300 do *Pasquim* é, por si só, uma provocação envolvendo o humor, o sexo e as frases com duplo sentido com um recado direto na frase-editorial: “Imprensa é oposição; o resto é armazém de secos e molhados”.

A censura ao jornal terminou oficialmente pelas mesmas origens arbitrárias de quando começou, porém, em um sentido duplo, já que a pressão tornava a produção rarefeita. Assim como na capa, as páginas desta fase de censura centralizada em Brasília trazem expressões que nos remetem a uma certa tristeza, como nas três frases-editoriais que contam a dificuldade do processo de produção do jornal naquele momento: “O Pasquim – um jornal que não é editado por seus editores” (edição 261, publicada em 1974); “O PASQUIM – um jornal que balança mas não cai” (edição 264, de 1974); e “Cumprimos o doloroso dever de informar que estamos vivos” (edição 279, de 1974).

Outras frases-editoriais importantes do período (por edição/ano de publicação):

- 246 / 1974** “O Pasquim – a sentinela da Saint-Roman”
- 264 / 1974** “O PASQUIM – um jornal que balança mas não cai.”
- 267 / 1974** “Alho por alho. Dante por Dante.”
- 273 / 1974** “O Pasquim – Que flebite nada! É craca pura!”
- 284 / 1974** “O Pasquim – o último reduto da molecagem”
- 285 / 1974** “O PASQUIM – um jornal anti-racista: bota o preto no branco”
- 286 / 1974** “O PASQUIM – o único jornal sem analfabetos”
- 292 / 1975** “O PASQUIM – Sabe onde se bota. Bota onde se sabe.”
- 297 / 1975** “Pela distribuição das privadas e iniciativa das rendas”
- 299 / 1975** “O Grito do Ipiranga em som estereofônico.”

As páginas do *Pasquim* e os relatos de quem dele participou sugerem que o jornal sobreviveu à censura equilibrando-se entre a discordância com o controle da informação pelos militares e a consonância com o ambiente cultural vanguardista carioca, segundo explica José Luiz Braga em sua pesquisa sobre o semanário, quando afirma que o jornal “cria assim o lugar de sua fala como uma oposição ao regime, à indústria cultural e às posições conformistas de uma parcela da classe média” (p. 19). As frases-editoriais são evidências deste discurso.

Referências bibliográficas:

- AUGUSTO, S. e JAGUAR (org.). **O Melhor do Pasquim** – Volume I. Rio de Janeiro, Desiderata, 2006.
- _____. **O Melhor do Pasquim** – Volume II. Rio de Janeiro, Desiderata, 2007.
- BERGSON, H. **O riso** – ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro, Zahar, 2001.
- BERNSTEIN, S. A cultura política. In, RIOUX; SIRINELI (orgs.). **Para uma história cultural**. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.
- BITTENCOURT, T. M. F. P. **Jornalismo e transgressão: análise do discurso d'O Pasquim (1970)**, Tese de Doutorado, USP, 1999.
- BRAGA, J. L. **O Pasquim e os anos 70: mais prá epa que pra oba**. Brasília: Universidade de Brasília, 1991.
- CARDOSO, T. **Tarso de Castro: 75 kg de músculos e fúria**. São Paulo, Planeta, 2005.
- CARNEIRO, M. L. T. (org.). **Minorias Silenciadas: história da censura no Brasil**. São Paulo: Edusp/Imprensa Oficial do Estado/FAPESP, 2002.
- CASTRO, R. **Ela É Carioca** – Uma Enciclopédia de Ipanema. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- KUCINSKI, B. **Jornalistas e Revolucionários** – Nos Tempos da Imprensa Alternativa. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2003.
- KUSHNIR, B. **Cães de Guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988**. SP: Bomtempo Editorial, 2004.
- MACIEL, L. C. **Anos 60**. Porto Alegre: L&PM, 1987.
- _____. **Geração em Transe: Memórias do Tempo do Tropicalismo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1996.
- MOTTA, R., RIDENTI, M. *et al.* (orgs.). **O golpe e a ditadura militar** – 40 anos depois. Bauru: Edusc, 2004.
- REGO, N. P. **Pasquim: Gargalhantes Pelejas**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1996.
- RIDENTI, M. S. **O Fantasma da Revolução Brasileira**. Editora UNESP, 1993.
- _____. **Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV**. Rio de Janeiro, Editora Record, 2000.
- RIDENTI, Marcelo *et al.* (orgs.). **O golpe e a ditadura militar** – 40 anos depois. Bauru, Edusc, 2004.

Referências filmográficas:

- Henfil – Profissão Cartunista**. Documentário de Marisa Furtado. Brasil, 2002.
- Humor com Gosto de Pasquim**. Documentário de Louis Chilson. Brasil, 2000.
- O Pasquim – A Subversão do Humor**. Documentário de Roberto Stefanelli, 2004.
- O Pasquim – A Revolução pelo Cartum**. Documentário de Louis Chilson. Brasil, 1999.

Outros pontos, outras vistas: o Portal Comunitário e a presença dos sujeitos populares na esfera pública de Ponta Grossa¹

Maria Lúcia Becker²
Aline Czezacki Kravutschke³

Resumo: O trabalho faz o resgate de alguns fatos do período dos governos militares, principalmente das décadas de 1960-70, com o objetivo de reunir elementos para uma compreensão das raízes e do significado de veículos de comunicação como o Portal Comunitário de Ponta Grossa. Sistematiza informações e elementos da relação entre mídia e esfera pública, a partir da conceituação de Habermas e de dados sobre a consolidação e concentração da mídia de massa no Brasil. Apresenta processos da rotina de produção do Portal Comunitário e explica como o projeto viabiliza a cobertura de mais de 60 grupos/ comunidades/ entidades de forma a destacar a organização e atuação destes sujeitos populares. Traz uma leitura dos dados referentes às pautas dos bairros sob a ótica das garantias previstas no Estatuto da Cidade. E, por fim, identifica lacunas deixadas pela pesquisa, sugerindo novos objetos a serem investigados. Além da pesquisa bibliográfica, o artigo tem como base uma análise do conteúdo publicado pelo Portal Comunitário desde a sua criação, realizada por meio de observação, categorização temática, coleta de dados e discussão dos resultados.

Palavras-chave: Comunicação Comunitária; Portal Comunitário; Esfera Pública

Introdução

O Portal Comunitário (www.portalcomunitario.jor.br), assim como muitos outros veículos da chamada mídia livre ou independente existentes atualmente no Brasil, tem

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Jornalista. Mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professora do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da UEPG. E-mail: <marialuciabecker@yahoo.com.br>.
 - 3 Aluna do 3º ano do Bacharelado em Jornalismo da UEPG. E-mail: <alyneczezacki@gmail.com>.

a sua identidade constituída a partir de elementos definidos no período do regime militar implantado em 1964 e de seus desdobramentos, entre os quais: a modernização, crescimento e concentração dos meios de comunicação; o autoritarismo e a repressão ideológica e política; o processo acelerado de urbanização e periferação; e a emergência e consolidação da imprensa alternativa e da comunicação popular e comunitária.

Sistematizar aspectos de sua história, visando à compreensão do significado da sua existência, portanto, inclui o resgate, mesmo que em poucas linhas, da composição deste terreno onde estão fixadas as raízes desta proposta editorial, que se define como comunitária, popular e alternativa. Fazer história, já dizia Robert Park, é estabelecer relações entre os acontecimentos, colocá-los numa certa ordem na sucessão histórica e tentar “descobrir as tendências e forças subjacentes que encontram expressão nesses mesmos acontecimentos” (PARK, 2009, p. 41-42).

Este trabalho tem o objetivo de trazer elementos para uma reflexão sobre a contribuição do Portal Comunitário como mediador e viabilizador da presença de sujeitos populares na esfera pública de Ponta Grossa (PR) no período de agosto de 2008 a janeiro de 2014. Trata-se de um site na internet, feito por estudantes e professores do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), em parceria com associações de moradores de bairros de periferia, sindicatos de trabalhadores, ONGs, grupos culturais, entidades assistenciais e movimentos sociais locais.

A apresentação destes elementos tem como base uma pesquisa bibliográfica, que reúne aspectos históricos e conceituais, assim como uma pesquisa empírica, com a utilização de técnicas de análise de conteúdo na observação, categorização, coleta de dados e análise temática das matérias publicadas pelo Portal Comunitário desde que foi colocado no ar, em 25 de agosto de 2008.

O artigo está, então, organizado em cinco tópicos: “Raízes identitárias”, onde são revisitados contextos emblemáticos das décadas 1960-1980 no Brasil; “Mídia e esfera pública”, em que se apresentam conceitos e discussões sobre a relação entre a publicação e a construção de realidade; “Outros pontos de vista”, com a apresentação dos dados referentes a matérias sobre a organização e atuação dos sujeitos populares no período analisado; “Direito à cidade”, que traz os resultados da pesquisa quanto às notícias, notas e reportagens sobre a infraestrutura dos bairros e questões de mobilidade urbana, saúde, educação e cultura, esporte e lazer; e “Considerações finais”. Devido às limitações de espaço, o foco principal deste trabalho são os aspectos gerais relacionados à constituição e fortalecimento dos sujeitos populares; com isso, o recorte aqui realizado não contempla dados e reflexões sobre as questões de gênero, étnicas, ambientais, culturais, trabalhistas, rurais, de acessibilidade, entre outras.

Raízes identitárias

No contexto da criação das condições para alavancar o desenvolvimento do capitalismo local, os governos militares impostos ao país com o golpe de 1964 investem na produção industrial de cultura e na ampliação do mercado de bens culturais. Renato Ortiz (1994, p. 117-118) cita uma série de iniciativas tomadas já na segunda metade da década de 1960, entre as quais, os incentivos à fabricação de papel e à importação de máquinas; a criação da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel); a associação do Brasil ao sistema internacional de satélites (Intelsat); a criação do Ministério das Comunicações; e a construção de um sistema de micro-ondas que permite a interligação de todo o território nacional e oferece o suporte tecnológico para o sistema de redes necessário ao funcionamento da indústria cultural.

O fomento à criação e consolidação de uma indústria cultural forte se dá, porém, de forma articulada à imposição da “censura política” e da “censura econômica”. A censura político-ideológica, acompanhada de repressão, prisões e exílios, age de forma seletiva, enquanto são criadas entidades como o Conselho Federal de Cultura, o Instituto Nacional do Cinema, a Embrafilme, a Funarte, entre outras, garantindo-se subsídios e financiamentos às produções convergentes com as regras e os interesses do regime. Reconhecendo a importância dos meios de comunicação de massa, os governos do período inserem também o Estado como força fundamental no mercado publicitário: sendo um dos principais anunciantes, amplia seu poder de censura econômica. Assim, nos anos 1960/70, “ocorre uma formidável expansão, em nível de produção, de distribuição e de consumo de cultura; é nesta fase que se consolidam os grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa” (ORTIZ, 1994, p. 121).

Este é o período de investimento numa “modernização conservadora”, em que se modifica a estrutura e o perfil da sociedade, com a instauração de um ciclo econômico que ficou conhecido como “milagre econômico”, com a consolidação do parque industrial nacional, o crédito rural subsidiado, o incentivo à ampliação da produção agrícola moldada pelo ideário da Revolução Verde,⁴ a criação do complexo agroindustrial e a intensa migração campo-cidade.

O crédito agrícola subsidiado e vinculado à adoção de tratamento químico e biológico foi o principal instrumento utilizado para a modernização do campo. Direcionados às maiores propriedades, os incentivos (acesso a crédito, subsídios, pesquisa, tecnologia e assistência técnica) visavam à produção para exportação ou para a agroindústria, enquanto “os produtores menos capitalizados foram relegados a terras menos férteis, utilizando práticas tradicionais e explorando a mão de obra familiar para sub-

4 Paradigma tecnológico, baseado nos avanços dos conhecimentos da química e da biologia, que afirma a superioridade quantitativa e qualitativa da agricultura baseada no uso intensivo de insumos químicos (fertilizantes e agrotóxicos) e na biotecnologia.

sistir ou produzir um pequeno excedente comercializado nos mercados urbanos, onde o baixo poder de compra das massas garantiam preços também baixos” (MARTINE, 1991). Estas medidas, além de acentuarem a concentração da propriedade da terra, provocam um forte êxodo rural: entre 1960 e 80, quase 30 milhões de pessoas são expulsas do campo em direção às periferias urbanas. A “urbanização”, detectada pelo Censo Demográfico de 1970 – que registrou, pela primeira vez, uma população urbana superior à rural (55,9%) – passou, assim, a significar “periferização”.

Na contraposição, nascem os periódicos da imprensa alternativa. Só no período de 1964 a 1980, circularam no país cerca de 150 jornais cuja característica comum e principal era a oposição intransigente ao regime militar. O termo “alternativa” expressa os ideais de valorização do nacional e do popular nos jornais predominantemente políticos, assim como, em outra classe de periódicos, refere-se à crítica dos costumes e à ruptura cultural inspirada nos movimentos de contracultura norte-americanos, explica Kucinski. “Em geral pedagógicos e dogmáticos, os jornais alternativos políticos foram, no entanto, os únicos em toda a imprensa brasileira a perceberem os perigos do crescente endividamento externo, ainda em 1973, e o agravamento das iniquidades sociais” (KUCINSKI, 1991, p. XIV). Embora feita por jornalistas, intelectuais e ativistas políticos, a imprensa alternativa adquire também o caráter popular ao trazer sempre análises críticas da realidade, contestar o autoritarismo e o modelo de desenvolvimento e alçar, em suas páginas, os movimentos populares de reivindicação e de protesto à condição de protagonistas.

Ao mesmo tempo, cresce também a comunicação popular e comunitária, entendida como horizontal, dialógica, participativa, feita pelos sujeitos populares como contra comunicação e instrumento de luta das classes subalternas. A exclusão dos sujeitos populares da esfera pública – ou não inclusão de suas necessidades, interesses, pontos de vista, propostas, e projetos – se dá não somente por conta do alinhamento (natural ou forçado pela censura e outras formas de coerção) dos veículos da chamada grande mídia ao regime ditatorial, mas principalmente devido à concentração crescente dos meios de comunicação nas mãos de poucos grupos de poder econômico e político, que impõem o modelo massivo, visando ao controle e submissão da sociedade aos interesses das classes hegemônicas. Como explica Motta (1987, p. 42), “na busca de soluções para seus problemas cotidianos, os grupos populares se mobilizam, criam canais alternativos e formulam conteúdos próprios”.

Mídia e esfera pública

Nos anos 1965 a 1980, alguns meios de comunicação de massa se transformam em grandes empresas modernas, conglomerados que “operam comercialmente diferentes meios e praticamente monopolizam o mercado de comunicação do país” (MOTTA,

1987, p. 39). A configuração de um sistema de redes nacionais, implementada desde a década de 1960, foi viabilizada inicialmente com o apoio dos governos militares, dentro de seu projeto de integração nacional, como visto acima. Nas décadas seguintes, a consolidação e crescimento das redes continuou sempre com base no aporte de recursos públicos e na afiliação de veículos regionais. Assim, em 1982, das 120 emissoras comerciais de TV, 107 funcionavam em rede (MOTTA, 1987, p. 39). Em 2002, o relatório do projeto Donos da Mídia, desenvolvido pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) apontava que as seis maiores redes privadas (Globo, Band, SBT, Record e Rede TV! e MTV) controlavam 667 veículos (EPCOM, 2002, p. 17). Atualmente, o mapeamento feito pelo Donos da Mídia (FNDC, s/d) revela que estas seis redes privadas controlam 1.010 veículos de comunicação (TVs, rádios AM e FM, jornais e revistas).

No Brasil, o Sistema Central de Mídia é estruturado a partir das redes nacionais de televisão. Mais precisamente, os conglomerados que lideram as cinco maiores redes privadas (Globo, Band, SBT, Record e Rede TV!) controlam, direta e indiretamente, os principais veículos de comunicação no País. Este controle não se dá totalmente de forma explícita ou ilegal. Entretanto, se constituiu e se sustenta contrariando os princípios de qualquer sociedade democrática, que tem no pluralismo das fontes de informação um de seus pilares fundamentais. (FNDC, s/d)

Como o controle dos meios de comunicação significa o controle do acesso à informação e, com isso, o controle da formulação de argumentos e contra-argumentos no processo de formação de opinião e tomada de posição na esfera pública, pode-se dizer que o aumento da concentração da propriedade dos veículos é diretamente proporcional à diminuição da democracia e ao cerceamento do exercício da cidadania no País. Uma melhor compreensão deste processo pode ser feita com a ajuda do conceito de esfera pública.

Habermas descreve a esfera pública como “uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões (...)”, onde a qualidade do resultado depende de uma “inclusão suficiente dos participantes”. Assim, “o assentimento a temas e contribuições só se forma como resultado de uma controvérsia mais ou menos ampla, na qual propostas, informações e argumentos podem ser elaborados de forma mais ou menos racional” (HABERMAS, 1997, p. 92 e 94). Nesta formulação, a expressão “mais ou menos” indica dois fatores de influência na qualidade do resultado final, ou seja, na formação da opinião ou tomada de posição: o tamanho ou a quantidade de controvérsias e o grau de racionalidade das posições ou consensos obtidos.

Quanto ao domínio da esfera pública pelos grandes meios de comunicação de massa, Habermas (1997, p. 99) aponta como solução a participação da sociedade civil – “movimentos, organizações e associações, os quais captam os ecos dos problemas sociais

que ressoam nas esferas privadas, condensam-nos e os transmitem, a seguir, para a esfera pública política”.

Mas, transmitem como? Com quais meios? Habermas não entra nesta discussão, mas a importância de se construir meios de comunicação próprios, comunitários, alternativos, por parte dos sujeitos populares fica clara com o entendimento da relação entre a publicação (tornar público) e a construção da realidade. As informações, argumentos e propostas dos sujeitos populares só chegam à esfera pública se e quando ganham existência pública. Com a publicação de um relato informativo, a ocorrência se torna acontecimento público, preocupação pública, de acordo com Gaye Tuchman:

Os relatos informativos não só conferem às ocorrências a sua existência como acontecimentos públicos, como também lhes atribuem um certo caráter, na medida em que ajudam a dar forma à definição pública dos acontecimentos, atribuindo-lhes de forma seletiva pormenores ou “particularidades” específicas. Tornam acessíveis aos consumidores de notícias esses pormenores seletivos. (TUCHMAN, 2009, p. 99).

Ou seja, sem publicação, os fatos ou ocorrências pertencem à esfera privada, ao âmbito das preocupações pessoais e, como tal, não dizem respeito ao interesse público, não geram debate, argumentação, posicionamento, opinião pública, ação política (entendendo-se política aqui como tudo o que se refere aos cidadãos, ação cidadã). Daí, obviamente, a não inclusão das ocorrências relacionadas aos sujeitos populares nos conjuntos de relatos informativos publicados pelos meios de comunicação de massa, a não ser de forma seletiva e planejada de acordo com os interesses de seus donos e respectivas classes hegemônicas.

Outros pontos de vista

No ar há mais de cinco anos, o Portal Comunitário tem buscado cumprir o objetivo de conferir existência pública aos sujeitos populares locais, promovendo a presença na esfera pública das informações, opiniões, propostas, posicionamentos, reivindicações, denúncias e outras atividades de comunidades de periferia, sindicatos de trabalhadores, ONGs, grupos culturais, entidades assistenciais e movimentos sociais da cidade de Ponta Grossa.

Os dados aqui apresentados seguem a mesma categorização com que trabalha o próprio Portal que, desde a sua criação, tem uma rotina de produção e publicação organizada com base não apenas em editorias temáticas, como é comum nos veículos noticiosos, mas na origem dos fatos e temas, de forma a chamar a atenção para o protagonismo dos sujeitos populares.

A produção e o veículo assim estruturados se viabilizam com um método de trabalho que busca seguir minimamente os princípios da comunicação popular e comu-

nitária em termos de participação, diálogo, horizontalidade: a turma do terceiro ano do curso de Jornalismo é dividida em equipes de três estudantes, que passam a se inserir nas comunidades/entidades/grupos e a trabalhar em parceria com seus membros – cada equipe acompanha, durante todo o ano, pelo menos um bairro, um sindicato, uma ONG ou grupo e um movimento social. Assim, a “captura” dos acontecimentos é feita por meio de uma “rede noticiosa” alternativa àquela com que trabalha a mídia hegemônica (prefeitura, câmara de vereadores, governos estadual e federal, delegacias, times de futebol, entidades empresariais e outras instituições e órgãos ligados ao poder econômico e político). Ou seja, com o acompanhamento das comunidades/entidades por parte das equipes de reportagem durante todo o ano, a cobertura do espaço segue as mesmas estratégias descritas por Tuchman no caso das organizações jornalísticas em geral: a territorialidade geográfica, a especialização organizacional e a especialização em termos de temas (TRAQUINA, 2005, p. 181-182).

A coleta de dados, realizada nos dias 14 e 15 de fevereiro/2014, obedeceu as categorias Bairros, ONGs e Grupos, Movimentos e Sindicatos, as mesmas que estão dispostas no canto superior direito do site. São mais de 60 entidades contempladas pela cobertura do Portal, dando visibilidade a temas que não têm espaço na grande mídia, especialmente ao da própria ação cidadã por meio da organização popular e sindical.

A pesquisa revela que, no período analisado, foram publicadas 387 matérias (notícias, reportagens especiais e notas informativas), com 308 fotos, sobre os bairros da periferia da cidade, sendo 54 exclusivamente sobre as associações de moradores (organização interna, reuniões, divulgação, história da entidade, eleições de diretoria, sede e questões de infraestrutura e sustentação financeira). Veja no item “Direito à cidade” as observações e análises dos demais conteúdos das matérias.

Na cobertura de 15 ONGs, grupos e entidades, também foram publicadas mais de 300 matérias, entre as quais mais de 50 reportagens hipertextuais multimídia. O tema mais abordado foi “Organizações/Ações Internas” (1), que representa as ações realizadas pela entidade/grupo visando à sua própria manutenção e fortalecimento, incluindo desde problemas estruturais, como infraestrutura, até reuniões de planejamento, renovação de diretoria/coordenação, ações de ou para participantes/ simpatizantes, atividades de divulgação/comunicação e/ou história da entidade/grupo.

Nesse caso, o Portal serviu como meio de agendar as ações realizadas pelos grupos. O segundo tema com maior número de pautas foi Eventos (5), o que reforça o agendamento.

Na observação da tabela abaixo, no entanto, é preciso levar em conta o fato de o trabalho ser feito em parceria com as entidades e grupos, o que significa a suspensão da cobertura se há um período de inatividade ou outros problemas internos que atingem diretamente a atuação dos seus membros ou a relação destes com a equipe de reportagem. Também é preciso considerar as diferenças no período de cobertura. Assim, as ONGs com menor número de reportagens foram Você Consegue, Bando da Leitura e

Unidev, com 4, 5 e 6, respectivamente. As duas últimas tiveram um tempo menor de cobertura, dado que foram incluídas apenas no ano de 2013, e a Você Consegue não participou do Portal no ano passado devido a problemas internos da entidade.

Tabela 1: ONGS e GRUPOS – conteúdo publicado pelo Portal Comunitário, segundo as categorias temáticas: (1) Organização/ações internas, (2) Denúncias, (3) Manifestações/reivindicações, (4) Propostas/posicionamentos, (5) Eventos, (6) Políticas públicas, (7) Relações externas

Nome	1	2	3	4	5	6	7
ADFPG	13	1	2	0	4	3	0
AMA	4	0	0	2	1	0	0
Apadevi	12	1	2	2	8	0	6
Apedef	16	3	2	3	11	1	0
Astrama	5	0	0	2	0	0	3
Bando da Leitura	3	0	0	2	0	0	0
Cacique Pena Branca	5	5	4	1	10	0	0
Grupos Ambientalistas	13	5	9	9	15	5	5
Grupos de Capoeira	4	0	0	0	3	0	0
Grupo Renascer	4	0	3	3	4	0	2
Grupo Reviver	6	2	1	3	9	1	1
Obesos Alerta	2	5	3	2	1	0	3
Uampg	11	2	0	2	10	0	8
Unidev	2	2	0	0	2	0	0
Você Consegue	1	1	1	0	0	1	0
Outros	5	2	0	4	3	1	0
Total	106	38	36	35	81	21	28

Fonte: Elaboração própria, com dados coletados nos dias 14 e 15/02/2014

As ações dos movimentos sociais ganharam destaque em cerca de 100 notícias e reportagens multimídia. Aqui, além das ressalvas feitas para a análise das ONGs e Grupos que também são válidas para a categoria dos Movimentos Sociais, cabe o alerta quanto à instabilidade da organização e mobilização característica dos movimentos sociais, uma vez que se são grupos não institucionalizados que têm momentos de intensa atividade e momentos de descenso e desarticulação.

Mas a Tabela 2 revela outras características mais importantes dos movimentos: a categoria temática com maior número de pautas não podia deixar de ser a (3), “Atos públicos”, que contempla as manifestações, protestos, passeatas e/ou marchas; seguida pela (1), “Propostas/projetos”, que indica um caráter propositivo tão presente nos movimentos quanto a denúncia e o posicionamento crítico. Ao mesmo tempo, a categoria “Organização/ações internas” (reuniões, planejamento, eleição/renovação de coordenação, ações de ou para participantes/ simpatizantes, infraestrutura, atividades de divul-

gação/comunicação, história do movimento), não concentra a maior parte das pautas, como no caso das associações de moradores e de ONGs e Grupos, o que se deve ao fato de os movimentos serem geralmente articulações de diversos grupos, entidades, representantes de comunidades. Confira a os dados.

Tabela 2: MOVIMENTOS – conteúdo publicado pelo Portal Comunitário, segundo as categorias temáticas: (1) Propostas/projetos, (2) Divulgação/convocação, (3) Atos públicos, (4) Denúncias/ posicionamentos, (5) Organização/ações internas, (6) Eventos, (7) Relações externas

Nome	1	2	3	4	5	6	7
Democratização da Comunicação	0	1	0	2	0	4	0
MCCE ⁵	1	1	2	1	0	0	0
Movimento Estudantil	5	2	1	0	0	2	0
Movimento Hip Hop	0	3	1	0	0	2	0
MST ⁶	6	1	7	7	9	4	2
Mulheres/Gêneros	0	3	3	2	2	2	2
Pró-Ciclovias	2	1	0	0	1	0	1
Transporte Público	2	0	4	3	0	0	0
Total	16	12	18	15	12	14	5

Fonte: elaboração própria, com dados coletados nos dias 14 e 15/02/2014

Já a cobertura de sindicatos de trabalhadores resultou em 285 notas, notícias e reportagens hipertextuais multimídia. A exemplo das Associações de Moradores e das ONGs/Grupos, a categoria “Organização/Ações internas” (assembleias, eleição de diretoria, ações de ou para a categoria, infraestrutura, história do sindicato) concentra o maior número de pautas indicadas pelos sindicatos. Em segundo lugar vem a categoria “Data-base/negociações” (reuniões de negociação com sindicato patronal, definição de data-base, elaboração/apresentação de pauta de reivindicações, assembleias, campanha salarial), cujos números, se somados aos da categoria “Greves/ paralisações”, tornam-se os maiores da tabela, como era de se esperar.

Chama a atenção também o número expressivo de pautas sobre denúncias e reivindicações referentes às “Condições de trabalho/segurança no trabalho”, assim como o pequeno número de pautas sobre “Relações externas” (relações com outras entidades sindicais ou outras instituições, conselhos, grupos, fóruns, movimentos sociais; relações com a prefeitura, governo estadual, governo federal), o que pode indicar ou um fechamento “corporativista” dos sindicatos locais; ou uma minimização da importância de iniciativas nesta área, daí a não indicação das pautas para a equipe de reportagem, embora as ações aconteçam; ou a opção mesmo pela não divulgação deste tipo de atividade.

5 Movimento de combate à Corrupção Eleitoral.

6 Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra.

Na observação da tabela, cabe novamente aqui as ressalvas quanto à participação parcial no projeto por parte de alguns sindicatos, seja por problemas internos das entidades, ou questões e atitudes das próprias lideranças sindicais (caso do Senalba, Fiação e Tecelagem, Sindehtur, SindiBebidas, Bancários e Correios), seja devido ao início recente da parceria e respectiva cobertura (caso do SindUEPG, Sintespo e Frigoríficos).

Tabela 3: SINDICATOS – conteúdo publicado pelo Portal comunitário, segundo as categorias temáticas: (1) Data-base/negociações, (2) Greves/paralisações, (3) Organização/ações internas, (4) Divulgação/ comunicação, (5) Eventos, (6) Condições de trabalho/segurança no trabalho, (7) Relações externas

Nome	1	2	3	4	5	6	7
APP-Núcleo PG	5	6	12	10	5	4	0
Bancários	2	6	2	1	2	0	2
Comerciários	4	0	5	6	5	8	0
Correios	0	4	2	1	0	0	0
Fiação e Tecelagem	0	0	1	1	1	0	0
Frentistas	3	1	6	3	4	6	1
Frigoríficos	1	1	2	2	0	2	0
Senalba	0	0	0	0	0	2	0
SindBebidas	1	0	2	0	0	1	0
SindServ	8	1	9	4	1	5	1
Sindehtur	1	0	1	1	0	2	0
Sintespo	5	4	1	0	0	1	0
Metalúrgicos	3	3	10	2	6	9	0
SindUEPG	3	2	0	1	0	0	0
Trabalhadores Rurais	2	0	7	1	2	2	0
Vigilantes	9	4	13	3	5	5	1
Outros	5	1	5	3	1	1	1
Total	52	33	77	48	32	48	4

Fonte: elaboração própria, com dados coletados nos dias 14 e 15/02/2014

Direito à cidade

Os artigos 182 e 183 da Constituição Federal de 1988 dispõem sobre a Política de Desenvolvimento Urbano, a ser executada pelo poder público municipal. Só no ano de 2001, no entanto, foi aprovada e sancionada pelo governo federal a Lei nº 10.257, também chamada de Estatuto da Cidade, que regulamenta esses dois artigos. O artigo 2º do Estatuto da Cidade define as diretrizes gerais para o “pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e da propriedade urbana”.

Como primeira e mais importante dessas diretrizes, o inciso I deste artigo estabelece a “garantia do direito a cidades sustentáveis” e esclarece que isso significa “o direito à terra urbana, à moradia, ao saneamento ambiental, à infraestrutura urbana, ao transporte e aos serviços públicos, ao trabalho e ao lazer, para as presentes e as futuras gerações” (ESTATUTO..., 2001). Mas é o inciso IX que oferece, de forma clara – devido à referência histórica –, uma formulação que amplia a compreensão e legitima as reivindicações e lutas urbanas ao determinar a “justa distribuição dos benefícios e ônus decorrentes do processo de urbanização”. Isso dá às classes subalternas, localizadas na periferia das cidades e da sociedade, as condições para exigir do poder público a reparação das consequências de decisões políticas nefastas que foram se acumulando nas últimas cinco décadas, principalmente nos anos 1960 a 1980, quando os governos militares impõem um intenso êxodo rural sem que as cidades passem a ter um mínimo de infraestrutura e serviços públicos que ofereçam as condições para uma vida digna.

Não é sem razão, portanto, que a categoria “Infraestrutura” – água, saneamento, lixo, vias públicas (asfalto, viadutos, trânsito, sinalização, calçadas, nomeação de ruas), abrigo em ponto de ônibus, entre outros aspectos – traz o maior número de pautas indicadas pelas lideranças das associações de moradores dos bairros de Ponta Grossa.

Os números significativos das categorias “Esporte e lazer” e “Educação e Cultura” também demonstram o grau elevado de carência quanto à “oferta de equipamentos urbanos e comunitários, transporte e serviços públicos adequados aos interesses e necessidades da população” (ESTATUTO..., 2001), oferta esta que se encontra garantida pelo inciso V, do Art. 2º, do Estatuto da Cidade. Aqui, é importante destacar que as matérias não se referem apenas a problemas. No caso da categoria “Esporte e Lazer”, além de reclamações, como a falta de lugares para o lazer e a precariedade dos campinhos e praças, também se divulgam eventos como campeonatos de futebol de bairros e reformas de quadras esportivas.

Quanto ao “Transporte público”, cuja garantia também está prevista no mesmo inciso V, cabe observar que não aparece de forma expressiva devido a, entre outras razões, algumas reportagens estarem contempladas pela categoria “Infraestrutura” desta tabela e também pelo Movimento do Transporte Público (ver Tabela 2).

Para uma reflexão sobre os dados, cabe ainda observar que a produção jornalística pode render mais em alguns bairros do que em outros, devido a algumas Associações de Moradores serem mais organizadas, ou a equipe de reportagem conseguir estabelecer uma relação de maior proximidade com as lideranças comunitárias, o que facilita a discussão das pautas. Um exemplo é o Cará-Cará, que apresenta pouca expressão quanto ao número de matérias, mesmo sendo um dos lugares com maior número de problemas na cidade de Ponta Grossa.

Tabela 4: BAIRROS – conteúdo publicado pelo Portal Comunitário, segundo as categorias temáticas: (1) Saúde, (2) Infraestrutura, (3) Educação e cultura, (4) Transporte público, (5) Esporte e lazer, (6) Segurança pública

Nome	1	2	3	4	5	6
Boa Vista	8	15	0	1	4	1
Cará-Cará	2	6	1	1	2	0
Colônia Dona Luíza	5	12	5	2	9	2
Comunidades Rurais	4	1	3	1	0	0
Contorno	3	4	5	0	7	1
Jardim Carvalho	1	13	4	0	9	0
Neves	1	6	3	1	8	0
Nova Rússia	10	12	5	0	6	2
Oficinas	4	11	2	4	12	0
Olarias	1	15	5	0	12	3
Órfãs	1	4	2	0	8	0
Ronda	2	9	1	1	0	1
Uvaranas	3	13	7	1	9	5
Outros	1	2	0	0	2	0
Total	46	123	70	12	88	15

Fonte: Elaboração própria, com dados coletados nos dias 14 e 15/02/2014

Considerações finais

Nestes últimos parágrafos, cabe reconhecer que o resgate de acontecimentos dos anos 1960-80 e a busca de suas relações com a realidade dos últimos cinco anos reuniu elementos para uma compreensão ampliada das raízes de veículos como o Portal Comunitário, porém focando o significado de sua existência mais no contexto do sistema econômico, social, político e cultural intitulado “capitalismo tardio”, constituído no País nos últimos 50 anos, do que em conjunturas nacionais e locais específicas.

Com isso, fica clara a necessidade de outras pesquisas, que contribuam para uma reflexão sobre o significado deste projeto editorial na história e realidade atual da cidade de Ponta Grossa, em termos da construção de um instrumento que consiga ampliar cada vez mais o espaço dos sujeitos populares na esfera pública local.

Nesta perspectiva, a leitura dos dados dos bairros na ótica das garantias previstas no Estatuto da Cidade, relacionando o estabelecido na lei com opções feitas pelo regime militar – que, vale lembrar, estão ligadas a algumas das justificativas do próprio golpe –, trouxe a possibilidade de pensar a importância de as associações de moradores priorizarem o agendamento de determinados temas, de modo que ganhem existência pública, sejam debatidos e conquistem o posicionamento favorável da maioria dos cidadãos.

Mas, aqui, aparece outra lacuna a ser preenchida por novas pesquisas: é preciso mapear os veículos de comunicação de massa da cidade, caracterizando da forma mais precisa possível a sua influência na esfera pública, assim como identificar e caracterizar os veículos próprios de comunicação dos demais sujeitos em ação na cidade (sites, blogs, redes sociais, jornais, revistas, de partidos e grupos políticos, entidades empresariais, instituições e órgãos públicos, entre outros “nós” de rede).

Referências

EPCOM – Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação. Quem são os donos. **Revista CARTA CAPITAL**, 8 de março de 2002, p. 17-19. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br/media/documentos/DonosCarta.pdf>> Acesso em: 19 jan. 2014.

ESTATUTO DA CIDADE. Lei nº 10.257. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/l10257.htm> Acesso em: 14 jan. 2014.

FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. **Donos da Mídia**: o mapa da comunicação social. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br/inicial>> Acesso em: 19 jan. 2014.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**. Nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Editora Página Aberta, 1991.

MARTINE, George. A trajetória da modernização agrícola: a quem beneficia? São Paulo, **Lua Nova**: Revista de cultura e Política, nº 23, Mar. 1991. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64451991000100003&script=sci_arttext> Acesso em: 20 jan. 2014.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Brasil: alternativa popular: comunicação e movimentos sociais. In: GRINBERG, Máximo Simpson (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis, RJ: editora Vozes, 1987, p. 37-50.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

PARK, Robert. E. As notícias como uma forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento. In: ESTEVES, João Pissarra (Org.). **Comunicação e Sociedade**. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa. 2. ed. Lisboa: Livros Horizonte, 2009, p. 37-50.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo** – porque as notícias são como são. 2. ed. V. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

O Marcha e a violência nas ditaduras do Brasil e Uruguai (1968-1974)¹

Mirian A. Nascimento²

Resumo: Esse estudo tem como objetivo analisar as notícias que denunciaram as violências praticadas contra mulheres envolvidas com movimentos sociais e presas políticas, perpetradas pelos órgãos de repressão dos dois países, publicadas no periódico *Marcha*, meio de comunicação uruguaio, entre os anos 1968 e 1974. Época que abrange parte do período de exceção uruguaio, desde a institucionalização das Medidas Prontas de Seguridad até o fechamento do jornal, e que, também, compreende o tempo em que a ditadura no Brasil foi extremamente sangrenta. A partir dos estudos de gênero, sob uma perspectiva feminista, levantamos as notícias no intuito de observar se os/as indivíduos que escreveram as notícias se utilizaram das construções de gênero presentes na sociedade daquele período para sensibilizar os/as leitores/as frente às sevícias, cometidas pelo governo militar contra seus opositores. De modo geral, as construções de gênero aparecem quando se fala de mulheres que tem filhos, de estudantes e professores, como pessoas passivas, portanto, vítimas inocentes. Incapazes de um comportamento mais radical na luta contra os governos ditatoriais.

Palavras-chave: Violências; Ditaduras; *Marcha*; Gênero

Nessa pesquisa analiso algumas notícias, veiculadas no *Marcha* entre os anos de 1968 e 1974 – período em que a repressão tomou conta do Uruguai, a partir da aplicação das Medidas Prontas de Seguridad, mesmo antes de acontecer o golpe civil-militar, efetivado em 27 de junho de 1973 –, até o período em que o jornal foi fechado. E que, concomitantemente, é o período mais sangrento da ditadura civil-militar brasileira, fato que possibilitou a escrita desta pesquisa. Posso afirmar que esse periódico transformou-se em um defensor ferrenho dos direitos humanos no seio da população uruguaia

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014. Este texto é parte integrante da minha dissertação de mestrado.

2 Possui graduação em História (UFSC, 2010). Mestranda do Programa de Pós-Graduação em História (UFSC, 2013). Pesquisadora do Laboratório de Estudos de Gênero e História (LEGH) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Estuda a imprensa alternativa, durante as ditaduras civil-militares no Brasil e Uruguai (1964-1985), sob a perspectiva dos estudos de gênero; da História Comparada e da História Oral. E-mail: <miroca11@hotmail.com>.

ao denunciar, a cada número publicado, as violências perpetradas pelo poder público contra o povo. *Marcha* criticou as mazelas em que viviam as pessoas das periferias das cidades, as mortes em decorrência da fome, os baixos salários, as más condições de saúde, a perseguição aos professores e estudantes, a intervenção e fechamento de instituições de ensino, os preços altos e a inflação altíssima entre muitos outros problemas que afligiram a população naquele longo período de repressão.

O jornal uruguaio *Marcha*, publicado entre os anos de 1939 e 1974, fundado e dirigido durante toda sua duração pelo jornalista e político Carlos Quijano, foi um dos mais importantes do país por ser uma alternativa aos jornais ligados à oficialidade.

O periódico *Marcha* teve longo alcance em relação aos seus leitores, pois circulou em vários países do continente americano e também da Europa, em virtude dos exílios forçados ou espontâneos, ocorridos em número significativo naqueles tempos difíceis. Sobre a cultura política do periódico C. GILMAN afirma que

[...] El semanario *Marcha* supone la fundación y el sostenimiento de una verdadera empresa político-cultural, destinada a la información y a la formación de un público en el marco de un amplio proyecto ideológico cuyos tópicos fundamentales serán persistentes a lo largo de su existencia, aunque las coyunturas históricas contribuirán a moldearlos. Los principales, desde un punto de vista político son: el antifascismo, el nacionalismo en su versión antiimperialista, el latinoamericanismo y el tercerismo, dentro del marco de la defensa legalista del orden democrático (1995).

Sobre o *Marcha*, ainda é necessário lembrar que durante a formação do Frente Amplio, em 1970, vários de seus colunistas participaram da fundação, incluindo Carlos Quijano, informação importante para entender que as várias posições políticas defendidas pelo jornal eram coincidentes com as do *Frente Amplio*, uma coalizão de esquerda que fez oposição ao governo ditatorial (SITE FRENTE AMPLIO, 2012).

O semanário *Marcha*, era impresso, frequentemente, em vinte e quatro páginas, no entanto, em datas marcantes ou comemorativas, ele podia conter suplementos especiais que faziam com que saltassem os números de páginas para mais de quarenta, podendo atingir até mais de sessenta páginas. No período da pesquisa, continha várias colunas, que davam conta dos assuntos mais importantes da época. Não se pode esquecer de “Las cartas de los lectores”, que se localizavam nas primeiras páginas e era o espaço em que se falava dos assuntos mais diversos, era ali que apareciam algumas críticas e opiniões divergentes das do jornal e seus colaboradores. Geralmente elas eram respondidas na mesma oportunidade. Missivistas podiam discutir entre si, por semanas, acerca de assuntos polêmicos. Foi através desta secção que o Comité de Familiares de Detenidos Políticos anunciou sua criação e indicou o seu objetivo específico: “[...] de velar por las necesidades de nuestros familiares en prisión y de lograr un tratamiento igualitario con respecto al resto de los reclusos” (1969, p. 3).

As mulheres tiveram espaço no *Marcha*. Em significativo número do periódico foi possível encontrar matérias que contemplaram fragmentos de vidas e obras de escritoras e cantoras conhecidas do público, como Sara de Ibáñez e Violeta Parra (AHARONIÁN, 1971, p. 27; IBAÁÑEZ, 1973, p. 30), entre outras. Algumas mulheres escreveram para o jornal: Maria Ester Gilio e Marta Traba, são exemplos. Uma das mulheres de destaque no Uruguai, cujas ideias foram publicadas no periódico, foi a senadora, advogada e poeta Alba Roballo. Militante do Partido Colorado, abandonou-o a partir de 68, e juntou-se ao Frente Amplio, uma coalizão de esquerda que fez oposição ao governo ditatorial (FRENTE AMPLIO, 2013).³

A partir do dia 13 de junho de 1968, com o decreto do governo, que instituiu as *Medidas Prontas de Seguridad* (PADRÓS, 2011, p. 6-8), houve censura nos jornais como pude ver no *Marcha* (1968, capa). E a partir de abril de 1972 não mais puderam escrever matérias sobre violência contra pessoas presas e torturadas pela repressão. Mas publicaram cartas de leitores que denunciavam as sevícias, geralmente assinadas com codinome ou até mesmo como anônimo; colocaram transcrições de discursos de senadores e deputados (1972, p. 6), uma vez que até próximo ao golpe, os representantes do legislativo gozaram da imunidade parlamentar, embora já houvesse iniciativas por parte do executivo de incriminar legisladores que faziam oposição ao regime, como a acusação contra o senador Enrique Erro, de ser o chefe civil dos Tupamaros (1973b, p. 9).

E, durante a fase que o jornal sofreu censura, para que o leitor pudesse inferir sobre o que sucedia em seu país, foram noticiadas as violências que estavam acontecendo nas ditaduras vizinhas, incluindo o Brasil, cujas denúncias serão analisadas aqui. A partir dessas informações acerca do *Marcha*, informo que o objetivo deste estudo é levantar as construções de gênero presentes nas notícias ali publicadas, que perpassavam a sociedade uruguaia e reforçavam estereótipos que acabavam por privilegiar determinados grupos de pessoas em detrimento de outros, ou ainda, que delineavam papéis e funções distintas para homens e mulheres, negando-lhes a igualdade. É importante esclarecer que este trabalho não busca desmerecer as lutas de oposição de resistência, nem diminuir o papel importantíssimo que os órgãos de imprensa cumpriram no combate ao Terrorismo de Estado e nem negar qualquer violência pelas quais passaram todos os indivíduos envolvidos direta ou indiretamente nas lutas contra as arbitrariedades dos governos dos países estudados.

Apesar de, naquele período, grande parte do planeta estar passando por transformações culturais e muitas mulheres, nos países estudados neste trabalho, acessarem as universidades e o mercado de trabalho, predominava nessas sociedades a mentalidade de que as mulheres diferiam muito dos homens nos sentimentos, papéis, funções, o que chamamos de construções de gênero: um determinismo cultural baseado no sexo biológico, que colocava as mulheres em oposição aos homens, e que muitas vezes, im-

3 Foi a primeira mulher Ministra de Cultura na América Latina, no governo de Pacheco Areco.

pediu que as mulheres transitassem por caminhos trilhados pelos homens, como certas profissões, lugares e posições sociais. Assim, muitas delas tiveram dificuldade em ascender no interior das organizações de oposição aos governos ditatoriais. Nas quais, as principais lideranças foram os homens.

Se transitar entre os homens que queriam mudar o mundo foi difícil para essas mulheres, muito mais violenta foi a reação dos agentes da repressão contra essas mulheres vistas como transgressoras. Sobre o Uruguai, Mariana Risso Fernández fala que

[...] las mujeres militantes, en su mayoría jóvenes, integradas en creciente número a la actividad política en la década del 60, fueron especialmente criminalizadas en los setenta y ochenta. Esas mujeres que supeditaron los roles femeninos tradicionales, como la maternidad y los quehaceres domésticos, a la actividad política reivindicativa fueron doblemente culpabilizadas (BAICA, 2012, p. 41).

Para analisar tais atribuições de papéis dispensadas às mulheres e homens lançarei mão das reflexões trazidas pelos estudos de gênero sob um viés feminista (PEDRO, 2005, p. 82), “na compreensão do gênero como uma construção social, cultural e histórica, sempre relacional, e que define hierarquias e estratégias de poder, territórios e comportamentos para homens e mulheres”, segundo Cristina Scheibe Wolff. Pois, as atribuições de papéis e funções específicas às mulheres e homens estavam enraizadas no interior das organizações de esquerda e balizaram decisões acerca de ações de militantes. O gênero, enquanto construção se dá através da elaboração discursiva que se transforma em “práticas sociais, nas quais saber e poder se entrecruzam, configurando categorias sociais ao serem emitidas por instituições ou especialistas e também subjetividades, ao serem apropriados e emitidos pelos sujeitos”, segundo a mesma autora (2007, p. 21).

Ella Shohat afirma que os discursos “são percebidos, consumidos e tem impacto material, político e cultural na vida das pessoas”. Para esta autora, nada escapa da mediação das representações, mas as representações, igualmente, “têm um impacto no mundo, em nossas identidades projetadas, em nossas identificações sociais e filiações culturais” (COSTA, 2001, p. 156). Os discursos dos jornais, uma vez lidos pelos leitores, poderiam fazer com que se posicionassem ao lado dos que lutavam contra as ditaduras, aderindo às organizações ou mesmo encontrando formas de denunciar aos organismos internacionais o que se passava nos órgãos de repressão, por exemplo.

Segundo Tânia De Luca, os “jornais [...] não são, no mais das vezes, obras solitárias, mas empreendimentos que reúnem um conjunto de indivíduos, o que os torna projetos coletivos, por agregarem pessoas em torno de ideias, crenças e valores que se pretende difundir a partir da palavra escrita” (2005, p. 139). É pertinente apontar, também, o que Eni Orlandi nos mostra: “se pensamos o discurso como efeito de sentidos entre locutores, temos de pensar a linguagem de uma maneira muito particular: aquela que impli-

ca considerá-la necessariamente em relação à constituição dos sujeitos e à produção dos sentidos” (1994, p. 53). E complementa que a história está imbricada neste processo, uma vez que ela dá ferramentas para que os signos sejam compartilhados com significados semelhantes entre quem emite informação e quem recebe. A autora aponta, ainda, que “o trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana” (2009, p. 15), porque a linguagem faz a mediação entre o ser humano e seu entorno social. Logo, é através dos discursos que o indivíduo expõe suas realidades, que por sua vez são resultado das experiências vivenciadas por ele durante sua trajetória de vida.

Nos anos fartos de incertezas e medos que antecederam o golpe civil-militar, os responsáveis pelo *Marcha* se esforçaram por denunciar as arbitrariedades dos governo e seus *tentáculos* repressivos. Ao analisar o jornal observei que grande parte de suas edições trouxeram informações sobre as violências que havia se tornado corriqueiras naquele país. Prisões ilegais, torturas, assassinatos no meio da rua, em universidades, maus tratos nas prisões, sequestros, repressão às manifestações populares. Existiam, ainda, as violências do cotidiano, perpetradas por governos que mal administravam o país: a fome, a escassez de alimentos, a saúde precária, a inflação, problemas que acentuaram ainda mais a precarização dos menos favorecidos.

Durante todo o período em que foi analisado o *Marcha*, mesmo tendo a circulação legalizada, serviu de porta-voz da resistência e oposição ao governo ao publicar anúncios e com frequência patrocinar debates entre professores e líderes políticos, com análises da conjuntura e dos fatos políticos, muitas vezes violentos, que ocorriam com grande frequência. Quando estes foram sequestrados e presos, o periódico realizou campanhas de denúncia bem frequentes, até que se localizasse o paradeiro deles ou até que fossem libertos. A tradição uruguaia de valorização da educação apareceu nas denúncias de violências que envolveram professores, nestes casos estes geralmente eram bem vistos, o que implicaria numa relações de poder desigual, ainda que imagéticas, em relação às pessoas que tinham profissões com menos prestígio. Em uma nota assinada por: “Liceo 1(?), profesores de la GPM”, intitulada “Libertad para Beatriz Cardozo”, vemos que o jornal destacou-a colocando um traço ao redor de toda extensão, formando um retângulo. O texto não destoava de outras denúncias escritas por colunistas fixos do jornal. A nota diz:

La profesora Beatriz Cardozo fue detenida en su casa el sábado 3 de setiembre a raíz de un procedimiento policial. El órgano represivo del “pachecato” tuvo a la compañera en la jefatura durante tres días incomunicada. Sólo al cabo de los mismos fue sometida a la jurisdicción militar, la que decretó su libertad por comprobarse su total desvinculación con los cargos imputados. Sin embargo, el Poder Ejecutivo sumó a la flagrante inconstitucionalidad y a la aberración jurídica de someter un civil a la jurisdicción militar, la internación bajo el régimen de Medidas Prontas de Seguridad en la Escuela “Carlos Nery” (1971b, p. 5).

Há que se fazer algumas considerações em relação à escrita deste texto além das já feitas acima. Primeiro, apesar de todas as irregularidades cometidas pelas autoridades policiais e todas as inconstitucionalidades do evento, o país estava em um estado de exceção que tolerava tais abusos. E por mais que pessoas engajadas contra o governo tivessem excelentes razões para fazê-lo, os órgãos repressivos estavam executando as ordens que o Executivo havia dado. Era a manutenção do Terror de Estado. Em segundo lugar, apesar de o texto conter: “comprobarse su total desvinculación con los cargos imputados”, sabemos que vários professores se envolveram nas lutas de oposição e resistência ao governo. Logo, ser professor/a não era sinônimo de isenção a esse respeito. É claro que em uma carta para ser publicada em um jornal não se colocaria que a professora tinha algum envolvimento, seria como assinar um testemunho contra ela. E o objetivo da denúncia era justamente o contrário, pedir por sua liberdade.

Em 30 de agosto de 1969, o jornal publicou fragmentos de um discurso do senador Michelini bem como as interrupções para falas de outras pessoas.⁴ Assim o político Bonavita fala sobre as prisões arbitrárias de mulheres:

Hay en las cárceles – en esa cárcel Carlos Nery, [...] un centro de martírio de mujeres – madres dignísimas, esposas dignísimas, profesoras, maestras, obreras, mujeres de este país nuestras hermanas, que no han cometido ningún delito infamante, que no son unas marginadas. Vuelvo a decir: son madres arrancadas del seno de sus familias y que permanecen presas desde hace días y días, semanas y semanas; madres de niños de corta edad, a las que se tienen encarceladas, sometiendo a las familias a la tortura de no saber cómo explicarles a los hijos dónde están sus madres (MARCHA, 1969b, p. 9).

Neste trecho do discurso podemos fazer algumas observações. Ainda que este texto não tenha sido escrito por colaboradores do Marcha, ele foi editado por pessoa(s) que escrevia(m) para o jornal. A utilização do adjetivo “dignísima” atribuído às mães e às esposas está em oposição às “mulheres marginadas”. Logo, vemos que esta fala classificou as mulheres entre dignas e marginais. Entretanto, seria legítimo martirizar as que estivessem às margens da sociedade? Estar à margem já não seria martírio suficiente? Quem seriam essas marginadas? Seriam homicidas? Ladrãs? Prostitutas? O que faria

4 Antes da fala do senador Bonavita há um intertítulo na matéria que dizia: “ódio a las mujeres”, provavelmente colocado por um redator do jornal, que traduzia o repúdio dos repressores à participação das mulheres nas lutas de oposição e resistência à ditadura enquanto abandonaram o lugar reservado à elas na sociedade, o espaço privado. É certo que é importante conhecer melhor o autor da fala como sua idade, posição econômica, escolaridade. Realizei várias pesquisas, no entanto, muito pouco soube acerca de Bonavita. Descobri que foi colega de Carlos Quijano no El País, no início das carreiras de jornalista de ambos e nasceu em 1903. Então, na época relatada devia ter mais de 65 anos. Mas o mais importante é que o jornal reproduziu as falas sem fazer nenhuma crítica, embora fizesse algumas críticas as diferenciações que se fazia entre salários de homens (maior) e de mulheres (menor) na mesma função e outras questões que por de falta de espaço não abordarei. Neste caso a idade avançada pode contar como autoridade, uma questão geracional. Sobre a idade de Bonavita, ver: Site do Sistema de Bibliotecas de Universidad ORT Uruguay. **Detalles de la obra**. Disponível em: <<http://bibliotecas.ort.edu.uy/bibid/69096>> acesso em: 08/07/2013.

das mulheres, citadas no discurso, digníssimas? O fato de serem mães? Serem esposas? Estarem no interior de famílias baseadas no ideal burguês? E ainda, a meu ver, nesta fala há a oposição entre as mulheres controladas pelos homens – dentro das famílias – e outras que talvez não estivessem sob este controle: ou não cumpriam o papel de esposa ou o de mãe. Por que o espanto aqui é exatamente este. Como prenderam tais mulheres digníssimas? A que ponto o Estado chegou? “Madres arrancadas del seno de sus familias”... Certamente havia um diálogo cúmplice com a sociedade a respeito de tais valores.

A maternidade também foi ressaltada no discurso citado acima. E na continuação: “[...] esas mujeres, muchas de ellas madres y otras en estado de gravidez – son pasibles de sanciones mucho más graves [...]”. É importante lembrar que a maternidade, para os ideais patriarcais, é o destino natural da mulher no “seio” da família e falar na maternidade prejudicada poderia causar revolta nos leitores contra o governo repressor. E a seguir o discurso traz:

[...] cuatro, ocho días arrancadas del seno de sus familias, martirizadas, sometidas sus familias a esa angustia tremenda de no saber cómo explicarle a un niño o a una niña de corta edad donde están sus madres. Porque yo me imagino lo tremendo que debe ser para un padre tener que decir a la hija o al hijo pequeño que la madre está presa, a pesar de que no ha cometido delito alguno, y mucho menos un delito infamante (Idem).

Nesta parte do discurso a preocupação era com a família e com o marido dessas mulheres. Como a ausência delas seria maléfica para os que ficaram para trás. Seria a estratégia mais eficaz para gerar alguma reação da sociedade contra o Estado repressor. Todavia, a última parte volta a tocar na questão do “não merecimento” da prisão e como isso dificultava contar aos filhos. Se essas mulheres fossem “criminosas” seria mais fácil explicar para os filhos pequenos que a mãe estava presa? Mas os estereótipos não param por aí. Logo em seguida:

Por supuesto que yo participo de la indignación que en todo hombre bien nacido tiene que provocar el atentado contra la libertad de los individuos, [...] pero pensaba que estos ciudadanos presos, que a estos hombres presos por lo menos todavía les queda el recurso de soñar que acaso algún día se presentará la oportunidad de un ajuste de cuentas. Pero a las mujeres no; ni esta oportunidad tiene; se les deja solas con su angustia, y esto no es un día, sino días y días, semanas y semanas (Idem).

Para encerrar a análise desse discurso este fragmento se mostrou bem oportuno. O autor da fala afirma que participa “de la indignación que en todo hombre bien nacido tiene”, o que ele queria dizer com ser bem nascido? Essa expressão pode aglutinar muitas possibilidades. Seria bem nascido alguém cuja família tem boas condições fi-

nanceiras e por isso possibilita aos filhos boa educação escolar? Ou seria alguém cuja família transmite aos filhos princípios éticos, ainda que não seja abonada? Talvez vários dos políticos que aprovaram as políticas repressoras do governo, contra as liberdades dos que o criticavam, estavam inclusos na primeira possibilidade. Todavia a parte mais significativa foi a última em que o senador afirmou pensar que pelo menos aos homens presos restava-lhes a possibilidade do “ajuste de contas” contra os que os perpetraram injustiças. Entretanto, às mulheres só restava o sofrimento e este poderia durar muito tempo. Numa alusão de que as mulheres são frágeis, não dadas às lutas, às resistências. Ideia que contrariava as razões pelas quais supostamente elas estariam presas.

O Brasil, possivelmente por seu tamanho e sua posição geográfica de proximidade em relação ao Uruguai, esteve presente em muitas edições do *Marcha*. Em 18 de setembro de 1970, o *Marcha*, através de seu colunista Paulo Schilling, jornalista brasileiro em exílio no Uruguai, trouxe uma matéria de quase uma página sob o título “Julião, el voto universal y las torturas”. O jornalista criticou Francisco Julião,⁵ advogado que foi atrelado às Ligas Camponesas no Nordeste brasileiro, ao afirmar que ele, no último pronunciamento publicado por este jornal, alguns números antes, mostrou-se “electoralista y avanza por caminos de la conciliación”, Schilling acrescentou, ainda, que Julião possuía desonestidade ideológica. A censura ao advogado terminou aí. Quando comecei a ler a reportagem me perguntei sobre a relação da presença de Julião com o documento transcrito logo abaixo. A resposta veio em seguida. O jornalista mostrou o “comportamento” conciliador de um ex-líder popular, que estava na contramão dos movimentos de oposição, enquanto tantos outros estavam presos, em uma demonstração de sacrifício. Lutavam de dentro dos presídios, ao resistir e denunciar as atrocidades que estavam sofrendo. O documento, segundo o autor da matéria, foi escrito por militantes da VAR-Palmares, por “[...] las victimas de um verdadeiro ‘festival de torturas’”.

Sobre a tortura praticada pela “[...] dirección del Departamento de Ordem Político y Social (DOPS) de Porto Alegre” o testemunho relata:

Los choques eléctricos en corriente continua hasta doscientos ochenta vatios se volvió un medio generalizado en la aplicación a cualquier persona detenida. Buscando las partes más sensibles del cuerpo (pies, manos, oídos, boca, órganos genitales), conforme consideran conveniente, también se puede prolongar horas y horas seguidas, en una secuencia de sesiones, por días. A todo le pusieron denominaciones: la sala se llama “fosa”, la máquina de choques la “Maricota”, [...] especificando los choques en los órganos genitales como sesión de muerte de los espermatozoides en su nacimiento”.

El uso de drogas para perturbar la consciencia también se efectuó en los compañeros Franki, Gustavo y Eliane. Mantuvieron a Eliane en interrogatorio

5 Sobre a biografia de Francisco Julião ver no SITE FGV/CPDOC.

durante 48 horas consecutivas, usando las más variadas formas de violencia y terror.

[...] luego de golpeada la víctima es arrojada contra la pared para herir los órganos genitales (SCHILLING, 1970, p. 22).

No extenso documento haviam intertítulos que juntos formavam uma frase: “la ditadura encarcela... tortura... y mata”, colocados pelo jornalista, para que fossem destacados os assuntos trazidos ali e assim chamasse a atenção do leitor. Sobre as torturas é interessante ressaltar alguns pontos do discurso.

Em primeiro lugar, é possível notar que há diferenciações entre as descrições das violências sofridas pelos homens e pelas mulheres. As torturas sofridas pelos homens foram mais detalhadas: “especificando los choques en los órganos genitales como sesión de muerte de los espermatozoides en su nacimiento”. Enquanto que sobre a mulher falaram que os torturadores usaram: “las más variadas formas de violencia y terror”. Fato comum na maioria das denúncias que envolveram violência contra mulheres: apenas generalizações. Temos algumas possibilidades de motivações para tais comportamentos: a carta ter sido escrita por homens, que tenham sofrido os choques nas genitálias, e que tenha ouvido relatos generalizados sobre as violências contra mulheres. Outra: que as mulheres não tenham revelado as violações pelas quais passaram e, assim como os homens, sofreram violências que perpassaram suas genitálias, sem a violação sexual com conjunção carnal, mas que não eram consideradas violências sexuais na época. No entanto, segundo Rafael Sansaviero, “en realidad ninguna tortura puede no ser sexual, en la medida que la sexualidad y el orden de géneros son constitutivos de la identidad de quienes padecen los suplicios” (2012, p. 56). E a socióloga argentina Elizabeth Jelin, afirma que:

En realidad, toda tortura involucra una violación al cuerpo sexuado de la persona. La desnudez desvergonzada, las prácticas de tortura sobre aquellas partes del cuerpo donde la sensibilidad es mayor – especialmente órganos sexuales y zonas erógenas – ya son en sí mismas actos de violación sexual. La cuestión es que en muchas ocasiones, se traspasó otro límite a través del abuso sexual genital. Y esto parece agregar algo que puede ser considerado cualitativamente diferente (2010).

E ainda, que se tivesse a intenção de poupar os que passaram por tais sevícias, uma vez que a sexualidade era, e ainda é, cercada de tabus, e evitar mais sofrimento. Em segundo lugar, o último trecho me deixou em dúvida quanto ao objetivo de ter sido colocado. Como se pode ferir as genitálias de alguém o jogando contra a parede? Seria uma alusão a violência sexual com penetração de algum objeto ou pênis, prensando a vítima contra a parede? Não tem como precisar. Embora alguns trechos da carta apresentados a seguir, deem pistas quanto à presença da violação sexual como modalidade de tortura.

Mais adiante, na mesma carta: “No faltarón las amenazas de estupro y de violación a compañeros de uno u outro sexo”. E ainda: “Al compañero Franki o suspendieron por los órganos genitales de una cuerda de nilón, por lo que tuvo que ser sometido a intervención quirúrgica”. Essa modalidade de tortura também foi citada por Jean Marc Von Der Weid, em 1971, por ocasião da entrevista concedida ao *Marcha*. Na ocasião ele disse:

Outra forma frecuente de tortura física es atar los órganos genitales del prisionero. [...] Cuelgan al prisionero em uma posición limite de equilibrio, de modo que sólo haciendo um gran esfuerzo consigue evitar que la soga le hale los órganos. Con el tiempo el prisionero pierde las fuerzas: es una forma de que él mismo se torture (BERMEJO, 1971, p. 16-17).

Sobre a notícia anterior, em relação aos relatos de violência sexual, parece-me que foram sendo aprofundadas as denúncias. Preparando os leitores para o que se pensava ser pior? Falou-se em choques nas genitálias, coisa comum a muitos presos, depois, sobre Eliane se fez generalizações. Logo após se fala em jogar o preso contra a parede para ferir as genitálias. Em seguida, as ameaças de violação contra homens e mulheres e por último a explicitação da tortura, com detalhes.

Ainda sobre o Brasil, destaco as denúncias de violências sexuais relatadas pelo estudante Jean Marc, na entrevista concedida ao *Marcha*. Além do amarrar com corda os órgãos genitais masculinos conforme mostrei acima, Jean Marc falou que os torturadores também estavam aplicando injeções de éter nos pênis dos torturados, prática que causava uma dor terrível (Idem). Quando foi perguntado se as mulheres recebiam as mesmas sevícias que os homens ele afirmou que sim, mas que elas sofriam ainda mais: “el agregado de sevicias, violaciones, todo lo imaginable. Es muy común hoy día que esto se haga también con religiosas, con monjas” (Idem). Essas denúncias comprovam que havia certo pudor em denunciar algumas violências sexuais, mesmo quando se tratava das torturas.

Outro documento publicado, em partes, por *Marcha* e que serviu para denunciar as violências sexuais aplicadas pelos agentes do Estado Uruguaio foi a nota enviada por advogados dos Tupamaros al comité Internacional de Juristas. Sob o título de “Defensa de los derechos Humanos”, em um dos itens apresentados na publicação. No número um, chamado de “Apremios físicos”, se lê: “Golpes (puñetazos o puntapiés) en las zonas más sensibles del cuerpo. Quemaduras con cigarrillos, corriente eléctrica (“picana”) en órganos genitales y otras partes del cuerpo [...]” (Idem), torturas mencionadas em outras notícias, que de forma semelhante, não deixou claro se se tratava de presos homens ou mulheres, todavia sabemos através de outras fontes que foi comum a ambos. O número dois e a primeira parte do terceiro já foram analisados no capítulo dois uma vez que tratava das torturas mais gerais. A segunda parte

do número três, “Apremios Morales” citou outras formas de tortura: “[...] despojo de toda vestimenta, incluso a jóvenes mujeres; ultrajes y vejaciones de diversa índole; [...]” (Idem) além do desnudamento, que já tratamos anteriormente. Nesta citação encontramos os termos “ultrajes” e “vejaciones”, que certamente indicam violências sexuais: as conjunções carnavais e outras várias formas de manuseio das genitálias, ânus e seios. Pois embora não estivesse especificado inferimos isso devido à consideração que se tinha de que as violências sexuais eram consideradas violências contra a moral bem como a presença desses termos em outras notícias analisadas que mostravam serem sevícias sexuais. Vimos aí que houve a intenção de não explicitar as violências sexuais contra as mulheres, fato que podemos observar sob alguns prismas: ter o objetivo de protegê-las da revitimização, evitar a estigmatização delas e de seus familiares, poupar seus companheiros de conviver – sob a moral vigente da época – com a incapacidade de proteger suas esposas, suas famílias e evitar o sentimento de derrota dos que lutavam contra o governo e evitar que as mulheres se desencorajassem a lutar contra as ditaduras.

Então, neste trabalho vimos que, apesar de o jornal ter um perfil progressista, as construções de gênero estiveram presentes, especialmente porque, em virtude da censura imposta pelo governo, foram transcritos fragmentos de discursos de políticos que nem sempre compartilhavam de todo o ideário progressista do jornal. Encontramos tanto nas cartas de leitores, como no caso da professora, que a nota indica não ter envolvimento nenhum com a subversão, quanto no discurso do político que, repleto de estereótipos, classificaram as mulheres em dignas ou marginais.

O periódico criticou, no caso do Uruguai, as prisões arbitrárias. Através de discursos de políticos mostrou o transtorno e sofrimentos pelos quais passava a família dessas mulheres, especialmente o esposo que teria que contar aos filhos que sua mãe estava presa, e para arrematar o discurso, afirmou que depois de toda a violência vivida pelos presos políticos, aos homens ainda restaria a vingança, às mulheres o sofrimento em silêncio, numa alusão à fragilidade e conformismo das mulheres que contrariava as motivações pelas quais foram presas.

Acerca das violências sexuais, as notícias sobre o Uruguai foram mais veladas. Utilizou-se termos como “ultrajes” e “vejaciones”, que permitem inferir que houve as violações, bem como se mencionou os choques nas partes mais sensíveis do corpo ou genitália. Já em relação ao Brasil, as matérias e entrevistas foram mais explícitas, embora tenha se falado pouco a respeito de tais formas de tortura. No geral, pouco se falou de violação sexual, no sentido de conjunção carnal, durante os períodos repressivos, antes ou durante as ditaduras. Segundo Lilián Celiberti, houve um silenciamento das formas específicas das violências sexuais na repressão no contexto da cultura política da esquerda nos anos setenta (2012, 13-23).

Referências

Fontes

- POR los presos políticos. **Marcha**. Montevideú. 13 jun. 1969. Cartas de los lectores, p. 3.
- IBAÑEZ, Roberto. La poesía de Sara de Ibañez. **Marcha**. Montevideú. 01 jun. 1973. Nº 1645. p. 30.
- AHARONIÁN, Coriún. Retrato de Violeta Parra por Ángel Parra. **Marcha**. Montevideú. 23 jul. 1971. Nº 1553. p. 27.
- LA protesta en la calle. **Marcha**. Montevideú. 14 jun. 1968. Capa.
- LA declaración de los industriales. **Marcha**. Montevideú. 19 may. 1972. p. 6.
- ?JUICIO político o cacería de brujas? **Marcha**. Montevideú. 15 jun. 1973. p. 9.
- LIBERTAD para Beatriz Cardozo. **Marcha**. Montevideú. 24 set. 1971. p. 5.
- DISCURSO del senador Micheline. **Marcha**. Montevideú. 30 jun. 1969. p. 9.
- SCHILLING, Paulo. Julião, el voto universal y las torturas. **Marcha**. Montevideú. 18 set. 1970. p. 22.
- BERMEJO, Ernesto González. Brasil: una cámara de torturas. **Marcha**. Montevideú. 09 jul. 1971. p. 16-17.

Referências bibliográficas

- CELIBERTI, Lilián. Desatar, desnudar... reanudar. In: BAICA, Soledad González; FERNÁNDEZ, Mariana Riso (Comp.). **Las Laurencias**. Montevideo: Trilce, 2012. p. 13-23.
- COSTA, Claudia de Lima; MALUF, Sônia. Feminismo fora do centro: entrevista com Ella Shohat. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 9, n. 1, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n1/8607.pdf>>. Acesso em: 03/05/2010.
- DE LUCA, Tânia Regina. A história dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 132-139.
- GILMAN, C. **Colaboración para el diccionario enciclopédico de la literatura Latinoamericana**. Biblioteca Ayacucho, Caracas. Disponível em: <[http://www.periodicas.edu.uy/Libros%20sobre%20pp/Gilman_C_El_semanario_Marcha_\(1939-1974\)_Articulo_para_el_Diccionario_Enciclopédico_de_las_letras_de_America_Latina_\(DEL_AL\)_Fundacion_Biblioteca_Ayacucho_Caracas_Monte_Avila_editores_latinoamericanos_1995.pdf](http://www.periodicas.edu.uy/Libros%20sobre%20pp/Gilman_C_El_semanario_Marcha_(1939-1974)_Articulo_para_el_Diccionario_Enciclopédico_de_las_letras_de_America_Latina_(DEL_AL)_Fundacion_Biblioteca_Ayacucho_Caracas_Monte_Avila_editores_latinoamericanos_1995.pdf)>. Acesso em: 04/06/2013.
- JELIN, Elizabeth. Dilemas del presente: los abusos sexuales como crímenes de lesa humanidad. **Crónicas de la utopía**. 2010. Disponível em: <<http://www.rebelion.org/docs/123453.pdf>>. Acesso em 2013.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 8. ed. Campinas, SP: Pontes, 2009. 100p.
- _____. Discurso, Imaginário Social e Conhecimento. **Em Aberto**. Brasília, ano 14, n. 61, jan./mar. 1994, 53-59p. Disponível em: <<http://www.emaberto.inep.gov.br/index.php/emaberto/article/view/911/817>>. Acesso em: 15 de setembro de 2010.

PADRÓS, Henrique Serra. Uruguai: o Pachecato e a escalada autoritária no final dos anos 60. In: Simpósio Nacional De História. 26, 2011, 16p. São Paulo. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/130_0628025_ARQUIVO_TEXTOENRIQUE-SERRAPADROS.pdf>. Acesso em: 06/05/2013.

PEDRO, Joana Maria. Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica. **História** [online]. 2005, vol.24, n.1, 77-98p. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/his/v24n1/a04v24n1.pdf>> Acesso em: 27/10/2010.

SANSAVIERO, Rafael. Soldaditos de plomo y muñequitas de trapo: los silencios sobre el abuso sexual en la tortura después que la tortura fue un sistema de gobierno. In: BAICA, Soledad González; FERNÁNDEZ, Mariana Risso (Comp.). **Las Laurencias**. Montevideo: Trilce, 2012. p. 53-70.

SITE FGV/CPDOC. **A trajetória política de João Goulart**. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/Jango/biografias/francisco_juliao> Acesso em 03/07/2013.

SITE FRENTE AMPLIO. Disponível em: <<http://www.frenteamplo.org.uy/>>. Acesso em 03/07/2013.

WOLFF, Cristina Scheibe. Feminismo e configurações de gênero na guerrilha: perspectivas comparativas no Cone Sul, 1968-1985. **Revista Brasileira de História**. Vol. 27, nº 54. 2007. 19-38p. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbh/v27n54/a03v2754.pdf>>. Acesso em: 25/05/2012.

Comunicação, cultura e resistência: as mídias populares como forma de empoderamento cidadão em organizações sociais¹

Morgani Guzzo²
Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira³

Resumo: Este trabalho tem como objetivo apresentar um breve panorama sobre a comunicação como forma de resistência e empoderamento, tratando a comunicação comunitária e popular nas iniciativas de organizações sociais do terceiro setor. Por tratar-se de uma pesquisa em andamento, o recorte desse artigo compreenderá algumas discussões a respeito do terceiro setor e das organizações não governamentais como auxiliadoras no processo de empoderamento cidadão, baseadas em ações de comunicação para divulgar e disseminar manifestações culturais, a formação de novas representações sociais e a valorização das identidades de grupos periféricos ou de minoria. A comunicação é usada também como forma de publicização de mensagens das minorias e de movimentos sociais e atua nos processos educacionais, via iniciativas de educomunicação. Assim, torna-se um instrumento usado na luta pela construção de novas formas de ver o mundo e de ser visto pelo Outro.

Palavras-Chave: Comunicação alternativa e popular; organizações não governamentais; cultura; identidade.

Introdução

Este recorte teórico-conceitual é parte de uma pesquisa maior, tendo como objeto de investigação a relação dos grupos minoritários organizados em entidades sem fins lucrativos do terceiro setor e o empoderamento de suas identidades, representações e culturas por meio da comunicação popular, comunitária ou alternativa.

1 Trabalho a ser apresentado no GT: História da Mídia Alternativa.

2 Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, mestranda da linha de pesquisa Texto, Memória e Cultura no Programa de Pós-Graduação em Letras da Unicentro/PR; bolsista CAPES. E-mail: <morganiguzzo@gmail.com>.

3 Orientadora da pesquisa. Pós-doutora em Ciência da Literatura (UFRJ) e doutora em Letras (Unesp-Assis), professora associada da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro/PR). E-mail: <nincia@unicentro.br>.

Dentre os objetivos deste trabalho, está o esforço em compreender conceitos de organizações do terceiro setor – entre elas as organizações não governamentais – e o desenvolvimento desse tipo de entidades no Brasil. Da mesma forma, busca-se relacionar o surgimento dessas entidades com a problemática da comunicação, a qual envolve a crítica às grandes corporações de comunicação e à mídia de massa e a formação de indivíduos capacitados a produzirem conteúdo para veiculação em sua própria comunidade.

O principal mote das entidades que desenvolvem comunicação alternativa, comunitária ou popular⁴ está em formar cidadãos mais críticos sobre as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação de massa, ao mesmo tempo em que são capacitados a produzirem seus próprios conteúdos, construindo novas representações sobre si e sobre o mundo a partir de suas próprias experiências e histórias compartilhadas pela comunidade.

Assim, trata-se de compreender o surgimento e as ações de entidades sem fins lucrativos que atuam no fortalecimento da resistência de um grupo social através de iniciativas de comunicação – seja gerando empoderamento de jovens de periferia, seja valorizando as culturas e manifestações locais de grupos marginalizados pela produção e difusão da cultura de massa. Nesse aspecto, é importante evidenciar o papel das novas ferramentas de comunicação online, como os blogs e as redes sociais gratuitas como forma de disseminar ainda mais os conteúdos produzidos pelas comunidades e entidades.

Organizações não governamentais e seu contexto de surgimento

As organizações do terceiro setor, entidades que buscam melhorar condições de vida de determinado grupo social e suprir carências que o Estado, em seu dever, não consegue resolver, estão presentes em todos os países. No Brasil, o desenvolvimento de organizações não governamentais (ONGs) ou entidades sem fins lucrativos teve diferentes características no período ditatorial e no pós-ditadura. Grande parte das ONGs e demais entidades se desenvolveram em conjunto com os movimentos sociais ou entidades religiosas e atua nos mais diversos campos, com objetivos e enfoques dos mais variados, desde meio ambiente, saúde pública, acessibilidade até a luta por direitos humanos, educação e dignidade.

De acordo com a pesquisadora Ilse Scherer-Warren (2006), essas entidades estão compreendidas dentro da sociedade civil e do terceiro setor. De maneira genérica, ela conceitua “sociedade civil” a partir da distinção feita na sociologia contemporânea, que

4 Há uma diferenciação entre as três. Como comunicação comunitária entendemos aquela que é realizada por membros da comunidade, por indivíduos muitas vezes sem formação específica em comunicação e geralmente sem remuneração. Referimo-nos à “comunicação alternativa” no sentido de comunicação independente, “livre”, desvinculada dos aparatos governamentais e empresariais de interesse comercial ou político conservador. Ao abordarmos as iniciativas populares, enquadraremos sua produção como parte da corrente de comunicação popular, alternativa e comunitária, segundo a definição de Peruzzo (2009).

relaciona Estado, mercado e sociedade civil. Apesar de constituir um campo composto por forças sociais heterogêneas (uma multiplicidade e diversidade de segmentos sociais) relacionadas à esfera da defesa da cidadania e na sua organização em torno de interesses públicos, a sociedade civil também estabelece relações e conflitos de poder, de disputas por hegemonia e de representações sociais e políticas, diversificadas e, muitas vezes, antagônicas.

Esse campo de disputa de poder compreende, também, o “terceiro setor”, termo empregado para denominar “organizações formais sem fins lucrativos e não governamentais com interesse público”. Embora a sociedade civil incorpore esse setor, ela também é constituída, segundo Scherer-Warren (2006, p. 110), pela participação cidadã em sentido mais amplo, ou seja, é a “[...] representação de vários níveis de como os interesses e os valores da cidadania se organizam em cada sociedade para encaminhamento de suas ações em prol de políticas sociais e públicas, protestos sociais, manifestações simbólicas e pressões políticas”.

Estão enquadradas no terceiro setor as organizações não governamentais (ONGs), as cooperativas, as associações, fundações, institutos, instituições filantrópicas, entidades de assistência social e, hoje em dia, também as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs).

As ONGs surgiram no Brasil através da formação de centros de educação popular, promoção social e de assessoria, compondo um conjunto de entidades e agentes especializados. De acordo com Aline Maria Batista Machado (2012), são inúmeros os conceitos que surgem para definir as organizações não governamentais. Devido à heterogeneidade entre elas e o caráter nem sempre não governamental, não assistencialista ou não lucrativo, não há consenso para essa definição. Portanto, segundo ela, opta-se por uma definição mais abrangente, que é aquela formulada pela Comissão Sobre Governança Global (1996):

As ONGs constituem um grupo diverso e multifacetado. Suas perspectivas e suas áreas de atuação podem ser locais, regionais ou globais. Algumas se dedicam a determinadas questões ou tarefas; outras são movidas pela ideologia. Algumas visam ao interesse público em geral; outras têm uma perspectiva mais estreita e particular. Tanto podem ser pequenas entidades comunitárias cujas verbas são escassas, como organizações de grande porte, bem dotadas de recursos humanos e financeiros. Algumas atuam individualmente; outras formaram redes para trocar informações e dividir tarefas, bem como ampliar seu impacto. (COMISSÃO SOBRE GOVERNANÇA GLOBAL *apud* MACHADO, 2012, p. 3487).

Já a Associação Brasileira das Organizações Não Governamentais (Abong), fundada em 1991, define as ONGs em seu estatuto, art. 2º, no qual declara:

[...] são consideradas Organizações Não Governamentais – ONGs, as entidades que, juridicamente constituídas sob a forma de fundação ou associação, todas sem fins lucrativos, notadamente autônomas e pluralistas, tenham compromisso com a construção de uma sociedade democrática, participativa e com o fortalecimento dos movimentos sociais de caráter democrático, condições estas, atestadas pelas suas trajetórias institucionais e pelos termos dos seus estatutos. (cf. <<http://www.abong.org.br>>. Acesso em 30/10/2013).

Segundo Maria da Glória Gohn (2003), as ONGs atuantes no Brasil podem ser divididas entre caritativas, desenvolvimentistas, cidadãs e ambientalistas. Dentre elas, as ONGs cidadãs nascem e crescem referidas ao campo das associações e dos movimentos sociais, demarcando seu papel como agente de democratização – característica, segundo ela, peculiar no Brasil e em alguns outros países da América Latina.

As ONGs cidadãs são] voltadas para a reivindicação dos direitos de cidadania, atuam no espaço urbano, tanto no campo popular como no não popular. No campo popular, constroem redes de solidariedade promovendo ou participando de programas e serviços sociais básicos e emergenciais. No campo não popular atuam junto a minorias discriminadas (na realidade trata-se de grandes conjuntos humanos ou categorias que em alguns locais representam a maioria da população, como as mulheres). [...] As ONGs cidadãs têm uma grande atuação junto aos canais de comunicação e em nível de políticas públicas, fornecendo subsídios para sua elaboração, fiscalizando-as ou fazendo denúncias quando ocorrem violações e omissões. [...] A grande arma das ONGs cidadãs são as campanhas educativas e denunciadoras da violação dos direitos sociais (GOHN, 2003, p. 14).

No entanto, assim como há entidades que buscam auxiliar os movimentos sociais e as minorias, há aquelas que têm como objetivo o mantimento do *status quo*. De acordo com Machado (2012), a expressão ONG (Organização Não Governamental) foi criada pela Organização das Nações Unidas na década de 1940 “[...] para designar entidades não oficiais que recebiam ajuda financeira de órgãos públicos para executar projetos de interesse social, dentro de uma filosofia de trabalho denominada desenvolvimento de comunidade” (MACHADO, 2012, p. 3488). No contexto desenvolvimentista, as ONGs surgiram na América Latina para “[...] contribuir com o desenvolvimento do sistema capitalista por meio do abrandamento das questões sociais advindas deste mesmo sistema”⁵ (MACHADO, 2012, p. 3490).

No Brasil, ainda segundo Machado (2012), as entidades que surgiram nas décadas de 1960 e 1970 ainda não se denominavam ONGs. É só a partir de 1980 que a adoção

5 Não aprofundaremos aqui a relação entre o surgimento das ONGs e a expansão do capitalismo. Para aprofundamento, ver MACHADO (2012).

do termo ocorre, conferindo às entidades uma identidade – por isso, há pesquisadores que considerem que as primeiras ONGs brasileiras só surgiram na década de 1980. Machado (2012) explica que o surgimento das ONGs no período de ditadura militar – em que já vigorava a estratégia desenvolvimentista da América Latina – explica o financiamento internacional de algumas delas.

Durante a ditadura, quando os movimentos sociais foram violentamente reprimidos por expressarem um novo modelo de ação social pautado na luta pela mudança no regime político brasileiro, também foram criadas ONGs que atuavam com serviços, assessorias ou apoio aos movimentos populares. Mais conhecidas como Centros Populares, essas organizações tinham como objetivo opor-se às injustiças sociais decorrentes daquela conjuntura.

Neste período também se evidenciou o desenvolvimento da comunicação alternativa que é representada em seu conjunto, segundo Cicília M. K. Peruzzo (2009), como uma contracomunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e das “comunidades” e que visava exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar a informação e o acesso da população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social. As diferenças entre a comunicação de massa e a alternativa, de acordo com Peruzzo (2009), são percebidas na direção político-ideológica, na proposta editorial, nos modos de organização (de base popular e coletiva) e nas estratégias de produção/ação (a comunicação alternativa era caracterizada por seu vínculo local, participação ativa, liberdade de expressão, uso mobilizador, etc.). No período ditatorial, devido ao grande risco de prisão e condenação política, censura e controle estatal a produção acontecia clandestinamente.

Com o fim da ditadura, ocorrem mudanças de caráter político e social no Brasil, como a criação e a ampliação de canais de participação política e conseqüente influência da sociedade civil nas ações públicas. A redemocratização do país e a volta das eleições diretas, juntamente com a Constituição de 1988, consolidaram e ampliaram os direitos civis e políticos dos cidadãos – ao menos na teoria. Nesse momento, começa a abertura dos caminhos para a afirmação das identidades das ONGs (que, até então, eram motivadas pela luta por direitos civis cerceados pela ditadura). As ONGs começam, então, a redefinir seu papel numa conjuntura de reorganização da sociedade civil, construindo discursos de autonomia diante do Estado, das Igrejas, dos movimentos populares, partidos e Universidades.

Machado (2012, p. 3494-3495) explica que as mudanças conjunturais fizeram com que as organizações não governamentais redefinissem seus discursos a partir de uma “conversão” de valores, passando da ideia de revolução (anos 1960) para a ideia de democracia (anos 1980). Esta mudança fez com que essas ONGs elaborassem uma crença de autonomia do indivíduo para a transformação social, que é vista de forma crítica pela autora.

[...] Assim, a visão de *empowerment* (empoderamento) é compartilhada: “levantar-se puxando os cordões dos próprios sapatos” e/ou “cada ser em si possui o dom de ser capaz e ser feliz” [...] A ideia de autonomia, de *empowerment* do indivíduo pode ser compreendida nesse contexto, em que são produzidas fantasias mobilizadoras que permitem o funcionamento das instituições, o ir “tocando em frente”. (LYRA *apud* MACHADO, 2012, p. 3494-5).

Se, num primeiro momento, as ONGs estão intrinsecamente ligadas aos movimentos sociais, a partir dessa nova conjuntura começa a haver uma ruptura desse vínculo. A autonomização política revela a submissão de ONGs aos seus órgãos financiadores – entre os quais, muitas vezes, o próprio Estado – tornando algumas delas meras prestadoras de serviços. Porém, considerando as características heterogêneas entre as ONGs, não é possível generalizar: ainda há aquelas que estão ligadas aos movimentos sociais, mas sua atuação em muito se diferencia da ação de militância dos movimentos.

Ao considerar as ONGs que, desde sua gênese, atuam em conjunto aos movimentos sociais, Machado (2012, p. 3497) chama a atenção para aquelas que prestam assessoria ou apoiam os movimentos por meio da Educação Popular na perspectiva freireana “[...] visto que passam a interferir diretamente nas opiniões e visões de mundo dos sujeitos sociais que recebem seus serviços, reproduzindo uma educação crítica, problematizadora, que segue na perspectiva emancipatória”. Nesse sentido, a autora esclarece que apesar de serem identificadas como cidadãs ou progressistas, por terem grande contribuição no estímulo à mobilização popular e “participação cidadã” e alcançado conquistas no âmbito de políticas públicas locais, há limitações enfrentadas por estas ONGs, principalmente por lutarem por mudanças pontuais e não estruturais; por não lutarem contra as raízes dos problemas sociais, o sistema capitalista, mas contra a estratégia atual desse sistema, o neoliberalismo, que as coloca numa posição reformista e não transformadora⁶.

Embora não aprofundemos a discussão sobre o caráter limitante das ações das ONGs para a transformação do sistema (em relação à sociedade capitalista), ao nos embasarmos nos conceitos de comunicação popular e nas práticas de resistência de grupos minoritários frente à homogeneização da cultura, de suas identidades e representações sociais evidenciaremos que há uma busca pelo caráter transformador das ações das ONGs, principalmente por meio da produção e da disseminação de conteúdos que pretendem que a comunidade se faça ouvir pelo restante da sociedade.

6 Machado (2012, p. 3498) critica e apresenta as limitações das ONGs envolvidas em sua pesquisa. Uma das críticas está na questão de estas organizações não governamentais estarem limitadas à “consciência comunitária” (o descobrir-se enquanto comunidade) ao invés de uma “consciência de classe” (o descobrir-se enquanto sujeito social de uma subalterna, que vive em condições de exploração e cominação na sociedade capitalista).

Organizações não governamentais e comunicação comunitária, popular e alternativa

Scherer-Warren (2006) subdivide a sociedade civil organizada em quatro níveis: associativismo local, formas de articulação interorganizacionais, mobilizações na esfera pública e, por fim, a rede de movimentos sociais. Ao compreender as associações civis, os movimentos comunitários e sujeitos sociais envolvidos com causas sociais ou culturais do cotidiano – ou voltados para estas bases, como são algumas organizações não governamentais –, o associativismo local é o primeiro nível de organização de sujeitos mobilizados em busca de mudanças sociais. A união e a busca por uma participação dentro de organizações nacionais, redes de movimentos sociais ou articulações interorganizacionais ampliam a visibilidade dessas organizações do terceiro setor e possibilitam, em nível mais alto, que mudanças sejam efetivadas.

Na sociedade das redes (para usar uma terminologia de Manuel Castells), o associativismo localizado (ONGs comunitárias e associações locais) ou setorizado (ONGs feministas, ecologistas, étnicas, e outras) ou, ainda, os movimentos sociais de base locais (de moradores, sem teto, sem terra etc.) percebem cada vez mais a necessidade de se articularem com outros grupos com a mesma identidade social ou política, a fim de ganhar visibilidade, produzir impacto na esfera pública e obter conquistas para a cidadania. (SCHERER-WARREN, 2006, p. 113-114).

Scherer-Warren (2006) argumenta que é no espaço das mobilizações de base local que se reafirmam e consolidam as identidades coletivas, reforçando o sentimento de pertencimento, os simbolismos das lutas e os projetos/utopias que são significação e longevidade aos movimentos, ou seja, é nesse espaço que o empoderamento político e simbólico das organizações de base local se constroem e se reconstroem de forma mais efetiva; é a partir dessas mobilizações que representações sociais são postas sob rasura e questionadas de forma crítica, e, a partir destes questionamentos que nascem frentes de luta para mudança social ligada às identidades de minorias, à memória coletiva de determinado grupo social e às representações da periferia, por exemplo. É o caso do Centro de Comunicação e Cultura Popular Olho da Rua, entidade sem fins lucrativos de Vila Velha-ES, que construiu, no período de 2007 a 2013 materiais jornalísticos questionando os estereótipos sobre a população jovem das comunidades da cidade e buscando transformar as representações sociais a respeito do negro, da mulher e da cultura de periferia por meio de revistas, documentários, programas de rádio, campanhas informativas e demais produtos realizados dentro dos princípios da comunicação popular e comunitária⁷.

De acordo com Scherer-Warren (2006), o ativismo social tem sofrido mudanças no período pós-ditatorial e com o desenvolvimento das novas mídias digitais e, dessa

7 Estudo a respeito dessa iniciativa foi feito por Guzzo (2013).

forma, tende a protagonizar um conjunto de ações orientadas aos mais excluídos, discriminados, carentes e dominados. Portanto, a nova militância dá lugar a ONGs que mesclam as três formas de atuação da divisão clássica – ‘*think tanks*’ (ou produtoras de conhecimento), ativistas (ou cidadãos) e prestadoras de serviço (ou de caridade) –, tendo em vista seus compromissos com o pró-ativismo no campo da democracia. (SCHERER-WARREN, 2006, p. 120-1).

O trabalho de mediação das ONGs e dos movimentos sociais é direcionado ao empoderamento dos sujeitos por meio de práticas sociais e pedagógicas que, segundo Scherer-Warren (2006, p. 122-3), podem ocorrer em três etapas: 1) atuar no sentido de resgatar a dignidade dos sujeitos socialmente excluídos, de resgatar positivamente suas raízes culturais, simbólicas, estéticas, etc., potencializando as iniciativas para enfrentar e resolver problemas sociais; 2) promover novas formas de ação coletiva junto às populações excluídas; potencializando os mecanismos de reconhecimento social, de solidariedade, de cooperação, de confiança, de reciprocidade, enfim, construindo uma nova ética para o social; e 3) associar-se a outras experiências empoderando-se, assim, na direção de uma rede de movimento social. Estas etapas constituiriam, de acordo com a pesquisadora, o trabalho de empoderamento democrático e de inclusão social das bases, possibilitados pelo combate à exclusão, luta por direitos, reconhecimento da diversidade dos sujeitos e pluralismo de ideias e promoção da democracia nos mecanismos de participação.

É possível identificar nas iniciativas de comunicação popular essas etapas de empoderamento. De acordo com o pesquisador e comunicólogo argentino Mario Kaplun (1996), a comunicação popular é uma comunicação pedagógica com a finalidade de possibilitar a participação da comunidade na produção e difusão de conteúdos e promover a problematização de sua realidade. Nesse sentido, cumpre ressaltar que, tanto a comunicação popular quanto a atuação das ONGs, desde sua gênese, está relacionada com a educação popular (desenvolvida nos pressupostos de Paulo Freire⁸). Com base nos estudos de Freire, Kaplun (1996) buscou definir o que seria uma comunicação participativa, com foco na pedagogia da comunicação, ou seja, na utilização da comunicação como forma de problematizar a realidade e de buscar soluções para os problemas encontrados na comunidade.

De acordo com Bona *et al.* (2007), o método de Kaplun de participação na formação de comunicadores-educadores populares atingiu 16 países da América Latina. Seu objetivo era, entre outros, formar cidadãos capazes de utilizar as ferramentas da comunicação – seja no campo, nas comunidades ou na educação de jovens, nos sindicatos, nas pastorais etc. – e estimular uma recepção e leitura crítica das mensagens dos meios

8 Paulo Freire é o autor do livro *Pedagogia do Oprimido*. Suas pesquisas objetivam criar um método de comunicação participante, que desperte o educando para a aprendizagem compartilhada e o torne consciente e atuante para a transformação de sua realidade. Kaplun cita Freire ao desenvolver seu conceito de “educação comunicante”: “La educación es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformar”. (Freire apud Kaplun, 1996, p. 51).

de comunicação. Portanto, Kaplun concebia os meios de comunicação como instrumentos de educação popular e fomentadores de um processo educativo transformador. Em seu livro “El Comunicador Popular”, Kaplun (1996) explica que há duas concepções de “comunicação” e que antes de qualquer coisa, é preciso definir com qual conceito se trabalha para evidenciar em qual sociedade se vive. Segundo ele, com o surgimento dos meios de comunicação de massa, a concepção de comunicação como ato de informar, transmitir, emitir informações e mensagens tornou-se predominante. “A forma de operar dos meios se converteu em modelo referencial, em paradigma de comunicação. Para estudá-los, se construiu toda uma ‘teoria da comunicação’, que se centrava exclusivamente na transmissão de sinais e mensagens” (KAPLUN, 1996, p. 65, tradução nossa)⁹. Esta concepção, segundo ele, reflete uma sociedade hierarquizada e autoritária, concebida a partir do poder. A concepção correta de “comunicação” para ele é aquela derivada de comunidade, de comunhão, que expressava algo que se compartilha: que se tem ou se vive em comum. Nesta comunicação entendida como diálogo, reciprocidade, tem-se uma sociedade democrática.

É baseada neste princípio de comunicação que as organizações e entidades realizam trabalhos de produção de conteúdos pela comunidade. O compromisso dessas iniciativas é em construir uma sociedade mais participativa e democrática a partir do fortalecimento das lutas sociais e do empoderamento das minorias, aspecto que caracteriza esse tipo de iniciativa dentro do que Gohn (2003) definiu como ONGs “cidadãs”.

Quanto às iniciativas de comunicação ligadas à sociedade civil, Gohn (2010) argumenta que devido à importância dos meios de comunicação na sociedade, setores da sociedade civil organizada começam a despertar para a necessidade de organizações ao redor dessa temática, especialmente a mídia escrita e audiovisual, a exemplo da TV e da internet. Os espaços comunicacionais também são estratégicos para os movimentos sociais e demais entidades como forma de publicizar suas demandas.

[...] As rádios livres ou comunitárias (Cf. LEAL, 2007) também se destacam nesta área, como uma das formas de viabilizar processos de pressão de suas demandas, além de formas de expressão cultural que utilizam várias mídias independentes, como o grafite, o teatro de rua, e a convocação de atos instantâneos de protesto, via blogs da internet. (Gohn, 2010, p. 149).

Peruzzo (2004) argumenta que a comunicação possui um papel fundamental de conhecimento e informação sobre o mundo nesse contexto globalizante, mas também tem um papel na (re)interpretação dos fatos e na (de)formação do imaginário coletivo e na influência nos processos eleitorais. A manipulação dos meios nas mãos de poucos e grandes grupos, segundo ela, tem causado prejuízos para o processo efetivo de

9 “La forma de operar de estos medios se convirtió en modelo referencial, en paradigma de comunicación. Para estudiarlos, se construyó toda una ‘teoría de la comunicación’, que se centraba exclusivamente en la transmisión de señales y mensajes” (KAPLUN, 1996, p. 65)

democratização. Na linha de resistência, a pesquisadora identifica grupos e entidades que têm procurado oferecer alternativas válidas em muitos países, inclusive na América Latina. Os movimentos populares, em virtude de sua atuação crescente e do papel que representam na redemocratização política, estão dando maior importância aos meios e buscando maior participação neles. Para Peruzzo (2004), devido às dificuldades – comercial, monopólio etc. –, tornou-se imperioso buscar um novo contexto de ação que está se ampliando: a comunicação popular, “[...] gestada no interior da organização dos movimentos sociais populares nos anos setenta e oitenta”.

Estes [mecanismos de comunicação popular e comunitária] constituem-se com mais desenvoltura na fase de declínio do regime militar autoritário, no contexto de uma sociedade civil inconformada com as condições sociais, políticas e econômicas vigentes no Brasil. Com isso, num momento importante de nossa história, novos personagens ajudam a compor a dinâmica social e a remodelar valores. (PERUZZO, 2004, p. 21).

Na busca por legitimação de suas práticas e modos de produção cultural comunitárias, ONGs utilizam a comunicação também como formação cidadã, aliada à questão educacional. Numa busca rápida pelas iniciativas, encontramos como exemplos a Auçuba – Comunicação e Educação¹⁰, de Recife-PE, a Catavento e a Comunicação e Cultura¹¹, ambas de Fortaleza-CE.

A Catavento Comunicação e Educação¹², por exemplo, surgiu em 1991 a partir de um programa da Rádio Universitária FM sobre educação ambiental e em 1995 se tornou ONG focada na comunicação e na educação como estratégia para o desenvolvimento humano. De acordo com o site da entidade, a estratégia de mobilização social, compreensão e transformação de realidades estão ancoradas na sua aproximação com processos educativos. Formada majoritariamente por estudantes e profissionais da área de comunicação e pedagogia, a ONG tem como missão a democratização da produção e do acesso ao conhecimento.

Através dos projetos elaborados e desenvolvidos pela equipe do Catavento, busca-se democratizar e ampliar a compreensão sobre as diversas formas de comunicação, promover a troca de saberes entre diferentes culturas e sensibilizar os profissionais para a dimensão educativa dos processos comunicacionais e a dimensão comunicativa dos processos educativos. Conceitos como ecologia, desenvolvimento sustentável, protagonismo juvenil, gênero e geração são abordados de forma transversal no cotidiano da entidade. (Disponível em: <<http://www.catavento.org.br/conteudo.php?codigo=10>>. Acesso em 12/02/2014.

10 <<http://www.aucuba.org.br/portal/>>.

11 <<http://www.comcultura.org.br/>>.

12 <<http://www.catavento.org.br/index.php>>.

A atuação de ONGs como a Catavento convergem com a teoria desenvolvida por Kaplun (1996) sobre a pedagogia da comunicação, a comunicação popular e o processo democrático que envolve a comunicação e a educação. Os projetos da Catavento envolvem geralmente o rádio (seja rádio-escola, rádio comunitária ou capacitação de radielistas e emissoras para um olhar diferenciado sobre algum tema). Um deles é o Pontão de Cultura “Rede Boca no Trombone – a cultura do semiárido brasileiro navegando nas ondas do rádio”, que nada mais é que a articulação de Pontos de Cultura do Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte e Paraíba, que vinculam produtores culturais que participam de oficinas realizadas pela ONG e integram a produção do programa sugerindo pautas. O objetivo é a formação da “Rede de Correspondentes Cultura Viva”, que vai difundir as manifestações culturais do semiárido em programas de rádio disponibilizados na web-rádio do Ministério da Cultura e no site da Ong Catavento. Outros projetos são: “Catadores de sonhos: o rádio educativo na construção da cidadania ambiental”, o “Cordel do Rádio Encantado”, “Eu Prometo Já Morreu”, “Dois dedos de prosa – o rádio na valorização da cultura oral do povo do semiárido”, o “Segura essa onda” entre outros. De acordo com a entidade, a ideia é utilizar o rádio para ampliar o espaço e as possibilidades de diálogo e participação política de jovens, crianças e educadores.

Já a ONG Comunicação e Cultura, fundada em 1988 tem como missão atuar em escolas, principalmente públicas, visando promover a formação cidadã de crianças e adolescentes e contribuir para a qualidade do ensino por meio de sua atuação nas áreas de educomunicação e produção de jornais escolares, estudantis e juvenis, conscientização a respeito da publicidade que tem a infância como alvo e defesa do meio ambiente. De acordo com o site da ONG, a instituição é declarada de Utilidade Pública Municipal, Estadual e Federal, estando inscrita no Conselho Nacional de Serviço Social. Entre os programas que a entidade desenvolve, estão, o Primeiras Letras (que apoia a publicação de jornais com textos e desenhos dos alunos do ensino fundamental, com edição dos professores), o Fala Escola (publicação de jornais dos alunos dos anos finais do ensino fundamental) e o Clube do Jornal (que viabiliza a publicação de jornais de autonomia dos adolescentes do ensino médio).

Em uma rápida análise das iniciativas citadas acima, evidencia-se a instrumentalização da comunicação em parceria com o processo educacional. Dessa forma, além de publicizar conteúdos de produção popular ou comunitária, os projetos dessas ONGs visam a formação cidadã de estudantes de escolas públicas, principalmente crianças e jovens, pensando possivelmente em auxiliar no desenvolvimento de futuros adultos com mais poder de ação, de reflexão e de transformação de suas realidades.

Conclusão

Dentre as inúmeras ONGs que ainda partilham da luta por direitos (civis, políticos, socioeconômicos, culturais, ambientais), aquelas que têm como enfoque o direito à comu-

nicação – independente de sua ligação com movimentos sociais – geralmente envolvem ações mais amplas, como o desenvolvimento da cultura, das identidades (de raça, gênero, etnia etc.) e educação para a cidadania, o que está ligado à primeira etapa do processo mencionado por Scherer-Warren (2006) de resgate da dignidade dos sujeitos excluídos.

A construção e de meios e mensagens alternativos é importante também no sentido de promover e divulgar percepções diferenciadas sobre o mundo – alternativas àquelas que veiculam nos meios de comunicação de massa. Além disso, há o objetivo de fazer com que movimentos sociais ou demais iniciativas da sociedade civil tenham maior repercussão, alcancem públicos externos e cheguem a outras comunidades e categorias profissionais, ganhando maior notoriedade perante a sociedade em geral.

Há ainda as iniciativas que veem na comunicação um instrumento de educação para a cidadania, muitas vezes ligado ao processo educacional de escolas de ensino fundamental e médio, principalmente públicas. A formação de alunos que produzem seus próprios conteúdos é importante inclusive no sentido de estimular a reflexão a respeito das mensagens dos meios de comunicação hegemônicos consumidas diariamente, seja nos jornais ou na publicidade.

Por esses aspectos, a comunicação, que se faz cada vez mais necessária em ONGs, torna-se também o objetivo final das ações das próprias ONGs evidenciando a busca pela concretização de um objetivo maior, que é intervir na realidade, transformar mentalidades e formar cidadãos empoderados.

Referências bibliográficas

BONA, Nívea, CONTEÇOTE, Marcelo Luís & COSTA, Laílton. **Kaplún e a Comunicação Popular**. Anuário Unesco, Metodista de Comunicação Regional, Ano 11, n.11, 169-185, jan/dez 2007.

GOHN, Maria da Glória Marcondes. 2003. **Os Sem-Terra, ONGs e Cidadania**: a sociedade civil brasileira na era da globalização. 3. ed. São Paulo: Cortez.

GUZZO, M. Olho da Rua: estratégias de produção midiática comunitária para educação e preservação da memória e da cultura coletiva. In: IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã – IX Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã, 2013, Curitiba/PR. Anais Mídia Cidadã 2013. Curitiba: UFPR, 2013. p. 01-15.

KAPLUN, M. 1996. **El comunicador popular**. Buenos Aires: Editorial Lumen-Hvmanitas.

PERUZZO, C. M. K. 2004. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.

PERUZZO, C. M. K. 2009. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, 17; 131-146. SCHERER-WARREN, I. 2006. Das mobilizações às redes de movimentos sociais. *Sociedade e Estado*, 21(1); 109-130.

Periódicos literários: Jornalismo Cultural e Alternativo no Paraná¹

Rafael Schoenherr²
André Packer³
Karina Janz Woitowicz⁴

Resumo: O artigo pretende levantar um mapa do jornalismo cultural no Paraná – com foco em periódicos literários – analisando os jornais e revistas Rascunho, Relevo, Cândido, Escrita, Jandique e Helena. Os levantamentos pretendem mostrar características desses veículos e seus modos de funcionamento, assim como suas respectivas linhas editoriais. Por fim, tentamos mostrar como esses veículos se enquadram no jornalismo alternativo, uma vez que mantém em suas políticas editoriais um perfil que foge da lógica estritamente comercial na produção de conteúdos voltados ao campo cultural.

Palavras-chave: Mídia alternativa; Jornalismo cultural; Periódicos Literários; Jornalismo paranaense.

Introdução

As estatísticas da Câmara Brasileira do Livro (CBL) apontam um aumento de produção de livros de 23% do ano de 2009 para 2010 no Brasil. Na mesma perspectiva, o número de livros vendidos cresceu 13,12%. Por outro lado, em julho de 2013 a Editora Abril anunciou o fim da Revista Bravo e, em abril do mesmo ano, *o Estado de S. Paulo* encerrou com o caderno semanal de cultura, o Sabático. A partir desse contraste entre o fim de duas grandes produções no campo cultural e o aumento da venda de livros, feiras

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, doutorando em Geografia (Gestão de Território: Sociedade e Natureza), pesquisador do Grupo de Pesquisa Jornalismo Cultural e Folkcomunicação. E-mail: <rafaelschoenherr@gmail.com>.
 - 3 Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), bolsista PIBIC/PIBIC/Araucária, pesquisador do Grupo de Pesquisa Jornalismo Cultural e Folkcomunicação da UEPG. E-mail: <andre_packer_pr@hotmail.com>.
 - 4 Professora Dra. do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), coordenadora do Grupo de Pesquisa Jornalismo Cultural e Folkcomunicação da UEPG. E-mail: <karinajw@gmail.com>.

de livros e atividades do gênero, começamos a discussão sobre o espaço do jornalismo cultural atualmente.

O jornalismo cultural surge, segundo pesquisas de Peter Burke (2004), no final do século XVII, com os primeiros impressos em 1665 e 1684. “Ambos faziam cobertura das obras literárias e artísticas, além de relatarem as novidades sociais” (ANCHIETA, 2009). No Brasil, o jornalismo cultural chegaria atrasado, apenas no século XIX, com Machado de Assis e José Veríssimo. Ou seja, a trajetória do jornalismo cultural está associada ao espaço literário dos jornais, que se popularizam no formato de folhetim.

O jornalismo cultural, do modo como se conhece a partir das mudanças editoriais que marcaram a segunda metade do século XX no Brasil, foi constituindo ao longo da sua trajetória um modo próprio de “construir” a cena pública, divulgando eventos e ações do campo cultural, ainda que com restrições e vícios em sua cobertura. Alguns autores da área apontam, inclusive, para uma banalização do jornalismo cultural. “Às vezes um escritor leva 10 anos para terminar um romance, com o maior cuidado e carinho, e então chega um crítico e destrói todo aquele trabalho com algumas poucas horas de leitura apressada, estressada por um deadline apertado sempre presente” (MOCARZEL, 2000).

Nesse contexto, aparecem os periódicos literários que conseguem inverter a lógica de crítica apressada e notas de divulgação, apostando em periodicidades diferenciadas e promovendo uma leitura especializada da produção cultural em suas edições mensais ou bimestrais. No Paraná, mais precisamente em Curitiba, as publicações literárias começam em 1895, com a “Cenáculo”, e em 1897, com a “Galáxia” (CAZES, 2014). Após isso, em 1946, Dalton Trevisan cria a “Joaquim” e, na década de 1990, Wilson Bueno comanda o “Nicolau”. Os dois últimos citados aparecem frequentemente como os maiores marcos do jornalismo cultural no Paraná.

Hoje, apenas Curitiba conta com seis periódicos literários. Além das revistas e jornais espalhados por outros cantos do Paraná, como a Escrita e a Coyote. O escritor Cristóvão Tezza justifica o alto número de periódicos em entrevista para ‘O Globo’: “A clássica introspecção curitibana, a atmosfera solitária e vagamente hostil (segundo os que nos visitam), uma certa tradição satírica e ferina, uma obsessão formal, a referência poderosa de Dalton Trevisan (do ponto de vista literário e existencial), tudo isso nos marcou muito”. Tese reforçada pelo também escritor Luís Henrique Pellanda: “O curitibano não é um cara expansivo corporalmente, mesmo o Leminski não era. Não dançamos, não temos festas populares nas ruas. O clima sempre nos manteve dentro de casa. A maneira mais fácil de um jovem se expressar é escrevendo”.

Com base nessa reflexão sobre o jornalismo cultural e os periódicos literários, apresentamos no presente artigo elementos que caracterizam os jornais e revistas mensais Rascunho, Relevô, Cândido, e as trimestrais Helena e Jandique.

Além da reflexão sobre o jornalismo cultural, pretende-se relacionar os veículos com o jornalismo alternativo, visto que os periódicos citados fogem, em alguma me-

dida, da forma de produção hegemônica: “[...] a imprensa alternativa, salvo exceções, adota uma posição que buscará defender em nome de uma ideologia e, geralmente, na contramão do que a grande imprensa está fazendo” (VIGAR, 2013). No jornalismo cultural, entende-se que também é possível pensar em lógicas diferenciadas de produção, em que o posicionamento frente à realidade revela-se como marca do discurso dos veículos.

O espaço do jornalismo cultural na mídia paranaense

Antes de apresentar os resultados obtidos por meio de análise dos veículos, torna-se pertinente trazer uma pequena explicação sobre o histórico e funcionamento de cada um dos sete periódicos analisados. O *Cândido* surge em Agosto de 2011 como o *Jornal da Biblioteca Pública do Paraná* e possui tiragem de 10 mil exemplares. O periódico informa sobre projetos da biblioteca, traz reportagens sobre o mercado editorial, entrevistas, contos, poemas, crônicas e trechos de romances. O jornal possui 40 páginas e funciona com distribuição gratuita. Tem como característica principal ser financiado pelo Governo do Estado.

O *Rascunho* foi criado pelo jornalista Rogério Pereira em 8 de abril de 2000. O jornal publica resenhas, ensaios, entrevistas, textos de ficção e ilustrações, e possui a tiragem de 5 mil exemplares. O *Rascunho* é distribuído em todo o Brasil por assinatura (R\$ 80,00), além da circulação gratuita em instituições, espaços culturais e bibliotecas de todo país. O jornal é filiado à *Gazeta do Povo*.

O *Relevo* foi criado em setembro de 2010 por Daniel Zanella. Traz como proposta editorial a crônica e a poesia, tem 20 páginas, e tem distribuição gratuita e por assinatura (R\$ 50,00). A tiragem é de 2 mil exemplares e o jornal é sustentado pelo corpo de anunciantes e por assinaturas. O *Relevo* funciona com quatro funcionários, sendo que um é jornalista – todos sem remuneração.

A revista *Helena* foi lançada em outubro de 2012 pela Secretaria de Estado da Cultura. A revista não tem um número de páginas fixo, variando entre 75 até 116 e a atual tiragem é de 5 mil exemplares.

A revista *Escrita* é a publicação da associação *Guatá* e tem sua sede em Foz do Iguaçu. O periódico tem 30 páginas e tiragem de 2 mil exemplares. A revista *Jandique* foi criada em fevereiro de 2013 e é uma publicação trimestral. O periódico tem entre 55 e 60 páginas e procura publicar textos inéditos de escritores curitibanos. A mais nova é a revista *Mapa*, que surge em novembro/dezembro de 2013. A revista é gratuita e conta com 60 páginas.

Foram selecionadas para análise três edições dos periódicos citados (com exceção da *Mapa*, que publicou apenas uma edição até o momento), que compreendem o período de 2012 a 2013, com base em critérios técnicos e editoriais descritos a seguir.

Aspectos metodológicos para o estudo do jornalismo cultural

O principal foco da pesquisa é diferenciar as revistas quanto aos seus enfoques, com isso foi necessária a divisão dos gêneros literários, para assim entender mais sobre o funcionamento de cada periódico e compreender a linha editorial de cada veículo. A seleção dos materiais a serem analisados foi de acordo com o acesso às edições impressas, que teve como momento de coleta o período compreendido entre 2012 e 2013.

A análise partiu da identificação de 14 gêneros, entre literários e jornalísticos, referentes aos formatos predominantes nas publicações: Poesia, Perfil, Matéria Jornalística, Reportagem, Entrevista, Ensaio, Conto, Crítica, Quadrinhos, Trechos de livros, Charge, Artigo, Ensaio Fotográfico e Crônica. A partir disso, decidiu-se classificar cada gênero de acordo com palavras-chave que integram um quadro comum de referências na área da cultura. Optou-se por essa forma para não entrar em discussão de teoria literária – pois não é este o objeto do trabalho. Com isso, os textos que direcionam os conceitos são:

Poesia: Arte de escrever em verso; Composição poética pouco extensa;

Perfil: Pequeno escrito em que se salientam os traços característicos de uma pessoa;

Matéria Jornalística: Texto ou original; Notícia ou artigo, com inserção num jornal ou revista;

Reportagem: Ato de adquirir informações para os periódicos; Noticiário desenvolvido sobre algum assunto;

Entrevista: Ação de entrevistar; Impressões dadas, ou palestra concedida a jornalista para publicação;

Ensaio: Apresentação de um assunto filosófico, científico, histórico ou de teoria literária, que se caracteriza pela visão de síntese e tratamento crítico;

Conto: Narração falada ou escrita; História ou historieta imaginada;

Crítica: Arte ou faculdade de julgar o mérito das obras científicas, literárias e artísticas; Juízo fundamentado acerca de obra científica, literária ou artística;

Quadrinhos: História em quadrinhos;

Trechos de livros: **Trecho**. Fragmento de uma obra musical, literária ou artística; excerto, extrato;

Charge: Caricatura;

Crônica: Narração histórica, pela ordem do tempo em que se deram os fatos; Seção ou artigo especial sobre arte, literatura, assuntos científicos, esporte, notas sociais, humor etc., em jornal ou outro periódico, geralmente refletindo ideias e tendências pessoais do autor.

Artigo: Escrito de certa extensão que se publica em jornal, revista, etc.

Ensaio fotográfico: Série de fotos com unidade temática. Quando as fotos contam uma história.

As aproximações para os conceitos foram apropriadas para desenvolver tabelas que pudessem ajudar a entender como está configurado o jornalismo cultural no Paraná atualmente, com base nos principais formatos editoriais.

Além da análise dos gêneros literários, foram consultados para o artigo outros elementos pertinentes ao tema. O número de colaboradores, o número de ilustrações e fotos, uma breve análise das capas e o número de menções a produtos culturais também se mostraram relevantes, pois acreditamos serem esses pontos chaves no atual jornalismo cultural. No caso dos periódicos literários, a lógica de contribuição (com os colaboradores) e as menções a lançamentos do campo cultural são parte chave para entender o atual panorama dos veículos.

O perfil dos veículos culturais: forma e conteúdo

Nesta etapa do artigo, serão apresentados pontualmente elementos extraídos da análise e sistematização das edições dos veículos de jornalismo cultural no Paraná que integram o corpus da pesquisa, de modo a indicar o perfil das publicações.

O jornal Rascunho é o mais antigo dentre os citados, pois começou em abril de 2000. Nesse veículo foram analisadas as edições de Novembro de 2012, Abril de 2013 e Outubro de 2013. As capas do jornal mantiveram um padrão de possuir três chamadas. Dentre as capas, 2 são compostas por ilustrações e uma é dividida entre ilustração e foto.

Quanto às menções a produtos culturais, o Rascunho mostrou-se um importante veículo na veiculação das críticas literárias, pois em 2 edições fez 20 menções aos produtos culturais – em grande parte livros – e na outra edição há 15 menções aos produtos.

O número de colaboradores variou nas três edições, indo de 15 colaboradores para 19 e, na edição de novembro de 2013, contou com 22 pessoas enviando textos. Além disso, nesse veículo as fotos foram mais recorrentes que as ilustrações com 10 ilustrações e 13 fotos, 7 ilustrações e 11 fotos e 9 ilustrações e 12 fotos. Aqui já se percebe uma característica recorrente nos periódicos literários que é o grande uso de ilustrações nas páginas internas e na capa. Foram encontrados nesse veículo a variação de 9 gêneros literários, sendo predominante a poesia, conforme segue:

Tabela 1: Gêneros no jornal Rascunho

GÊNEROS	Ed. Novembro de 2013	Ed. Abril de 2013	Ed. Outubro de 2012
Poesia	20	1	2
Matéria Jornalística	1		1
Reportagem			1
Entrevista	2	1	3
Ensaio	6	5	6
Conto	5	6	4
Crítica	12	10	6
Quadrinhos	2	1	1
Trechos de livro			4

Quanto ao jornal *Cândido*, da Biblioteca Pública do Paraná (BPP), foram analisadas as edições de julho de 2012, dezembro de 2012 e julho de 2013. As capas foram todas compostas por ilustrações e as manchetes tratam de temas amplos, como discutir o “lugar” da poesia.

As equipes de colaboradores variaram de 19, 14 e 15 pessoas enviando textos. As menções aos produtos culturais apareceram 3 vezes em 2 edições e 13 vezes na edição de dezembro de 2012. As ilustrações foram utilizadas 11, 11 e 6 vezes, enquanto a fotografia apareceu 24, 12 e 25 vezes.

Quanto aos gêneros literários, o *Cândido* se mostrou um jornal com um formato mais regular. Com pouca variação dentro dos gêneros, manteve-se praticamente com a mesma estrutura, abrindo espaço para conteúdos em forma de poesia, conto, matéria jornalística e outros que apareceram em menor quantidade, conforme se verifica abaixo.

Tabela 2: Gêneros no jornal *Cândido*

GÊNEROS	Ed. Julho de 2012	Ed. Dezembro de 2012	Ed. Julho de 2013
Poesia	6	1	1
Perfil	3	2	2
Matéria Jornalística	4	4	1
Reportagem		2	2
Entrevista	2	2	2
Ensaio	2	1	1
Conto	2	6	2
Crítica			1

O *Jornal Relevo* mostra-se uma iniciativa modesta, com o único intuito de divulgar escritores paranaenses. Em 2013, Daniel Zanella, criador do *Relevo*, afirmou sobre o jornal em entrevista: “Tudo o que entra é utilizado para pagar as contas do jornal. Nosso prejuízo no mês passado foi de R\$ 30”. As edições analisadas foram de fevereiro de 2012, janeiro de 2013 e outubro de 2013.

Dentre as capas analisadas, duas são ilustrações abstratas e a de outubro de 2013 uma ilustração representando a Festa Literária do Colégio Medianeira. No caso do *Relevo*, as ilustrações aparecem mais vezes que as fotos, sendo utilizadas 4, 8 e 5 vezes. Enquanto as fotos aparecem 1, 6 e nenhuma vez nas edições analisadas.

A lógica de contribuição contou com 11, 23 e 15 colaboradores. Como o *Relevo* um jornal mantido com o único intuito de divulgar as obras de autores paranaenses, não há menções a produtos culturais. Apenas a divulgação de trabalhos e a ênfase no gênero poesia, como se confere na tabela abaixo:

A revista *Escrita*, de Foz do Iguaçu, traz uma característica interessante que é a utilização de dois idiomas no veículo. Foram analisadas as edições de Maio de 2012, Junho

de 2012 e Outubro de 2012, e foram encontradas 6 poesias e 2 contos em espanhol. A Guatá foi o único periódico analisado em que são utilizadas fotos em todas as capas. Os retratos não tem conexão com o conteúdo interno da revista e, já na capa, a revista traz o nome de todos os colaboradores (26, 25 e 30, respectivamente).

Tabela 3: Gêneros no jornal Relevo

GÊNEROS	Ed. Fevereiro de 2013	Ed. Janeiro de 2013	Ed. Outubro de 2012
Poesia	8	14	10
Conto	6	8	4
Quadrinhos			3
Charge	1		1
Crônica	1	2	

As menções aos produtos culturais aparecem apenas duas vezes, em artigos como forma de citação, ao contrário da forma que aparece nos demais veículos. As fotos aparecem dez vezes em duas edições e 13 vezes na outra, enquanto as ilustrações aparecem 4 vezes em duas edições e 3 vezes na outra. Na tabela é possível perceber a proximidade entre o Relevo e a Escrita, como espaços de divulgação de contos, poesias e outros gêneros que podem ser abordados em menos caracteres:

Tabela 4: Gêneros na revista Escrita

GÊNEROS	Ed. Maio de 2012	Ed. Junho de 2012	Ed. Outubro de 2012
Poesia	21	10	15
Perfil		1	
Ensaio		1	1
Conto	4	2	1
Ensaio fotográfico	1		1
Artigo	1	1	1
Crônica		2	4

A revista Helena, também paga com dinheiro público, é o veículo com maior foco na região, no caso o Paraná. Dentre as capas, duas são ilustrações de lugares símbolos do estado (Curitiba e Cataratas do Iguaçu) e a outra é a foto de um rosto. A revista mostrou ser a mais diversificada quanto aos gêneros literários e conta com 24, 26 e 21 colaboradores, respectivamente. Dentre as três edições analisadas, houve apenas uma menção a produto cultural.

A fotografia assume um papel importante nesse periódico e é o único veículo analisado que possui ensaios fotográficos, além da grande utilização das fotos fora dos en-

saios. Elas aparecem 35 vezes em 2 edições e 68 na última, enquanto as ilustrações aparecem 11, 16 e 7 vezes.

Outra característica a ser destacada na Helena são as matérias escritas em primeira pessoa, bem como a diversidade de gêneros presente na publicação.

Tabela 5: Gêneros na revista Helena

GÊNEROS	Ed. Abril de 2013	Ed. Setembro de 2013	Ed. Dezembro de 2013
Poesia	6	6	3
Perfil	2	1	3
Matéria Jornalística	5	1	1
Reportagem	8	6	4
Entrevista		1	1
Ensaio	3		
Conto		2	
Quadrinhos			1
Trechos de livros	1		
Ensaio fotográfico	1	1	1
Crônica	1	3	2

A revista Jandique, criada em fevereiro de 2013, aparece como um interessante espaço para a divulgação não só dos textos, mas também das ilustrações de ótima qualidade – que passam a ser utilizadas como conteúdo, ocupando páginas inteiras. As edições analisadas foram de maio de 2013, Agosto de 2013 e Novembro do mesmo ano.

A lógica de contribuição na revista Jandique não fica clara entre integrantes definitivos da revista e colaboradores. Com isso, o periódico conta com 15 integrantes em duas edições e 16 integrantes em outra. Já as menções aos produtos culturais aparecem apenas uma vez nas três edições analisadas.

As capas são básicas contando apenas com uma ilustração e o logo da revista. Por fim, as ilustrações aparecem 15, 9 e 7 vezes, enquanto as fotos aparecem 11, 10 e 14 vezes. A publicação de contos destaca-se como principal característica editorial da revista.

Tabela 6: Gêneros na revista Jandique

GÊNEROS	Ed. Agosto de 2013	Mai de 2013	Fevereiro de 2013
Poesia	1		
Entrevista	1	1	1
Conto	5	6	6
Crítica		1	
Quadrinhos	6		
Artigo	1	1	1

Com base no levantamento do jornalismo cultural aqui apresentado, percebe-se que os veículos se mantêm, na maior parte das vezes, com o trabalho de colaboradores, e enfocam a literatura como eixo temático. A diversidade de gêneros revela que o jornalismo cultural praticado nos veículos de caráter literário não segue necessariamente uma lógica comercial, com perfil publicitário das obras mencionadas, o que remete a um conteúdo que pode ser identificado como não hegemônico em relação ao mercado da mídia. E, ainda, de acordo com a análise proposta, percebe-se que os formatos mais próximos ao gênero jornalístico (como entrevista, matéria e reportagem) perdem espaço para a divulgação das obras em forma de conto e poesia, por exemplo.

Estes aspectos indicam um modo de trabalhar com conteúdos culturais que se distancia do caráter de serviço e comercialização de produtos, atuando mais propriamente na constituição de um campo para tematizar a cultura e a literatura no Estado, por meio dos veículos impressos.

Considerações finais

O Jornalismo Cultural Alternativo pode existir de formas diferentes de como estamos acostumados a ouvir, como as histórias sobre o lendário Pasquim. Na realidade, o Jornalismo Alternativo não é exclusivamente aquele de oposição ao governo durante o

Regime Militar (VIGAR, 2013). De acordo com Atton (2002, *apud* VIGAR), as características que podem classificar uma mídia como alternativa ou não são: conteúdo, forma, uso de inovações reprodutivas/adaptações, meios de distribuição alternativos.

Com isso, podemos enquadrar os veículos analisados como alternativos tanto na forma de produção, quanto a distribuição (geralmente em bibliotecas e espaços de leitura) e principalmente quanto a abordagem do conteúdo. O fato da abordagem ser inteiramente diferente da mídia hegemônica, seja em termos de temáticas ou de aprofundamento dos assuntos, também mostra que os periódicos literários podem ser entendidos como alternativos.

Outro ponto importante é a constante menção aos produtos culturais nos veículos analisados. Como aponta João César de Castro Rocha em “Jornalismo Cultural: promessas e impasses”, essa relação pode ser entendida como “traço indefectível do jornalismo cultural em qualquer latitude”. Contudo, os produtos culturais nos veículos mencionados não são simplesmente “vendidos”, mas analisados e debatidos, superando a tendência do jornalismo cultural restrito aos espaços de serviço.

A lógica de contribuição é outro fator que reforça o lado alternativo nesses jornais, visto que é algo impraticável nos cadernos culturais dos grandes jornais. Por outro lado, é um dos principais traços e sem o qual os periódicos literários não funcionariam.

Por fim, vale apontar como fator de diferenciação dos periódicos literários os processos de produção, circulação e consumo. A produção se diferencia em vários aspectos dos cadernos culturais dos grandes jornais, como no prazo de entrega. Enquanto nos

grandes jornais a produção é diária, ou semanal, nos periódicos literários cada jornalista tem entre 15 e 20 dias para a entrega do texto, segundo o ex-funcionário do jornal *Cândido*, Lucas Rufino.

A circulação também aparece como ponto chave para diferenciar os periódicos dos cadernos. Os lugares mais fáceis de encontrar os jornais são livrarias, cafés e sebos. Assim como o número restrito de funcionários, como acontece no jornal *Rascunho*, que conta com um editor e dois jornalistas trabalhando. “Além do editor, no caso eu, são mais dois jornalistas trabalhando no escritório do jornal diariamente. O número de colaboradores, no entanto, beira os 60, entre resenhistas, colunistas, ilustradores e diagramadores”, afirma o editor-chefe do jornal, Rogério Pereira.

Outro ponto de diferenciação é o consumo. Grande parte dos jornais analisados são gratuitos, com exceção das revistas *Escrita e Jandique*. Esses três fatores, consumo, circulação e produção, reforçam o lado alternativo dos periódicos literários, pois quebram com a lógica comercial imposta nos cadernos culturais dos grandes veículos (PIZA, 2003) e apresentam outros modos de tematizar a cultura e fazer circular a produção local.

Referências

ANCHIETA, Isabelle. “**Jornalismo cultural: pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura**”, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>>.

CAZES, Leonardo. “**Curitiba, cidade literária**”, 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2014/01/18/curitiba-cidade-literaria-521195.asp>>.

MOCARZEL, Evaldo. “**Jornalismo especializado em cultura**”, 2000 PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

ROCHA, João César. “**Jornalismo cultural: promessas e impasses**”, 2013. Disponível em <<http://rascunho.gazetadopovo.com.br/jornalismo-cultural-promessas-e-impasses-1/>>.

VIGAR, Vivian. “**Jornalismo cultural alternativo**”, 2013. Disponível em <http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/viewFile/aj8-a8/pdf_123>.

Breve histórico da mídia alternativa feminista no Paraná: levantamento bibliográfico de personagens e publicações¹

Karina Janz Woitowicz²
Thainá da Rosa Kedzierski³

Resumo: O objetivo do presente artigo é realizar uma retomada histórica das publicações de mídia alternativa feminista no Paraná. Segundo Constância Lima Duarte, o feminismo no Brasil pode ser dividido em quatro fases, que identificam diferentes perfis de atuação do movimento: 1830, 1870, 1920 e 1970. A partir dessa divisão, são apresentados elementos obtidos por meio de levantamento bibliográfico, com o propósito de traçar um breve histórico das publicações feministas no Paraná, sendo elas de grupos feministas e associações literárias. O trabalho integra as atividades do Grupo de Estudos de Jornalismo e Gênero da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e é parte de uma pesquisa de mapeamento da produção bibliográfica em jornalismo e gênero e da participação das mulheres na mídia.

Palavras-chave: mídia alternativa; movimento feminista; publicações femininas; imprensa paranaense.

Introdução

Algumas referências sobre a história da mídia feminista são capazes de revelar aspectos acerca da consolidação do feminismo (desde os grupos informais até as redes de organizações que constituem os novos movimentos sociais), das tensões internas do movimento, das conquistas que marcaram essa trajetória, bem como da necessidade das mulheres se fazerem ouvir, apostando em um discurso de contrainformação que assumiu, em alguns momentos, o duplo papel de denunciar e de mobilizar as mulheres na defesa dos seus direitos e na conquista da cidadania.

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Alternativa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Professora Dra. do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), coordenadora do Grupo de Estudos de Jornalismo e Gênero da UEPG. E-mail: <karinajw@gmail.com>.

3 Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), bolsista CNPq/UEPG, pesquisadora do Grupo de Estudos de Jornalismo e Gênero da UEPG. E-mail: <thaina_22@hotmail.com>.

Sabe-se que a luta das mulheres pela conquista de direitos marcou o surgimento e o desenvolvimento da imprensa feminista em diversos países. No Brasil, as atividades de mulheres em jornais também foram expressivas, ainda no século XIX. No mesmo momento em que surgiam publicações voltadas ao público feminino, que se ocupavam de assuntos como moda, culinária e cuidados domésticos, também eram criados espaços que problematizavam a “condição da mulher”. Segundo Céli Pinto, este tipo de manifestação das mulheres através da mídia aponta para a “existência de um incipiente movimento de construção de espaços públicos na sociedade brasileira e, no caso, por parte de pessoas que estavam completamente excluídas do campo da política e das atividades públicas” (2003, p. 33).

É importante lembrar que as publicações destinadas às mulheres, na primeira metade do século XIX – que traziam literatura, moda, beleza e regras de comportamento – eram escritas por homens. Mas, mesmo que a fundação de um jornal de mulheres tenha acontecido somente nos anos 1850, antes disso já havia mulheres que atuavam como colaboradoras nos jornais e que foram gradativamente abrindo espaço para a escrita feminina, ainda que em alguns casos sob o disfarce de pseudônimos masculinos. Nísia Floresta foi uma das primeiras mulheres a escrever em periódicos, publicando textos no jornal *Espelho das Brasileiras*, em Pernambuco.

Zahidé Lupinacci Muzart (2003), em artigo sobre as mulheres escritoras no século XIX, observa que além da presença da literatura feminina nos periódicos da época, as mulheres publicaram também muitos livros, embora tenham sido esquecidos.

Para a autora, “o esquecimento das escritoras do século XIX é um esquecimento político. Pois não só porque mulheres escritoras são esquecidas; são esquecidas, sobretudo as mais atuantes, as feministas, em uma palavra” (2003, p. 227).

De acordo com Muzart, uma das razões para a criação dos periódicos de mulheres no século XIX partiu da necessidade de conquistarem direitos: “em primeiro lugar, o direito à educação; em segundo, o direito à profissão e, bem mais tarde, o direito ao voto” (2003, p. 226). Registra-se que o primeiro jornal fundado por uma mulher em nosso país foi o *Jornal das Senhoras*, de Juana Paula Manso de Noronha, em 1852.⁴

É importante considerar que o pioneirismo destas mulheres serviu de inspiração para o desenvolvimento de uma “imprensa feminina”, que eclodia em todo o país. Uma importante representante de um jornalismo mais comprometido, de defesa dos direitos das mulheres, foi Francisca Senhorinha Diniz, que discutia o voto feminino e a importância de educar as mulheres, com vistas à sua emancipação. Conforme relata Céli Pinto,

[...] Francisca Senhorinha Motta Diniz foi possivelmente a primeira mulher a fundar um jornal no Brasil com o objetivo de divulgar a “causa das mulheres”. Em 1873 fundava em Minas Gerais *O Sexo Feminino*, que teve dois anos

4 Juana, entretanto, era argentina, nascida em Buenos Aires, onde atuou como professora, jornalista, dramaturga e romancista. A jornalista viveu poucos anos no Brasil, onde, além de fundar *O Jornal das Senhoras*, foi redatora de periódicos no Rio Grande do Sul e no Rio de Janeiro. Sobre a vida e a obra de Juana, ver: MUZART, 2003.

de duração naquele estado. Transferiu-se para o Rio de Janeiro e reeditou o jornal, que durou até 1890, passando a chamar-se *15 de Novembro do Sexo Feminino* a partir da Proclamação da República. (2003, p. 31)

Outras experiências de imprensa independente também marcaram a história do feminismo⁵: *O Domingo* (1874), *Jornal das Damas* (1874), *Myosotis* (1875), *Echo das Damas* (1879), *A Voz Feminina* (1900) e *A Família* (1888). Este último, produzido por Josefina Álvares de Azevedo, jornalista e dramaturga sufragista, manteve-se em circulação por quase dez anos.

A partir deste momento inaugural, que contou com a participação de personagens femininas que atuavam praticamente sozinhas por meio dos jornais na defesa dos direitos das mulheres, o movimento feminista passa a contar com suas próprias publicações (jornais, panfletos, cartazes, revistas etc.) como instrumentos para o fortalecimento de suas lutas. Ao longo do século XX, além da gradativa incorporação das mulheres aos veículos de comunicação, que aos poucos vão assumindo temas voltados aos direitos das mulheres (como participação política, condições de trabalho e mudanças culturais), registram-se experiências que podem ser entendidas como alternativas, pelo seu viés de contestação.

Nos limites deste texto, são valorizados alguns momentos da trajetória da imprensa feminista entre o final do século XIX e ao longo do século XX, de modo a buscar elementos para compreender a participação, ainda que modesta, de personagens e veículos que construíram registros do feminismo no Paraná.

As fases do feminismo e a imprensa alternativa

Os ideais feministas chegaram ao Brasil no início do século XIX, vindos da Europa e dos Estados Unidos. Aqui, o movimento não foi organizado, ou não teve uma força única desde o início. Constância Lima Duarte (2003) sugere a existência de quatro fases na história do feminismo brasileiro – e são por essas fases que o presente artigo será guiado.⁶ A primeira fase acontece no ano de 1830, seguida pelo ano de 1870, 1930 e por fim, a fase mais consolidada e representativa, 1970. As fases são divididas pela autora de forma que são apresentadas as mulheres brasileiras que tiveram papel importante para a época. No artigo, pretendemos trazer as publicações e mulheres paranaenses que participaram do período. Antes disso, será apresentado um histórico breve do que foi a chegada das ideias feministas no Brasil.

5 Em 1910, Ernestina Lésina publicava em São Paulo o jornal “Anima Vita”, dirigido às mulheres, que lutava pela regulamentação do trabalho feminino.

6 Outras classificações por períodos históricos (como o feminismo de primeira e de segunda onda) são utilizadas por pesquisadores e pesquisadoras que tratam do tema. No presente artigo, para fins de sistematização das fases do movimento marcadas pela participação das mulheres no Paraná, foi adotada a perspectiva das 4 fases do feminismo.

“O feminismo (...) quando apresentou algum grau de organização, esta derivava do esforço pessoal de alguma uma mulher, que, por sua excepcionalidade, na maioria das vezes intelectual, rompia com os papéis para ela estabelecidos e se colocava no mundo público na defesa de novos direitos para as mulheres” (PINTO, 2003, p. 14). Segundo a autora, o feminismo como uma vertente única não aconteceu no início das ideias no Brasil. Ela ainda coloca que havia três vertentes: a primeira e mais forte tinha como ideia central a mulher como sujeito portador dos direitos políticos. Essa corrente era liderada por Bertha Lutz, uma das mulheres que comandou a primeira fase do feminismo no Brasil.

Segundo Céli Regina Jardim Pinto (2003), a segunda é o chamado feminismo difuso, que se expressa nas publicações e manifestações da imprensa feminista alternativa. Elas eram as mulheres que trabalhavam como professoras, escritoras e jornalistas. Poderiam ou não estar preocupadas com os direitos políticos e também poderiam fazer parte da terceira vertente, mas essas eram as responsáveis pela difusão do discurso feminista. O foco do artigo é justamente apresentar algumas mulheres paranaenses dessa segunda vertente.

A terceira vertente é do movimento anarquista, mais tarde parte do partido comunista. Esta era composta por intelectuais que defendiam a liberação da mulher de forma radical. Por fim, a última fase remete ao período de efervescência do movimento feminista, com a valorização de lutas específicas das mulheres e avanços no processo organizativo dos grupos feministas.

Com base nas fases mencionadas da história do feminismo no Brasil, o artigo realiza um levantamento da participação das mulheres na imprensa no Paraná, a partir de referencial bibliográfico contido em livros e artigos. A partir dessa leitura, o filtro escolhido para o artigo foi baseado em dados sobre a imprensa feminista no Paraná. As citações de outros estados dentro das fases servem para ilustrar a situação do Brasil e estabelecer aproximações com o movimento no Paraná – que ganhou força a partir da terceira fase.

Primeira fase: o direito à escrita

Esta primeira fase, segundo a classificação de Constância Lima Duarte (2003), durou de 1830 a 1870. É considerada uma das fases menos turbulentas, se comparada às fases posteriores. O que se defendia no período era principalmente o direito a ler e escrever das mulheres. Até então, as mulheres eram alfabetizadas individualmente ou em conventos e internatos. Em 1827, foi decretada a lei que permitiu às mulheres o direito à escola pública. Mesmo assim, ainda havia diferenças no tratamento entre as mulheres e os homens.

Elas não aprendiam todas as matérias ensinadas aos meninos, principalmente as consideradas mais racionais como a geometria, e em compensação deve-

riam aprender as “artes do lar”, as prendas domésticas. Em relação ao pagamento, foi previsto na lei igualdade para os mestres e as mestras, contudo, a própria legislação posterior abriu brechas para que na prática as professoras ganhassem menos que os homens. (STAMATTO, p. 5)

Nessa primeira fase, o Paraná teve representatividade praticamente nula se comparada aos estados do Rio Grande do Sul e Minas Gerais. Dessa época, Constância Lima Duarte destaca que a literatura feminista no Brasil era mais feminina que feminista. Ou seja, muito mais voltada para os temas discutidos pelas mulheres da época que aos ideais feministas em si. Segundo Constância Duarte (2003), destacam-se nesta trajetória Clarinda da Costa Siqueira, Delfina Benigna da Cunha, Ana Eurides Eufrosina de Barandas, do Rio Grande do Sul, Beatriz Francisca de Assis Brandão de Minas Gerais e Nísia Floresta do Rio Grande do Norte. Esta última foi a primeira mulher a escrever artigos sobre a condição feminina publicados em periódicos. Teve atuação também no Rio de Janeiro como poetisa, educadora e escritora. A publicação de destaque dessa primeira fase foi o *Jornal das Senhoras*.

O *Jornal das Senhoras*, de 1852, foi a primeira publicação escrita por mulheres e para mulheres no país. “Contava com seções de Moda, Belas Artes, Teatro e Crítica, além de espaços dedicados a partituras de piano e a romances que eram publicados em forma de folhetins, como a “Dama das Camélias”, de Alexandre Dumas.” (LIMA, 2008). Nessa época, o Paraná ainda recebia os imigrantes europeus. Em agosto de 1853 Curitiba se tornou a capital do estado, com uma população inferior a cinco mil habitantes. As demandas por direitos acompanham, em certa medida, o cenário sociocultural do Estado, aparecendo na imprensa do período referências pontuais sobre comportamento feminino e resistências ao espaço reivindicado pelas mulheres no campo da educação.

Segunda fase: da educação ao campo da política

Esse período durou de 1870 a 1930, de acordo com Constância Lima Duarte. Aí começaram a se multiplicar as publicações feministas, porém ainda sem grande destaque no Paraná. “O sexo feminino” e o “*Jornal das Damas*” são publicações desta época. “E são dessa época as primeiras notícias de brasileiras fazendo cursos universitários, no exterior e no país. E a cada nova médica ou nova advogada, a imprensa feminista expressava seu regozijo pela importante vitória sobre os conceitos brutais da educação atrofante, ainda infelizmente em vigor” (DUARTE, 2003).

No Paraná, apesar de ainda não existir alguma publicação de caráter feminista, os ideais eram colocados nas páginas da mídia tradicional. Leonor Castellano foi uma curitibana e feminista nascida nos fim do século XVIII (ZOMER, 2010), que se destacou neste contexto. A escritora colocou nas páginas do jornal *Gazeta do Povo* dois artigos em resposta a Flávio Suplicy de Lacerda, em que confirmava e legitimava os direitos

das mulheres. Entre esses direitos, a curitibana fortalecia ainda o direito da educação – aqui inserida principalmente a educação superior – e o direito de participar da política. Segundo análise desses discursos, “ainda, na segunda citação, lembra que as mulheres devem aceitar qualquer oportunidade, por mais que não seja o ideal, mas porque em algum momento, terão realmente a chance de conquistar seu espaço. Transgredir as regras e limites estipulados para propagar os primeiros ideais.” (ZOMER, 2010, p. 02).

Ainda sobre os diálogos de Castellano nas páginas da Gazeta, as mulheres das classes média e alta curitibanas já faziam parte de um novo grupo de profissionais como advogadas, médicas e engenheiras e também formadas no magistério. Castellano ainda refutava ideias de Flávio Lacerda em que afirmava que a intenção das feministas era destruir lares, família e bons modos. O objetivo tanto das feministas quando da própria Leonor Castellano era mostrar a injustiça que acontecia com as mulheres. “Não desejo me masculinizar porque compreendo a mulher tão apta como o homem, e só reclamo o que de justiça nos pertence. É o suficiente para uma defesa? Para que o meu nome?” (CASTELLANO in ZOMER, 2010, p.6).

Em relação a esta segunda fase, a participação de Castellano filia-se às tendências e demandas do feminismo no Brasil, que se organiza em meio às reivindicações pelo direito ao voto.

Terceira Fase: feminismo político e mudança de comportamentos

Esta fase dura de 1930 a 1970, de acordo com a classificação de Constância Lima Duarte. A presença das lutas das mulheres no Paraná permanece modesta neste período, embora surjam mais nomes paranaenses e se registre um aumento do número de publicações em todo o país. Bertha Lutz efetiva a Liga para Emancipação da Mulher para Federação Brasileira do Progresso Feminino, aparecem as figuras de Maria Moura – que marcou a escrita do anarco-feminismo – além de nomes como Rosalina Lisboa, primeira mulher a receber prêmio da Academia Brasileira de Letras, e Raquel de Queirós, primeira a presidir a Academia.

No Paraná, a figura da mulher tinha passado do campo da alfabetização para o campo da escrita. A entrada das mulheres nos periódicos paraenses se deu por meio de assuntos como beleza, cozinha e romances. Em 1933, advogadas, jornalistas, professoras e mulheres que passaram pelo magistério começaram a participar de grupos vinculados à mulher e à sua condição social (BUENO, p. 02).

Aí surgem nomes como Ada Maccagi, poetisa de Paranaguá e Ilnah Secundino, advogada que discursava sobre as questões legais do feminismo. As duas foram as mulheres paranaenses com maior visibilidade na terceira fase. Por mais que o feminismo e a militância política não fossem os fatores que se destacavam na temática das poetisas, o fato de mulheres terem um espaço na vida pública foi o que marcou essa fase.

O estudo temático de seus vários poemas nos mostra os sentimentos como parte essencial dos versos, transparecendo nostalgia, angústia, sonhos e também frustrações. Por vezes, os poemas assemelham-se a desabaços, possivelmente decorrente das contradições do tempo em que elas viviam. Ainda que as mulheres avançassem em suas conquistas no mundo das letras e no domínio do saber científico, suas produções coadunavam-se com o modelo feminino pensado como clássico também para as mulheres dos anos 30. (BUENO, p. 08)

Mariana Coelho, portuguesa que morava em Curitiba, publicou “A evolução do feminismo”. Ela afirmava que a guerra trouxe autonomia feminina, pois tirou a mulher da casa e colocou no trabalho – mesmo que forçado. Ela foi uma das principais personagens que atuaram na teorização do feminismo no Brasil.

Nas primeiras décadas do século XX, o fascínio pela vida pública no exercício de diferentes atividades, a autonomia e independência na aquisição do próprio sustento acenavam à mulher como possibilidades de libertação da “gaiola doméstica”. Mas essas conquistas traziam em si o perigo de comprometer a ordem social, uma vez que os cuidados da casa e dos filhos passavam a competir com o desempenho profissional. (BUENO, p. 04).

No mundo da escrita, as mulheres firmavam a afirmação dos valores femininos. Em 1933, vale destacar que foi criado o Centro Paranaense Feminino de Cultura. As associadas eram exclusivamente mulheres principalmente das classes média e alta da sociedade de Curitiba. Elas publicavam poemas, coletâneas, sonetos, romances e outros com temas que passavam desde cultura e conflitos a sentimentos e fragilidades.

Segundo dissertação de mestrado de Larissa Seixas, o CPFC ainda publicava discursos conservadores.

Encontramos com frequência em nossas fontes, como demonstraremos na sequência de nosso trabalho, textos que exaltam os méritos e as virtudes da mulher, vista como responsável pelos cuidados com a família e como figura essencial para a manutenção dos valores morais no seio do lar, devendo por isso estender sua atuação para o mundo público, seguindo as concepções do maternalismo. (SEIXAS, 2011, p.15)

As mulheres do Centro Paranaense Feminino de Cultura denominavam o Centro como um lugar de conquista quanto à realização profissional. O objetivo do centro não era ameaçar um “modelo masculino”, mas firmar um feminino na sociedade curitibana, assumindo, assim, um perfil que transitava do feminino ao feminismo.

Quarta fase: feminismo em tempos de militância

Nessa última fase do feminismo no Brasil, o Paraná já se tornava mais efetivo nesse tipo de imprensa alternativa. Diferente das fases um e dois, que o Paraná passou quase despercebido e da fase três onde surgiram algumas mulheres defensoras na causa, a fase quatro já conta com periódicos que afirmam as causas no estado. Essa fase, segundo Constância Lima Duarte, dura dos anos 70 até os dias de hoje.

Uma das primeiras publicações paranaenses com o tom de defesa dos ideais feministas foi representada pelos discursos do Movimento Feminino pela Anistia. O movimento tinha um cunho nacional, levando em conta a aprovação da lei da anistia em agosto de 1979, pelo presidente João Figueiredo. “Por mais que o MFPA tivesse entre suas integrantes algumas mulheres que se identificassem com o feminismo, ou que posteriormente passaram a se identificar por sua militância no Movimento, Terezinha Zerbini declarava enfaticamente que ela não era feminista.” (CONRADI, 2013, p. 5). Segundo Carla Conradi, o movimento foi classificado como feminista pelo fato de as discussões que diziam respeito aos direitos das mulheres não terem espaço em grupos maiores de discussão, como era o socialismo – isso por medo que as discussões feministas pudessem “prejudicar” a luta maior, contra a ditadura.

Havia uma estratégia básica, como já observamos: o feminismo era malvisto no Brasil, pelos militares, pela esquerda, por uma sociedade culturalmente atrasada e sexista que se expressava tanto entre os generais de plantão como em uma esquerda intelectualizada cujo melhor representante era justamente o jornal Pasquim, que associava a liberalização dos costumes a uma vulgarização na forma de tratar a mulher a um constante deboche em relação a tudo que fosse ligado ao feminismo. Era nesse ambiente que um movimento como o das mulheres pela anistia tinha que buscar adeptos para a sua causa. (PINTO, 2003, p. 65).

Segundo o artigo “Imprensa feminista brasileira pós-1974”, de Elizabeth Cardoso (2004), as publicações que contavam como paranaenses eram a revista “Brasil Mulher”, que surgiu em 1975 em Londrina (sendo publicada a partir da segunda edição em São Paulo), “Maria”, de 1984, da capital, “Jornal da Mulher”, de 1986, de Curitiba, “Boletim da Mulher”, de 1986, de Curitiba, e a “Revista da Mulher Rural”, que consta como do Paraná, dos anos 1995.

O jornal “Brasil Mulher” era publicado pela Sociedade Brasil Mulher. Foram publicadas 20 edições entre os anos de 1975 a 1980 e a sua fundação se deu em Londrina. As edições tinham 16 páginas em preto e branco e continha ilustração. O *Brasil Mulher* era constituído por mulheres militantes do Partido Comunista do Brasil (PcdoB), da Ação Popular Marxista Leninista (APML) e do Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR8). Em fala trazida no artigo de Elizabeth Cardoso, afirma-se que:

[...] o BM, mesmo não se enfrontando, como mais tarde outros jornais se enfrontaram na questão de gênero, o BM nunca negou a mulher como sujeito. Esse jornal foi um laboratório da consciência das mulheres. E que através das discussões de pauta e das matérias se formou a consciência das mulheres. Concordo que o BM era tímido com a questão de gênero e com o feminismo, mas era o processo. (CARDOSO, 2004)



Imagem 1: Capa do jornal Brasil Mulher em 1975, ano que a Organização Mundial das Nações Unidas proclamou como o ano Internacional da Mulher.⁷

Sobre as publicações “Maria”, “Jornal da Mulher”, “Boletim da Mulher” e “Revista da Mulher Rural” não foram encontradas nem edições, nem descrições em artigos e publicações que contam a história da mídia alternativa feminista no Brasil. Assim como na mídia alternativa geral, há uma dificuldade de acesso às fontes e um silenciamento dos personagens que participaram da história dessa imprensa no Paraná, o que torna difícil um recorte mais preciso sobre a participação dos veículos na trajetória do feminismo no Brasil.

Considerações finais

A história da mídia alternativa feminista no Brasil pode ser contada por fases, ainda que com certa imprecisão. As publicações que marcaram esta trajetória foram assumindo diferentes perfis, que correspondiam às demandas e lutas das mulheres em determinado lugar e momento histórico, em uma mistura de ideais femininos e feministas.

7 Imagem disponível em: <dzai.com.br/igualdade/blog/blogdaigualdade?tv_pos_id=129626>.

O Paraná é um dos estados que pouco aparece na construção do movimento no país. Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e São Paulo foram os estados que direcionaram o início do movimento no Brasil. O Paraná aparece a partir dos anos 1930, quando em Curitiba surgem expoentes dos ideais de igualdade entre homens e mulheres.

Nos anos 1930, as paranaenses apareciam principalmente com a escrita literária. Publicavam poesias, romances, sonetos, artigos em jornais, entre outros. O movimento se organizou com o Centro Paranaense Feminino de Cultura, mesmo não sendo este classificado como feminista, embora possam ter surgido outras ações que, até o momento, não se tem registro.

Já a partir dos anos 1970, as mulheres participavam de publicações voltadas para as causas feministas. O Paraná foi colocado em visibilidade nacional – levando em conta que o jornal Brasil Mulher foi produzido no Paraná e a abrangência era nacional – nesse período. Aqui, não havia mais o interesse em apresentar o movimento para as mulheres, mas sim mostrar o que ele defendia e de que forma, fortalecendo assim as lutas das mulheres. Outros registros da imprensa feminista permanecem imprecisos e difusos, impedindo uma melhor sistematização das contribuições das mulheres especialmente nesta fase da história recente, que contou com a proliferação da imprensa alternativa.

Pelos elementos obtidos por meio de leituras e estudos sobre a imprensa feminista, percebe-se a dificuldade que existe em encontrar registros sobre a mídia alternativa. Por esse motivo, grande parte das publicações apresentadas como pertencentes à quarta fase não tiveram descrição – justamente porque não há registro e informação sobre tais revistas e jornais, ou mesmo sobre as atuais formas de atuação do movimento pelo viés da comunicação.

Por fim, considera-se que a imprensa feminista no Paraná se fortaleceu a partir dos anos 1930. Porém, esta é uma história que permanece silenciada, dificultando o registro e a sistematização da trajetória da imprensa feminista no Estado, ontem e hoje.

Referências

ZOMER, Lorena. **Página literária: Vivências e diálogos da curitibana Leonor Castellano nos artigos publicados em 1924 na Gazeta do Povo**. 2010. Disponível em <http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1277951255_ARQUIVO_TITULO_TITULOTITULOTITULO-TITULOTITULOTITULO.pdf>.

STAMATTO, Maria Inês Sucupira. **Um olhar na história: a mulher na escola (Brasil: 1549 – 1910)**. Disponível em <<http://sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe2/pdfs/Tema5/0539.pdf>>.

BUENO, Wilma de Lara. **A literatura a formação da identidade feminina no Paraná dos anos 30**. Disponível em <<http://sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe3/documentos/individ/eixo6/414.pdf>>.

BUENO, Wilma de Lara. **“Mulheres escritoras no Paraná nos anos 30”**. Disponível em <<http://sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe2/pdfs/Tema5/0510.pdf>>.

LIMA, Joelma Varão. **Jornal das senhoras, olhares femininos sobre a urbanização na corte**. 2008. Disponível em <<http://www.anpuhsp.org.br/sp/downloads/CD%20XIX/PDF/Autores%20e%20Artigos/Joelma%20Varao%20lima.pdf>>.

DUARTE, Constância Lima. **Feminismo e literatura no Brasil**. 2003. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142003000300010>.

CONRADI, Carla Cristina Nacke. **Por uma história das mulheres no Paraná: o Movimento Feminino pela Anistia e sua concepção de feminino**. 2013. Disponível em <<http://www.uneb.br/enlacandosexualidades/files/2013/06/Por-uma-hist%C3%B3ria-das-mulheres-no-Paran%C3%A1-o-Movimento-Feminino-pela-Anistia-e-sua-concep%C3%A7%C3%A3o-de-feminino.pdf>>.

SEIXAS, Larissa Selhorst. **O feminismo no bom sentido: o Centro Paranaense Feminino de Cultura e o lugar das mulheres no mundo público (Curitiba, 1933-1958)**. 2011. Disponível em <http://www.generos.ufpr.br/files/b913-dissertacao_larissa.pdf>.

CARDOSO, Elizabeth. Imprensa brasileira pós-1974. **Estudos Feministas**. Florianópolis: CFH/CCE/UFSC. V. 12, n. especial, 2004. p. 37-55.

LEITE, Rosalina de Santa Cruz. Brasil Mulher e Nós Mulheres: origens da imprensa feminista brasileira. **Revista Estudos Feministas**. CFH/CCE/UFSC. Vol. 11, n. 1, 2003. p. 234-241.

MUZART, Zahidé Lupinacci. Uma espiada na imprensa das mulheres no século XIX. **Revista Estudos Feministas**. CFH/CCE/UFSC. Vol. 11, n. 1, 2003. p. 225-233.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: F. Perseu Abramo, 2003.

**História
da
Mídia Audiovisual
e Visual**

Apontamentos históricos sobre o telejornal Bom Dia Santa Catarina¹

Áureo Mafra de Moraes²
Cárlida Emerim³
Lalo Nopes Homrich⁴

Resumo: O artigo propõe-se apresentar uma parte da história de um dos telejornais mais tradicionais de Santa Catarina, o Bom Dia Santa Catarina, que iniciou suas transmissões em 1982. Além desta proposta de narrar um percurso histórico, propõe-se, também, analisar as mudanças no formato do programa a partir dos anos 80 até a atualidade, centrando o foco nos depoimentos de alguns dos realizadores. A proposta objetiva não só contribuir para o restabelecimento da história recente do telejornalismo no estado catarinense como também mapear características históricas e que possam fazer parte de uma identidade específica do telejornalismo catarinense. O artigo emprega uma articulação entre os modelos de entrevista advindos da História Oral e do Jornalismo para com as fontes e se permite a apresentar depoimentos e, através deles, poder refletir sobre o programa e suas mudanças.

Palavras-chave: Telejornalismo; História da Mídia; História Oral; Produção; Bom Dia Santa Catarina (RBS).

1. Introdução

La televisión construye una realidad informativa a partir de los hechos ocurridos en la sociedad. No inventa la realidad como en la ficción, sino que la interpreta con sus condicionantes, intereses y objetivos. Es algo que ocurre

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia, 2014.
 - 2 Jornalista, Mestrando em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina; (Professor Assistente do Departamento de Jornalismo, Coordenador do Curso de Graduação em Jornalismo da UFSC): <aureo@cce.ufsc.br>.
 - 3 Jornalista, Mestre em Semiótica, Doutora em Processos Midiáticos, professora e pesquisadora da graduação e pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, líder do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC/CNPq), <carlidaemerim@gmail.com>.
 - 4 Jornalista, Editor do RBS Notícias (RBS TV SC), Mestrando em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina; <lalo.jornalismo@gmail.com>.

también en nuestra vida cotidiana. Cada uno de nosotros contamos lo que vemos según como somos. (HERREROS: Barcelona, 2007).

Nos últimos anos, o desenvolvimento extraordinário das tecnologias que propiciam a produção do jornalismo em televisão tem potencializado o meio e, ao mesmo tempo, imposto a ele exigências e desafios cada vez mais complexos, muitos até distantes das possibilidades de sua própria natureza produtiva. Mas, se por um lado, busca-se esta intersecção com o aparato técnico disponível, por outro, por mais que a tecnologia esteja trazendo possibilidades, em termos de conteúdos, gêneros e formatos, ainda não se tem mudanças consideráveis ou muito relevantes. O resultado é um contexto de muitas críticas e desconfiças sobre o campo de atuação do telejornalismo, ou seja, do jornalismo de televisão, bem como se percebe também, pelo lado dos produtores dos noticiários, as duvidas em reconhecer o seu espaço neste universo.

Em meio a este cenário, telejornais tradicionais e seus realizadores têm tentado se adequar às novas propostas narrativas e, nesta direção, parece extremamente relevante observar os percursos narrativos destes programas com o objetivo de compreender suas possibilidades e restrições, suas soluções e, até mesmo, a construção de sua própria identidade informativa em meio a este cenário de transformações. Para colaborar com esta investigação, o presente artigo assume a premissa de que o passado e o presente estabelecem uma relação intrínseca e que, se analisados com mais vagar, propõem perspectivas e ações efetivas para as produções futuras.

Especificamente, em relação aos estudos e pesquisas sobre a mídia televisiva, esta articulação entre passado e presente tem sido fundamental para se compreender como as práticas vigentes “são como são” bem como analisar, criticar e sugerir novos modos de produção, gerando processos inovadores (não só de produção como também de gestão e de conteúdo) para a televisão do presente e do futuro.

Nesta direção, a pesquisa histórica sobre a mídia televisão no Brasil⁵ tem sido uma ferramenta extraordinária, fundamentando e enriquecendo o conhecimento de estudiosos e produtores de televisão na medida em que não só dá a conhecer e reconhecer os atos e pessoas que foram precursores neste tipo específico de produção (contribuindo para preservar a memória dos realizadores nacionais) como também potencializa a construção de novas possibilidades narrativas e discursivas pertinentes ao grande desafio de produzir jornalismo televisivo de qualidade.

Diante do exposto, o presente artigo escolheu apresentar uma parte de um estudo maior sobre os telejornais de Florianópolis, recortando o telejornal **Bom Dia Santa Catarina (BDSC)**, um dos programas de jornalismo mais tradicionais do estado catari-

5 A Rede Alfredo de Carvalho, a ALCAR, tem contribuído sobremaneira, através de encontros regionais e nacionais bem como com a publicação e disponibilização de conteúdos reunidos nestas diferentes ações ao longo dos últimos 10 anos o que tem proporcionado a muitos pesquisadores as bases para a investigação em História da Mídia. O resultado deste movimento é o crescente número de pesquisadores interessados em restabelecer a história da imprensa no Brasil.

nense, exibido pela Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV), de segunda a sexta-feira, nas primeiras horas da manhã, desde 1982.

O artigo segue tópicos de uma metodologia científica⁶ proposta pelos autores VASSALLO LOPES (2010), ALBERTI (2005), BRAGA, VASSALLO LOPES e MARTINO (2010), prevendo a segmentação em fases que considera as condições de produção de cada etapa propiciando o estabelecimento dos parâmetros de observação e análise bem como a observação direta que são segundo VASSALLO LOPES (2010):

(...) a posição do investigador pode ser manipulada estrategicamente, com o propósito de proporcionar-lhe perspectivas mais favoráveis de obtenção de dados. Ela pode ser realizada mediante técnicas que vão desde o registro sistemático dos fatos que ocorrem na situação de pesquisa até as diversas modalidades de observação participante. (VASSALLO LOPES: 2010, p. 142 e 147).

O programa escolhido será observado a partir de algumas características produtivas (gênero e formato), apresentadores e temáticas abordadas, traçando como linha de condução da análise, as mudanças na cobertura política do programa ao longo de um período de 1987 até 2012. Também se recorreu a depoimentos de profissionais através de entrevistas (presenciais e por internet – escrita) que atuaram e/ou atuam no programa com vistas a contribuir com a própria preservação da memória dos realizadores da televisão catarinense bem como o acesso a materiais do Arquivo da Fundação Mauricio Sirotsky e da RBS TV Santa Catarina.

Mas, antes de imergir sobre o programa, é preciso contextualizar o próprio objeto de estudo, apresentando, nos próximos segmentos, a televisão e o telejornalismo no Brasil (no período estudado) e em Santa Catarina; um breve histórico do programa escolhido; características (vinheta, apresentação, temáticas, edição, formato) e, por fim, os resultados a que este estudo preliminar se detém, com vistas a poder melhor refletir sobre os aspectos da história de produção em telejornalismo em Santa Catarina, partindo do contexto da cobertura política.

Breve histórico sobre a Televisão e o Telejornalismo no Brasil e em Santa Catarina

A história da televisão no Brasil começa a ser oficialmente contada quando, mesmo com restritas possibilidades técnicas de produção, inaugura-se a primeira emissora, em 1950. Desta data em diante, o percurso da mídia tevê é marcado pelas inovações tecnológicas, os investimentos privados e os períodos políticos que obrigavam aos profissionais driblar condições de produção desfavoráveis e a censura sobre os conteúdos.

Do ponto de vista tecnológico, os primeiros anos eram muito trabalhosos com a filmagem, revelação e montagem dos materiais audiovisuais antes de serem exibidos e,

6 Esta mesma metodologia vêm sendo empregada na pesquisa de diferentes programas que estão em estudo como o *Jornal do Almoço* e o *RBS Notícias*, da mesma empresa.

portanto, o que se caracterizou (não por escolha, mas por condições técnicas) foi o AO VIVO, em tempo real. E, sem possibilidades de gravar ou arquivar as emissões. Para os telejornais, que precisavam noticiar os acontecimentos, informar situações que já haviam acontecido, era desafiador e constantemente defasado. Nos primeiros anos, a novidade da imagem em movimento fora da telona do cinema, num aparelho mais próximo do receptor, conseguiu amenizar o atraso da exibição dos fatos na programação televisiva. Assim, sem o videotape e sem contar com tecnologias que possibilitassem a edição das imagens de forma mais ágil, os telejornais se restringiam a uma versão com imagens do noticiário radiofônico, exibindo o apresentador, sentado atrás de uma mesa (bancada), lendo literalmente as notícias do dia, na maioria das vezes sem uma versão diferenciada da que já havia sido noticiada nas outras mídias. O imediatismo das imagens na televisão ainda não era explorado.

Nas décadas de 1960 e 1970 a televisão modifica seus modos produtivos passando a utilizar o videoteipe, a fita magnética para capturar as imagens ao invés de filmes o que agilizou o processo de edição e finalização, pois era possível editar as imagens gravadas direto das fitas. Estas facilidades potencializaram os telejornais, que passam a produzir mais material, qualificando as reportagens com o aprofundamento das temáticas em especiais, passam também a relatar as notícias mais próximas da sua ocorrência real e, ainda, começam a descobrir possibilidades narrativas para o meio televisivo, experimentando propostas novas e diferenciadas fundadas na imagem televisiva (diferenciando-se das praticadas até então, pautadas pela lógica do documentário cinematográfico e pelos noticiários radiofônicos).

Nos anos 1980 e 1990, observamos um pleno desenvolvimento com o domínio das técnicas de AO VIVO e a paulatina reabertura política, a partir de 1984, possibilitando novas experimentações em termos de formatos, de temas a serem recobertos pelo telejornalismo bem como o surgimento e/ou fortalecimento de novas emissoras, diversificando o mercado de oferta de produtos.

Final dos anos 1990 e a partir dos anos 2000, a popularização dos processos digitais e da internet impuseram um ritmo alucinante e a sociedade se vê literalmente bombardeada continuamente por informações advindas de diferentes fontes. Para o telejornalismo, este contexto implicou em queda de audiência e muitas críticas sobre os modelos de produção hegemônicos, o que, de certa forma, desestabilizou o sistema vigente e está em curso uma busca “frenética” sobre como trazer informações (que não mais são novas) de forma a interessar a sociedade.

Na produção televisiva brasileira dos últimos 60 anos, há um marco significativo que une as décadas de 1970 e 1980 e as separa dos anos 1990 e 2000: a ditadura militar. Se por um lado o Golpe Militar de 1964 cerceou o pleno desenvolvimento do jornalismo de televisão (o que não ocorreu na produção ficcional televisiva) também o desafiou a buscar alternativas e possibilidades, potencializando os estudos sobre novas proposta e linguagens. Um estudo superficial por sobre autores que se debruçam a restabelecer

a história da mídia televisão no Brasil, tais como MATTOS (2010), RIBEIRO, SACRAMENTO, ROXO (2010), MACHADO, BUCCI, LIMA SOBRINHO (1987) é possível afirmar que o período mais acirrado e violento dessa censura ocorreu durante o governo do General Emílio Garrastazú Médici, de 1969 até 1974, promovendo, com um grande aparato de repressão, o fechamento de diversos veículos de comunicação e a perseguição a jornalistas que, não raras vezes, resultava em prisões, tortura e morte. Mas a radiodifusão, de modo geral, “interessava” ao governo na medida em que serviam aos propósitos da integração nacional (política de transmissão homogênea de informações) e nesta política, as emissoras de rádio e televisão distribuídas por várias regiões do país, poderiam ser o grande elo difusor do discurso do governo.

Numa direção, do ponto de vista tecnológico e de expansão geográfica (alcance), a televisão, principalmente, beneficiou-se e passou a ter uma ascendência por sobre as ações sociais. Porém, o mesmo não ocorreu com os produtos e a programação (pelo menos não em grande parte), como já foi explicitado, devido à censura e às limitações políticas.

2.1 Santa Catarina e Florianópolis

É exatamente no início da década de 1960 que começam os movimentos de implantação das emissoras de televisão em Santa Catarina que recorrem a duas etapas distintas: 1) quando funcionava com antenas repetidoras de programação de emissoras de fora do estado e, 2) quando passam a ter emissões próprias, com sinal e programação. MATTOS (1992) e PEREIRA (1992) afirmam que Flávio de Almeida Coelho implantou a primeira torre repetidora em Santa Catarina, instalada na década de 60, na cidade de Joinville, reproduzindo sons e imagens da *TV Paraná*. Araranguá e Tubarão também receberam torres na mesma época, mas transmitiam o sinal da emissora gaúcha *TV Piratini*, de Porto Alegre (MATTOS, 1992). Em Florianópolis, o empresário de Tubarão (SC), Hilário Silvestre, com recursos próprios, montou uma torre de retransmissão no terraço de um edifício no centro da cidade e, em dezembro de 1964, colocou no ar a *TV Florianópolis*, canal 11, com imagens do Arcebispo Metropolitano Dom Afonso Nihues em mensagem de Natal (PROPAGUE, s.d.). A transmissão podia ser recebida pelos moradores do centro da capital e parte do bairro Estreito, na área continental de Florianópolis. A *TV Florianópolis* veiculava quatro horas de programação diária, de segunda a sábado e, oito horas, aos domingos, intercalando atrações de estúdio com exibição de filmes em curta metragem ou de desenhos animados, segundo AMORIM (1984).

A TV abria sempre com um documentário (...). Logo após, por volta das 18h30m, entrava um noticiário. Seguia um outro filme e uma nova programação local, desta vez a apresentação de alguma bateria de escola de samba, en-

trevistas, shows musicais, de dança e revista. (...) Durante as noites um espaço estava sempre reservado às entrevistas com personalidades da ilha, “senhoras elegantes”, ou alguém de reconhecimento nacional em passagem pela cidade. (AMORIM, 1984, n.p.)

O pesquisador Moacir Pereira afirma que o primeiro telejornal de Florianópolis foi o *Tele-Notícias* (PEREIRA, 1992, p. 55), apresentado diariamente pelo experiente locutor de rádio, Edison Silveira (PRADA e REIS, 2009). A estrutura de produção seguia as possibilidades técnicas do período: repórteres de rua buscavam informações (sem captar imagens) e uniam a outras extraídas de jornais impressos e noticiários radiofônicos (nacionais e internacionais), buscavam ilustrações e/ou fotografias dos jornais e de fotógrafos da cidade e apresentavam um modelo de jornal falado: *uma câmera ficava nele, outra nas ilustrações, e essas imagens eram intercaladas através do trabalho de um cortador, ou switcher, que operava a mesa de corte* (AMORIM, 1984, n.p.). Em dezembro de 1964, antes do fechamento da emissora, foi lançado o edital de concorrência para a abertura do primeiro canal de TV da cidade, tendo sido a *TV Florianópolis* desclassificada, a cidade de Florianópolis só voltaria a ter uma emissora de televisão seis anos depois, em 31 de maio de 1970, quando a Sociedade Pró-Desenvolvimento da TV colocava no ar a *TV Cultura*, canal 6, com equipamentos emprestados pela *TV Tupi*. A *TV Cultura* foi uma das poucas emissoras brasileiras a participar da primeira transmissão de TV em cores no país, em 1972, geradas na Festa da Uva, em Caxias do Sul, pela *TV Difusora*. Segundo uma publicação da PROPAGUE:

A *TV Cultura* recebeu um moderno transmissor Philips, com dispositivo para emissão em cores, instalado pela primeira vez no Brasil (...). O Canal 6 instalou televisores em cores, cedidos pelo comércio, em vários pontos da cidade. Florianópolis em peso mergulhou no vídeo (PROPAGUE, s.d., p. 36-37).

Também foi a *TV Cultura* a pioneira em transmitir AO VIVO o carnaval da cidade, pois, embora tivesse uma programação pautada pelos programas da *TV Tupi* investia na valorização de assuntos locais. Embora no início da década de 60 já se utilizava no país o videotape, as emissoras de Florianópolis permaneceram até quase a década de 80 operando com filmes negativos “mudos, que exigiam horas de revelação e montagem e impediam um trabalho mais acurado de edição jornalística” (PEREIRA, 1992, p. 76). E, em outro caso, quando do uso das fitas magnéticas, a programação ofertada pelas emissoras “cabeça de rede” chegavam até Florianópolis através do transporte rodoviário, transportadas pelas linhas interestaduais e, na maioria das vezes, com semanas de atraso, não raro danificadas pelas ações do tempo (frio, calor, umidade), vivenciadas durante o transporte (VANDELLI *apud* CRUZ, 1996, p. 59). O que se pode depreender é que o desenvolvimento dos telejornais em Florianópolis ocorre a partir do final dos anos 70 e início dos 80, quando o mercado televisivo se encontra mais sólido e com um fluxo produtivo mais representativo no estado catarinense.

3. O Grupo RBS e o telejornal Bom Dia Santa Catarina

O Grupo Rede Brasil Sul de Comunicações é uma das maiores empresas multimídia do Brasil, atuando com as mídias tradicionais nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina (onde é líder de segmento); no âmbito digital (mídia digital, tecnologia, mobile, e-commerce segmentado etc.), por meio da e.Bricks Digital, operando com empresas digitais de referência e, ainda, na área de educação executiva com a HSM sendo a maior afiliada da Rede Globo de Televisão (RGT) no país.

A história da empresa começa em 31 de agosto de 1957, em Porto Alegre (RS), quando Mauricio Sirotsky Sobrinho se associa a Rádio Gaúcha e inicia uma proposta de cobertura regional que vai ser responsável pelo crescimento da empresa no Rio Grande do Sul. Hoje, a empresa possui nos dois estados do sul do país (RS e SC), 18 emissoras de TV aberta, duas emissoras de TV locais (TVCOM RS e TV COM SC), 24 emissoras de rádio e 8 jornais. A RBS TV em Florianópolis surgiu em 1º de maio de 1979, com a *TV Catarinense*, e logo passou a transmitir (com exclusividade) a programação da RGT no estado⁷. Na sequência, a RBS TV ampliou sua rede com a *TV Santa Catarina*, de Joinville que virou RBS TV Joinville e depois TV Blumenau, TV Chapecó, TV Criciúma e TV Joaçaba, todas agora RBS TV. A emissora trazia modernas câmeras coloridas e ilhas de edição que mudariam a forma de fazer televisão no estado, pois ela é pioneira no modelo regional de televisão no Brasil juntamente com a RGT.

A maior rede regional de TV do País conta com uma cobertura de 98% nos dois Estados, atingindo 789 municípios e mais de 16,7 milhões de telespectadores. Com 15% da grade regional de programação, a RBS TV possui um modelo pulverizado de distribuição, o que permite que o sinal chegue com maior qualidade a todas as regiões do RS e de SC. (EMERIM, CAVENAGHI: 2012, p. 4).

No dia 18 de outubro de 2008, a emissora ganha nova marca desenhada por Hans Donner para a chegada da TV digital. A RBS TV Florianópolis abriu seu sinal de TV digital no dia 5 de fevereiro de 2009 e hoje, as seguintes regiões já tem acesso ao sinal digital: Florianópolis, Blumenau, Chapecó e Joinville.

O programa BOM DIA SANTA CATARINA (BDSC)

O programa *Bom Dia Santa Catarina* (BDSC) estreou em julho de 1982, sendo exibido de segunda-feira a sexta-feira, a partir das 6h, com o objetivo de estar alinhado à programação da RGT, que tinha um programa matinal, o *Bom Dia Brasil* e, nas regiões, o propósito era poder abrir um espaço para os temas locais que não eram recobertos

⁷ A Rede Globo de Televisão era retransmitida pela TV Coligadas, de Blumenau – segunda emissora a ser instalada no Estado, em 1969.

com aprofundamento nos programas de rede. O propósito da RGT era padronizar a programação com um programa com notícias locais antes do Bom Dia Brasil. Porém, em cada região, as emissoras empregaram um modelo de produção que respondia às possibilidades técnicas, as de pessoal bem como estruturais de cada empresa. Segundo Claiton SELISTRE (2014), em entrevista aos autores, a RGT, inspirada nos modelos de produção norte-americana, montou uma grade que tinha programas referência nacional e local e, assim, os conhecidos *Good Morning* (Bom Dia) e *Today* (Hoje) são títulos advindos deste modelo. Nem todas as afiliadas da RGT no Brasil conseguiram implantar os programas (por diferentes condições de estruturação) e completar esta regionalização com a valorização do local, estratégia de marketing da empresa em razão das pesquisas que apontavam uma inclinação de gosto do público para este tipo de cobertura. A RBS não só o fez (tanto no Rio Grande do Sul quanto em Santa Catarina) como aproveitou todos os espaços ofertados pela emissora matriz para criar os programas locais (Jornal do Almoço, RBS Notícias etc.). Segundo Roger BITENCOURT (2014), também em entrevista aos autores, o BDSC foi apresentado a partir das 6h da manhã e, depois, durante um bom tempo, exibido depois do programa da RGT Bom Dia Brasil, retornando, novamente, para o horário anterior. Para Bitencourt, “O programa nasceu para trazer, via televisão, as primeiras notícias locais do dia, além de comentários e análise dos fatos”.

Ao longo dos anos, muitos profissionais contribuíram para construir a identidade do programa em Santa Catarina desde a inserção de quadros e modelos de entrevista e/ou reportagens até mesmo as temáticas selecionadas⁸, tais como Walfrid Neto, Marcia Dutra, Valter Souza, Roberto Oliveira, Aline Bertoli, Milton Spada, Márcia Carvalho, Lisandra Nienkotter, Pedro Paulo Moreira, entre outros.

Relato resumido dos realizadores entrevistados

Nesse subitem propõe-se apresentar, brevemente, os relatos obtidos a partir dos depoimentos gravados com os realizadores que fazem parte da história do programa.

Nome: CLAITON SELISTRE

Função: Diretor de Jornalismo

Período: 1988 a 2010

OBS: Foi Diretor de Jornalismo da RBS TV Florianópolis de 1988 a 2011 e, por esta condição o item Equipe, não será respondido.

Estrutura: Desde 1988, o programa manteve 30 minutos e, em 2010, passou a ter 45

⁸ Alguns deles foram entrevistados especificamente para este artigo, outros fazem parte do elenco de nomes a ser ainda procurados pela equipe da pesquisa O Telejornalismo em Florianópolis, que está em curso no Departamento de Jornalismo da UFSC, coordenado pela Professora Cárilda Emerim, uma das autoras deste artigo.

minutos. Em relação à semelhança do programa com o que a empresa mantinha no Rio Grande do Sul, no início, houve conversas para a produção de um jornal semelhante.

Depois, cada equipe e praça foram se moldando, conforme a época. Por exemplo: em SC a gente privilegiava dois apresentadores, o RS nem sempre. As artes, a previsão do tempo e as vinhetas foram sempre as mesmas. (...) Houve época, que o Bom Dia chegou a ter uma estrutura razoável, com blocos sendo produzidos nas praças do Interior. Como elas tinham que ter equipe para fazer o Bom Dia, o programa gerado de Florianópolis para todo o Estado acabava ganhando um reforço de conteúdo. No final dos anos 1990, o corte de custos eliminou o espaço local, prejudicando a amplitude do noticiário. Por outro lado, houve investimento em equipamentos para AO VIVO, Previsão do Tempo (meteorologia), etc.

Rotina produtiva: Com o tempo, o programa foi mudando seu perfil. Deixou de ser produzido por editores-chefes únicos, como Roger Bitencourt e Lisandra Nienkotter, e passou a ter editores-chefes que também apresentavam. Marcia Dutra, que era repórter, implantou no Bom Dia uma linha mais light, com atrações de variedades, que deu um *up grade* na audiência. Depois dela – e especialmente hoje, com apresentação da Adriana Krauss, passou a ser um mix – política, economia, serviço, variedades. O resultado da Márcia até agora foi um incremento de 3 a 4 pontos na audiência. O BDSC tem uma das maiores audiências do Brasil no horário por causa dessa particularidade de espelho.

Perfil Editorial/Temáticas: O Bom Dia teve vários momentos. O que encontrei na chegada foi de um telejornal bastante focado em entrevistas de estúdio, especialmente políticas. Em parte isso se devia a ausência de uma estrutura de edição e reportagem. Era mais fácil chamar pessoas para o estúdio do que produzir reportagens. Outra parte pelo perfil da direção de Jornalismo da época, somado ao fato de que a liberdade de imprensa – que havia sido limitada pelo golpe militar – começava a ser exercitada em sua plenitude. Assim, falar de temas políticos, antes proibidos, tinha muito valor. Aos poucos, com o passar do tempo, o Bom dia e os demais telejornais da RBS TV, começaram a mudar de perfil e os fatos da Assembleia Legislativa, por exemplo, que tinham destaque diário, passaram a ser mostrados na medida em que tinham interesse para a comunidade. Com o passar dos anos, pesquisas indicavam um descrédito da classe política, impactando de vez na presença cada vez menor no ar, a partir da metade dos anos 90. Porém é inegável que a abertura democrática trouxe os políticos de volta à TV e, como não havia muito espaço local no horário nobre, o BDSC servia também ao propósito de abrir espaço para quem tinha sido cerceado por tantos anos.

Formato mais empregado: Entrevistas (estúdio/externas)

• • •

Nome: ROGER BITENCOURT

Função: Editor Chefe

Período:

Equipe:

Estrutura: O Formato era muito semelhante ao Bom Dia Rio Grande (RBS TV RS), pois o padrão inicial foi dado pela RGT. Aqui havia entrada do estúdio de Brasília, com notícias do Congresso e Ministérios. O pessoal que produzia e a apresentadora (atual senadora Ana Amélia Lemos) eram os mesmos em SC e no RS.

Rotina produtiva: Na época, o programa tinha 30 minutos de produção, em 4 blocos. Um bloco local e três estaduais. Depois mudou para dois locais e dois estaduais. Um período chegou a ter 40 minutos de produção.

Temáticas: Entre os anos de 1980 e 1990, o BDSC era um programa de *hard news*, com ênfase em economia, política e serviços. Muitas entrevistas sobre esses temas e, pouca, sobre variedades/cultura. Hoje praticamente não há espaço para a agenda política no BDSC e a economia tem pouco espaço e, quando entra na pauta, desvia para o lado mais de amenidades ou do “seu bolso”, ou seja, foco mais no dia a dia do telespectador. No passado, os temas econômicos eram mais amplos, havia espaço para a notícia e a análise do quadro econômico. Além disso, os noticiários sobre “amenidades” ganharam mais espaço nos dias de hoje. Na minha opinião, a abertura política permitiu a criação do programa, que no início dava mais espaço para política, abrindo espaço para todas as vertentes.

Formato mais empregado: Fase: Entrevistas; Fase 2: Reportagens

• • •

Nome: ÁUREO MAFRA DE MORAES

Função: Apresentador (Âncora)

Período: 1989 a 1990

Equipe: Na coordenação havia um editor chefe, uma editora/redatora/produtora e dois editores/ apresentadores, câmeras, operador de áudio, diretor de imagem.

Estrutura: Como a cobertura de fatos do dia/noite anterior era deficiente, pela pequena estrutura disponível pelas restrições em termos de equipamento e tecnologia, o programa se sustentava basicamente por meio de entrevistas em estúdio – ao vivo – e entradas ao vivo. Eventualmente havia quadros gravados, mas igualmente estruturados com base em entrevistas.

Rotina produtiva: A equipe responsável pela produção do programa trabalhava no agendamento das entrevistas no dia anterior e procurava subsidiar editores/apresentadores por meio de pautas entregues no final da madrugada, horas antes do programa ir ao ar. A equipe chegava à redação em torno de 04h30min ou 05h00min, de modo a reunir as informações – e eventuais VTs – produzidas na véspera, além de receber convidados e redigir o roteiro do programa.

Curioso que, naquele período, jornalistas e técnicos iam à emissora juntos em um veículo que “recolhia” um a um, a partir das 04 horas da manhã, levando-os todos à emissora ao mesmo tempo. A equipe “completa” do programa não tinha mais do que sete ou oito profissionais envolvidos: editor chefe, produtora, apresentadores.

Temáticas: Além das notícias breves (notas peladas) sobre os acontecimentos previsíveis do dia – ou seja, um “agendão” do que estaria por acontecer – o programa tratava com muita frequência de temas da política. Assim, boa parte dos entrevistados era formada por atores políticos – prefeitos, secretários, vereadores, deputados – de modo que as pautas prendiam-se a temas relacionados ao universo da política. Havia poucas informações de serviços, cultura, esportes.

Formato mais empregado: Entrevista (em estúdio e externas).

• • •

Nome: LAINE VALGAS

Função: Editora Chefe e Apresentadora (Âncora)

Período: 2001 a 2007

Equipe: Editora Chefe, Produtora, Apresentador(a)

Estrutura: Quando comecei, em 2001, era eu sozinha, na apresentação. Depois, trouxemos o Alexandre Oliveira e, na sequência, o Pedro Paulo Moreira. O Jornal ganhou mais ritmo e também ficou mais próximo do público, por tentarmos conversar mais com o telespectador do que apresentar o Jornal. Política e economia entravam, claro, mas de maneira mais factual. O público se mostrava cansado com a antiga fórmula, de entrevistas pesadas, demoradas, que quase faziam dormir.

Rotina produtiva: A estrutura era pequena: eu mais uma produtora. No começo tínhamos um giro pelas praças, depois não mais e tínhamos que contar com o que “sobrava” das praças ou repetir o que o News dava. Difícil uma produção exclusiva pra gente. Era tirar leite de pedra mesmo ...mas um tempo de muito aprendizado onde, em vez de fazer do limão uma limonada, fizemos de um limão, vários novos limoeiros! O público alvo permanece o de hoje: na época tínhamos muito também a participação do pessoal da terceira idade, que acorda mais cedo.

Temáticas: Recebi de herança da Márcia Dutra um Jornal/Programa, que saia apenas da política e ia para assuntos como saúde, educação, variedades – e seguimos nessa linha, procurando sempre o “mais humano, comportamental” e focando também em oportunidades no mercado de trabalho (criamos um quadro de bolsa de empregos, que teve uma ótima aceitação!)

Formato mais empregado: Reportagens editadas

• • •

Nome: MÔNICA ROEMMLER

Função: Editora Chefe

Período: 2007 a 2009

Equipe: 2 apresentadores, um produtor(a), um(a) editor(a) chefe

Estrutura: 90% das atrações ao vivo, o fato no momento, no estúdio, na sede ou nas praças, com entrevistas de duração que outros telejornais não têm; participação pontual das sucursais; linguagem conversada, descontraída, sem nada muito “picado” ou com pressa, respeitando o ritmo do telespectador que está acordando, se preparando para a rotina do dia. Foi no BDSC que a previsão meteorológica despertou o interesse do telespectador, curioso por saber o que o tempo reserva para o dia que começa e foi no BDSC que a previsão se desenvolveu com o uso de mapas, satélite e um papo mais descontraído.

Rotina produtiva: um telejornal com uma hora de duração, diferenciado dos demais pelo privilégio da atração ao vivo, a notícia fresquinha pela manhã, fosse em entrevista no estúdio em Florianópolis, ou ao vivo de algum ponto da capital e ainda nas principais cidades do Estado, onde a RBS tem emissoras (este privilegio foi cortado por custos). O primeiro bloco, por ser mais cedo, era identificado com o líder empresarial que busca a informação sócio-político-partidária; era onde entrava o comentário de Ana Amélia Lemos, quase sempre ao vivo de Brasília (em algumas vezes de Porto Alegre, raras vezes gravado), com opinião sobre temas e comportamentos, além de setoristas como a Ana Amélia na política; o Giovani Martinello no esporte, por exemplo.

Temáticas: Eram definidas segundo as pesquisas, que apontavam para os primeiros dois blocos o público era composto por homens e mulheres entre 35 e 50 anos; mulheres, donas de casa, homens empresários urbanos e rurais (foco em valores da bolsa, cambio, notícias de mercado empresarial, de trabalho, e política – comentário Ana Amélia); perto das 7h jovens se preparando para sair para escola, com interesse em esporte, mercado profissional e novas tecnologias, mas sem ficar até o fim do jornal; no bloco final donas de casa que ficavam depois que a família já tinha saído (foco em entrevistas sobre saú-

de, estética, moda, comportamento e receitas).As pautas giravam em torno economia, economia doméstica, agronegócio, esporte, saúde, comportamento, serviço, receitas – também espaço único para política, com comentário diário de Ana Amélia Lemos.

Formato mais empregado: Reportagens editadas

• • •

Nome: FABIANA NASCIMENTO

Função: Apresentadora, Produtora

Período: 2007 a 2012

Equipe: 2 apresentadores que eram também produtores, 1 editor chefe

Estrutura: Durante este tempo a equipe era reduzidíssima: eu e o Pedro Paulo como produtores e a editora-chefe. Repórter só pro vivo ou para algum factual à noite. Tínhamos um editor à noite que requeitava os assuntos e matérias do News.

Rotina produtiva: Investíamos nos vivos, entrevistas e quadros sempre cuidando para não ficar cansativo, mas às vezes era inevitável. Lutamos para conseguir mais gente, incluir mais esporte, que sempre deu boa audiência.

Temáticas: Falávamos de serviços, comportamento e saúde. Alguma coisa de economia e política. Nosso público era bem diversificado, em todas as faixas-etárias. Mas ficava bem identificado, nos retornos, um público fiel da terceira idade, empresários, mulheres e crianças na saída para a escola.

Formato mais empregado: Reportagens gravadas, Entrevistas ao vivo

• • •

Nome: ADRIANA KRAUSS

Função: Editora Chefe e Apresentadora (Âncor)

Período: 2012 (em atividade)

Equipe:

Estrutura: O jornal é dividido em quatro blocos, entra no ar entre 6h30min e 7h30min da manhã para todo o estado. O tempo médio de produção é 51 minutos. Hoje o Bom Dia só faz entrevista no estúdio quando o assunto é forte e polêmico ou nos quadros especiais como o pergunte ao Dr. ou o Direito do consumidor. Cortamos as entrevistas frias. Antes eram de 2 a 3 por dia.

Rotina produtiva: Além da redução drástica na quantidade de entrevistas, criamos quadros de assuntos de interesse do nosso público alvo: direito do consumidor (que também é utilidade pública), pergunte ao doutor (idem), bom apetite de verão e mexa-se (ambos relacionados à saúde), etc. Também passamos a ter o Fórum do Telespectador em que ouvimos a opinião do nosso público em encontros na emissora. E passamos a valorizar mais as reportagens e as entradas ao vivo de todas as cidades onde a RBS TV tem emissora. Ampliamos ainda as participações da previsão do tempo e do quadro Trânsito 24h.

Temáticas: O foco do jornal são os assuntos de utilidade pública, serviços importantes para a população, especialmente: trânsito, tempo, saúde, transporte público, essa é a essência do jornal, sem esquecer claro, as notícias factuais, para alcançar um público entre 30 e 100 anos.

Formato mais empregado: Reportagens gravadas, entrevistas de estúdio

Referências

ALBERTI, Verena. **Manual de História Oral**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2005. AMORIM, Maristela. **Os Primeiros Tempos da Televisão em Florianópolis: A TV Florianópolis**. 1984. Não paginado. Monografia – Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

BARBOSA, Ana Paula Goulart RIBEIRO; Marialva Carlos (orgs.). **Comunicação e História: partilhas teóricas**. Florianópolis: Insular, 2011.

BERGESCH, Walmor. **Os televisionários**. Porto Alegre: Ardotempo, 2010.

CAPARELLI, S. **Ditaduras e indústrias culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai**. Porto Alegre: UFRGS, 1989.

CAPARELLI, Sergio *et al.* **Enfim, sós: a nova televisão no Cone Sul**. Porto Alegre: L&PM/ CNPQ, 1999.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: **A Sociedade do Telejornalismo**. Org. Alfredo Vizeu. Petrópolis: Vozes, 2008.

CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e Negócio: a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1996.

EMERIM, Cárilda (org.). **Telejornalismo e pesquisa: resultados e experiências**. Novo Hamburgo: Ed. FEEVALE, 2011.

_____; ALVES, Stefany. **Breve história do formato do programa Jornal do Almoço no RS e em SC**. In: ANAIS do 4º ENCONTRO DO NÚCLEO GAÚCHO DE HISTÓRIA DA MÍDIA. São Borja: UNIPAMPA, 2012.

_____; CAVENAGHI, Beatriz. **Os primeiros vinte anos das emissoras de TV em Santa Catarina**. In: ANAIS do 4º ENCONTRO DO NÚCLEO GAÚCHO DE HISTÓRIA DA MÍDIA. São Borja: UNIPAMPA, 2012.

LIMA, Fernando Barbosa; MACHADO, Arlindo; PRIOLLI, Gabriel. **Os anos de autoritarismo: Televisão & Vídeo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1989.

LOPES, M. Immacolata V. de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2010.

MARCO, Benhur de. **O controle da mídia: elites e a radiodifusão em Santa Catarina**. 1991. 140f. Dissertação (Mestrado) - Centro de Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

MATTOS, Sérgio Ferreira de. **TV Barriga Verde de Florianópolis: estudo de caso do período 1984/1987**. 1992. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2010. PEREIRA, Moacir. **Imprensa e Poder: a comunicação em Santa Catarina**. Florianópolis, Lunardelli, 1992.

_____. **A comunicação em Santa Catarina: Ensino, profissão e modernização**. Florianópolis: Insular, 2012.

PROPAGUE. **Propague: 25 anos de história da propaganda de Santa Catarina**. [S.l.: s.n.], [s.d].

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.

SCARDUELLI, Paulo. **Network de Bombacha: os segredos da TV regional da RBS**. 1996. 143f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SCHIRMER, Lauro. **RBS: da voz-do-poste à multimídia**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

SEVERO, Antunes; GOMES, Marco Aurélio. **Memória da Radiodifusão Catarinense**. Florianópolis: Insular, 2009.

Televisão em Florianópolis: relatos de realizadores¹

Cárlida Emerim²
José Antônio Hüntemann³
Maicon Steffen⁴

Resumo: O presente artigo faz uma sistematização a partir de alguns depoimentos de realizadores com o objetivo de contribuir para a preservação da memória de quem participou da história recente de implantação da televisão em Santa Catarina. Para tanto, a metodologia empregada utilizou-se da pesquisa bibliográfica, da captação de entrevistas e da análise de conteúdos sobre os relatos proferidos, com vistas a esboçar neste texto, alguns dos resultados já conseguidos nas etapas da pesquisa maior que ainda está em curso.

Palavras-chave: Telejornalismo; História da Mídia; Santa Catarina; Relato Oral; Realizadores.

1. Introdução

A história da televisão no Brasil e, por consequência, do telejornalismo, é um percurso recente na academia. Durante muitos anos, a televisão era considerada mídia menor e não se constituía em objeto de pesquisa sobre suas histórias e seus modos de produção. É nesta perspectiva que este artigo se insere e, portanto, propõe contribuir com a análise dos modos de produção da mídia televisiva tentando compreender as relações que esses estabelecem com o percurso histórico e mercadológico das emissoras.

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia, 2014.
 - 2 2 Jornalista, Mestre em Semiótica, Doutora em Processos Midiáticos, professora e pesquisadora da Graduação e Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, líder do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC/CNPq), <carlidaemerim@gmail.com>.
 - 3 3Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq, aluno pesquisador do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC/CNPq); <jose.huntemann@gmail.com>.
 - 4 Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq, aluno pesquisador do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC/CNPq); <maiconsrios@gmail.com>.

O presente artigo foi elaborado partindo de pesquisa bibliográfica e documental além de depoimentos de personagens que participaram da história da televisão em Santa Catarina. Os depoimentos dos personagens de uma história são importantes para acrescentar detalhes e informações percebidos apenas por eles.

A metodologia escolhida remete às fases da pesquisa intitulada **O Telejornalismo em Florianópolis: história e modos de produção**, desenvolvida no âmbito do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina: 1) pesquisa bibliográfica aos jornais da época, teses e dissertações e demais publicações como documentos e fotografias que pudessem auxiliar na reconstituição destes períodos; 2) pré-entrevista com diferentes profissionais para mapear o fluxo dos acontecimentos e identificar mais envolvidos neste processo histórico; 3) gravação de entrevistas em vídeo com pessoas da comunidade, profissionais e pesquisadores sobre o tema e seus desdobramentos e, 4) entre os entrevistados, sistematizou-se uma outra verificação com vistas a identificar quais dessas pessoas que atuaram no período estudado poderiam relatar sobre suas experiências na produção do jornalismo televisivo, buscando mais subsídios para o entendimento da história e dos fazeres jornalísticos.

O artigo apresenta, além dessa introdução, um breve histórico sobre a televisão e o telejornalismo em Santa Catarina e, depois, centra o foco na declaração e depoimentos de três realizadores que não só atuaram nos primeiros anos da televisão, alguns seguem no mercado televisivo, mas personagens que construíram outras histórias importantes na comunicação e no jornalismo do estado.

2. Breve histórico da implantação das primeiras TVs em Florianópolis

As imagens de televisão chegaram a Santa Catarina no início da década de 60, quando outros estados do Brasil já tinham acesso à novidade há cerca de 10 anos. A primeira televisão oficialmente instalada no estado foi a *TV Coligadas*, no ano de 1969, em Blumenau, encerrando as atividades em 1982.

Carro de Externas da TV Coligadas⁵



5 Fotografia retirada do *site*, que cita como fonte da imagem o *Jornal de Santa Catarina*: <http://stmt.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=138:coluna-do-caminha-22072010&catid=30:coluna&Itemid=58>, acessado em 18 de abril de 2011.

Em Florianópolis, capital do estado, os primeiros contatos com essas imagens aconteceram graças aos esforços da Sociedade Pró-Desenvolvimento da TV. O grupo, liderado pelo empresário Darcy Lopes, criou uma rede de repetidoras e fez com que o sinal da TV Piratini, de Porto Alegre, ligada à TV Tupi, chegasse à cidade em 1963.

Passavam os sinais eletrônicos por cinco repetidoras intermediárias localizadas em Osório e Torres, no estado vizinho, e Araranguá, Tubarão e Imbituba, já em Santa Catarina. A manutenção do sistema era dispendiosa. As despesas eram custeadas com contribuições de instituições como o Rotary e o Lyons; o comércio, especialmente o de eletrodomésticos, interessado em vender mais aparelhos; e, em última instância, a Sociedade Pró-desenvolvimento da Televisão recorria aos proprietários de aparelhos que, com todo o direito, queriam o seu investimento traduzido em informação e lazer (PROPAGUE, s.d., p. 31. In: EMERIM e CAVENAGHI, 2013).

A Sociedade fez com que o sinal chegasse até o Morro da Cruz, em Florianópolis, e os moradores da capital puderam, enfim, desfrutar da nova tecnologia. Porém, havia uma limitação: a programação não era local. O conteúdo era marcado pela cultura e fatos do Rio Grande do Sul. Nada mais lógico, considerando que o sinal vinha do estado vizinho.

De acordo com EMERIM e CAVENAGHI (2013) “o jornalista e pesquisador sobre história da mídia, Moacir Pereira, lembra que, por muito tempo, estudantes catarinenses sabiam de cor o nome das principais autoridades do Rio Grande do Sul”, embora não conhecessem os líderes políticos do seu estado, tamanha a influência da televisão.

A única exceção, na época, ficava por conta de um programa semanal com duração de cinco minutos. Ele era apresentado pelo publicitário Antunes Severo, que viajava até o Rio Grande do Sul para, de lá, noticiar os acontecimentos de Florianópolis.

Na década de 1970, a cobertura do Estado estava dividida entre TV Cultura e TV Coligadas. A Cultura transmitia o sinal da Tupi para Florianópolis. A Coligadas transmitia, a partir de Blumenau, a programação da Rede Globo para cerca de dois terços do Estado, inclusive Florianópolis. Até o início dos anos 80 os habitantes, do Oeste catarinense, eram alcançados pelos sinais de emissoras de outros estados: TV Erechim do Rio Grande do Sul, TV Tarobá do Paraná, e até da Argentina, com a TV *Posadas*. A região Norte recebia diretamente o sinal da TV Coligadas e, através de retransmissores, os canais 4, 6 e 12 de Curitiba. (KURTH (2005) *apud* PEREIRA (1992).

Por quase dois anos, os moradores receberam uma transmissão cheia de chuviscos do Rio Grande do Sul. Até que, em dezembro de 1964, entrou no ar a TV Florianópolis, canal 11, com imagens do Arcebispo Metropolitano Dom Afonso Nihues em mensagem de Natal (PROPAGUE, s.d. in EMERIM e CAVENAGHI, 2013).

O empresário de Tubarão (SC) Hilário Silvestre foi o responsável pela instalação da emissora e da antena de retransmissão no centro da cidade. Com recursos próprios, ele comprou o equipamento necessário e o sinal atingia todo o centro da capital e parte do bairro Estreito, no continente. A partir daí, a nova emissora conquistou espaço e prestígio na sociedade florianopolitana.

De acordo com AMORIM (1984), eram veiculadas quatro horas de programação diária, de segunda a sábado, e oito horas aos domingos. Sem recursos técnicos para exibir dois programas ao vivo em seguida, intercalava as atrações de estúdio com exibição de filmes em curta metragem ou de desenhos animados.

A TV abria sempre com um documentário (...). Logo após, por volta das 18h30m, entrava um noticiário. Seguia um outro filme e uma nova programação local, desta vez a apresentação de alguma bateria de escola de samba, entrevistas, shows musicais, de dança e revista. (...) Durante as noites um espaço estava sempre reservado às entrevistas com personalidades da ilha, “senhoras elegantes”, ou alguém de reconhecimento nacional em passagem pela cidade. (AMORIM, 1984, n.p. *apud* EMERIM e CAVENAGHI).

O início das transmissões televisivas abriu caminho para que os moradores de Florianópolis tivessem, também, o primeiro contato com um telejornal. O Tele-Notícias (PEREIRA, 1992, p. 55) era apresentado diariamente por Edison Silveira, já experiente na locução de rádio. Tanto aqui, quanto nas demais regiões do país, foi comum ver os profissionais do radiojornalismo migrarem para a TV.

A TV Florianópolis, porém, não durou muito. Funcionou por apenas quatro meses e, em março de 1965, fechou as portas. São dois os motivos que cerceiam o fim da emissora: um, seria a queda da torre de transmissão depois de um forte vendaval e o outro, um laço oficial do Conselho Nacional de Telecomunicações – CONTEL – proibindo as atividades da emissora. Anteriormente ao fechamento da emissora, em 1964, foi aberto o edital de concorrência para o primeiro canal de TV da cidade e a TV Florianópolis participou. Porém, ela foi desclassificada por problemas no texto de seu contrato social (AMORIM, 1984).

Florianópolis só voltaria a ter uma emissora de TV seis anos mais tarde com a chegada da TV Cultura, canal 6, em 31 de maio de 1970. Ela funcionava com equipamentos emprestados pela TV Tupi. Depois de adquirir aparelhagem própria, foi uma das poucas a participar da primeira transmissão de TV em cores no país, em 1972. A TV Cultura também foi a pioneira na transmissão ao vivo do carnaval da cidade. A programação era marcada por programas da TV Tupi e pela valorização de assuntos locais. Isso deu prestígio à emissora entre os florianopolitanos.

A TV Cultura, única instalada na capital até então, tinha uma identidade forte com a população florianopolitana pela produção de conteúdo local. Porém, de acordo com

PEREIRA (1992), a emissora carecia de esquema de jornalismo profissional, de uma boa programação de rede nacional e de equipamentos (p.140).

Nove anos depois surgiu a segunda emissora da cidade. A Rede Brasil Sul implantou em Florianópolis, a partir da TV Catarinense, o mesmo modelo que possuía no Rio Grande do Sul. Lá, ela foi pioneira no Brasil ao montar uma rede regional de emissoras. Aqui, chegou com cautela e ambição, amparada por uma cuidadosa pesquisa mercadológica.



Mauricio Sirotsky Sobrinho na inauguração da TV Catarinense, em 1979⁶.

A TV Catarinense da RSB TV chegava com câmeras modernas que filmavam em cores e ilhas de edição que mudariam a forma de fazer televisão e telejornalismo na cidade e no estado. Como Rede Globo e RBS já eram parceiras no Rio Grande do Sul, passou a ampliar os negócios também aqui no estado.

A TV Barriga Verde (TVBV) foi o terceiro canal de televisão de Florianópolis. Ela entrou no ar em agosto de 1982, retransmitindo a programação da TVS e, logo nos dois primeiros anos, a emissora conquistou uma janela de seis horas diárias de programação local, de acordo com MATTOS (1992).

Os programas comunitários, de variedades e telejornais buscavam valorizar a cultura do estado. Três anos depois, em 1985, a TV Barriga Verde filiou-se à Rede Manchete, que restringiu a produção da emissora a um único telejornal diário. Hoje ela é afiliada ao Grupo Bandeirantes e, em 2012, passou a utilizar o nome Band SC.

Relato resumido dos personagens entrevistados

Antunes Severo

Um dos precursores da História do Rádio e televisão catarinense, Antunes Severo ainda hoje se dedica à atividade de comunicação no estado. Juntamente com Ricardo Meideiros, dirige o Instituto Caros Ouvintes, que preserva a memória do rádio catarinense.

6 Fotografia extraída do site do grupo RBS: <<http://www.gruporbs.com.br/nossa-historia/>>, acessado em 23 de janeiro de 2012.



Antunes Severo em atuação no rádio catarinense⁷

Natural de Rosário, no Rio Grande do Sul, escolheu Florianópolis para viver no final da década de 1950. Até os 17 anos, Antunes Severo não sabia ler. Aprendeu com um vendedor de uma loja em sua cidade natal. Formado em administração, é um dos maiores nomes do pioneirismo do telejornalismo em Santa Catarina, principalmente na Capital.

Iniciou a carreira no rádio, ainda em sua cidade Natal. Logo após foi para o serviço militar, em Três Corações, Minas Gerais. No colégio onde foi estudar, Severo apresentava um programa da rádio local. Ficou quase um ano comandando um programa de auditório. Foi aí que pediu para rescindir o contrato com o exército. Acabou sendo transferido para um batalhão de Santa Catarina e aqui seus primeiros contatos com o rádio foram em Lages, mas não ficou muito entusiasmado.

Por lá fez amizade com um rapaz que era locutor de uma rádio de Rio Negro no Paraná. Severo ficou seis meses nessa rádio e depois se mudou para Curitiba, onde ganhou grande prestígio como animador de programas de música e humor. Além disso, Severo atuou como locutor, repórter, apresentador e produtor.

Em 1956 já estava em sua quarta emissora. No mesmo ano, juntamente com um amigo, veio para Florianópolis, e nos primeiros dias aqui já começou a trabalhar na rádio Diário da Manhã. De acordo com Severo, ainda em 1956, foi feita a primeira transmissão de um programa de auditório em circuito fechado na capital catarinense. Foram colocadas duas televisões na marquise da rádio Diário da Manhã, localizada onde é hoje o banco Bradesco na praça XV de novembro, no centro.

As câmeras foram ligadas diretamente aos aparelhos de TV. As pessoas se juntaram na praça para assistir. Após sair da rádio, partiu para publicidade, universidade e criou outras organizações com a ADVB (Associação de Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil).

7 Fotografia extraída do site: <<http://www.ulustosa.com/LOCUTORES%20-%20Antunes%20Severo.htm>>, acessado em fevereiro de 2012.

Sua entrada na televisão ocorreu na TV Florianópolis, onde após ser entrevistado em um programa da emissora foi convidado para ser diretor de broadcasting. Montaram uma grade com programas de auditório, de telejornalismo e de filmes de embaixadas. Sintonizando o canal 11, o telespectador contava com duas horas de programação, das seis às oito da noite. Os recursos da época não permitiam capturar imagens externas ao estúdio. Era necessário que fosse tudo ao vivo.

O telejornal começava por volta das seis e trinta. Era tudo muito simples. Um apresentador, uma mesa e duas câmeras. O microfone ficava sobre a mesa e o texto na frente. Uma câmera era direcionada para o apresentador e a outra para um cavalete que mostrava imagens estáticas dos assuntos que estavam sendo abordados. Logo depois passaram a exibir publicidade nos cavaletes.

O conteúdo do telejornal era pobre do ponto de vista técnico, mas tinha qualificação noticiosa. As notícias que já haviam sido noticiadas nos programas de rádio no horário da manhã não eram reproduzidas. Evitando “mastigar o tema”. Como a TV não era licenciada, não era permitido anúncios publicitários. A ordem das notícias era: primeiro locais, depois estaduais, nacionais e internacionais. O maior enfoque era para notícias locais.

O fim da TV Florianópolis ocorreu quatro meses depois de sua inauguração. Ainda há controvérsias em relação ao fechamento da emissora. Alguns dizem que houve interferência do Ministério das Comunicações. Na mesma época ocorreu a queda da antena de transmissão. Não se sabe se foi o vento ou alguém com a intenção que derrubou o equipamento. Esse fator é considerado por alguns o motivo que encerrou as atividades da emissora.

Antunes Severo foi um dos primeiros funcionários da Rede Brasil Sul (RBS) aqui em Santa Catarina. Em 1982 foi convidado a dirigir o sistema de rádios da emissora no estado.

Moacir Pereira

Moacir Pereira é um dos grandes nomes do jornalismo catarinense. Já dedica 48 dos seus 68 anos de vida a profissão. Teve papel importante na história do jornalismo no estado. Foi criador e primeiro Coordenador do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), o primeiro curso no estado.

Pela mesma universidade se graduou em Direito em 1968 e, anos depois, graduou-se como Mestre em Ciência Política. Ocupa a cadeira de número 3 na Academia Catarinense de Letras e possui diversas publicações, muitas delas tratando as censuras sofridas no jornalismo e os movimentos populares.

O início de sua carreira na área do jornalismo ocorreu em 1967, enquanto era aluno do curso de Direito. Atuava como assessor da reitoria na gestão João David Ferreira Lima. No início da década de 70, paralelamente ao trabalho como jornalista no Jornal *O Estado*, foi professor da disciplina de Estudos dos Problemas Brasileiros no Departamento de Geociências.

O jornalista atua na rádio, na TV, nos jornais impressos e no *online*.⁸



Foi presidente do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina em 1974, nas eleições que elegeram Osmar Schillingman. Moacir havia ficado na segunda colocação, mas como Schillingman acabou sendo vetado pelo 5º Distrito Naval que era controlado pelo Sistema Nacional de Informação (SNI) do Governo Militar, Moacir assumiu a presidência.

Em 5 de novembro de 1979 foi ao ar a primeira edição do programa Jornal do Almoço (JA), na RBS TV em Santa Catarina. Pereira participou da primeira edição como comentarista geral. Desde essa época era muito crítico.

Sempre teve muita autonomia, era ele quem escolhia o tema que iria abordar. Permaneceu no JA até 1986, quando foi implantado o Diário Catarinense, também do Grupo RBS. Desde então mantém uma coluna com assuntos políticos diversos.

Além da coluna, Moacir continua fazendo comentários eventuais nos telejornais da RBS e TV Com e, também, em programas da Rádio CBN Diário. Sua temática principal é a política e a economia do estado e seus comentários sempre trazem o contraponto, opinando, porém, oportunizando aos receptores a compreensão sobre os lados envolvidos na notícia.



Participação do comentarista no programa JA, de Florianópolis.⁹

8 Imagem retirada do site: <<http://gruporbs.clicrbs.com.br/blog/2012/08/22/diario-catarinense-participa-do-simposio-judiciario-e-imprensa/>>, acessada em 23 de agosto de 2012.

9 Imagem retirada em *print screen* do site do G1 SC, em 28 de fevereiro de 2014, do programa JÁ de 27 de fevereiro de 2014.

Na mesma época em que estreou no JA veio a ideia de criar o Curso de Jornalismo em Santa Catarina, até então inexistente. Fato que Moacir considerava “inconcebível” que um estado como este não possuísse um único Curso de Comunicação. Moacir enfrentou vários impasses por querer criar um curso de jornalismo no momento em que o país era governado pela Ditadura Militar. O reitor da época era o Prof. Caspar Erich Stemmer, que comenta a criação do curso no livro *A História da Comunicação em Santa Catarina*.

Houve a informação de que os militares queriam distância do jornalismo e dos jornalistas. Mas, da parte do governo militar, não tive nenhum problema. Uma vez, quando fui a Brasília para uma reunião do Conselho de Reitores, encontrei o professor Amadeu Cury, diretor do Ensino Superior do Ministério da Educação. Disse que precisava do auxílio dele para criar o Curso de Jornalismo. Ele respondeu: ‘Eu vou apoiar porque você me solicita. Mas não recomendo. Estes dois cursos vão incomodá-lo. A Arquitetura tem uma tendência esquerdista muito forte e costuma ter mulheres e veados. E o Jornalismo questiona demais, é muito crítico. (PEREIRA, Moacir, 2012, p. 146-147)

A criação do curso de Jornalismo se consolidou em 1981, com muita dificuldade, por falta de recursos. Moacir Pereira é, na atualidade, o principal articulista político do Grupo RBS no estado catarinense, atuando em todos os veículos do grupo.

Maria Odete Olsen

Maria Odete Olsen trabalhava na TV Coligadas de Blumenau, afiliada a Rede Globo de Televisão. Posteriormente, a emissora foi comprada pela RBS, tornando-se RBS TV Blumenau. Em 1983 veio para RBS TV Florianópolis como Coordenadora das Sucessais do Interior e, também, como apresentadora do Bom Dia Santa Catarina.

Seguiu carreira na televisão e, do Bom Dia Santa Catarina, foi para o Jornal do Almoço (JA), no qual atuou como apresentadora entre 1986 a 1996.

Na época que Maria Odete apresentava o Jornal do Almoço, o formato era de revista, com mais ênfase à cultura, apresentando geralmente uma reportagem de abertura, uma entrevista, o quadro do jornalista Cacau Menezes – presente até hoje – uma entrada de notícias no interior do programa com a Rede Regional de Notícias, os colunistas fixos e comentaristas. Para Maria Odete, o enfoque mais popular que o programa tem se dedicado nos últimos anos surgiu de algumas reportagens de um quadro intitulado *Tribuna do Povo*, onde a população fazia as suas reclamações.

Outra característica surgida no final dos anos 1980 e início dos 1990 foi a descontração na condução do JA, presente até hoje no programa vista nas passagens entre os apresentadores e no próprio tratamento das reportagens. Segundo a jornalista, a grande audiência que o Jornal do Almoço alcança até hoje advém do quadro *Jornal da Praça*, que levava a equipe do programa a sair do estúdio e transmitir o jornal ao vivo de dife-

rentes regiões do estado, pelo menos uma vez por mês, durante três anos. Pelas inovações que imprimiu à produção, em 1990 o JA foi premiado com o Top de Marketing da ADVB. Depois de sair do JA e também do Grupo RBS, Maria Odete ficou longe das câmeras por três anos, mas voltou para outro grande grupo de comunicação do estado, o SBT, no qual trabalhou na produção do SC 2000, por quase dois anos.



Maria Odete Olsen no programa Educação e Cidadania¹⁰

Com a experiência de entrevistadora, percebeu nos programas temáticos uma oportunidade de estar mais próxima do público catarinense e criou o programa de entrevistas *Conexão Santa Catarina*, que entrevistava personagens do estado catarinense que ganhavam destaque nacional ou internacional. Cada gravação gerava cerca de oito fitas e as edições em torno de uma semana para decupar e montar o programa. Maria Odete Olsen trabalhou por 17 anos no Grupo RBS, 10 anos na TVBV (afiliada da TV Bandeirantes em Santa Catarina), passou pelo SBT (onde trabalhou por 8 meses) e atualmente é Coordenadora e Apresentadora na Record News, do Grupo RIC Record de Santa Catarina, afiliada da Rede Record de Televisão.

4. Considerações sobre o telejornalismo no estado catarinense

O desenvolvimento do setor de radiodifusão em Santa Catarina, assim como outros estados, ganhou impulso durante o regime militar no Brasil. Cabe lembrar que este setor era considerado estratégico e por isso, utilizado como ferramenta de consolidação da ideologia autoritária.

Em nome da segurança nacional, as legislações foram reiterando a concepção de que a mídia radiofônica e televisiva é um bem público e como tal deve ser regulado pelo Estado, como bem aponta SIMIS (2006). Pesquisadores, como Ada Silveira (2002), des-

¹⁰ Foto retirada do site: <<http://paulobauer.com.br/senador/2012/02/senador-sera-entrevistado-no-programa-educacao-e-cidadania/>>, acessado em 22 de dezembro de 2013.

crevem que, no período da ditadura militar, o Brasil era, na América Latina, o mercado mais promissor em termos de radiodifusão.

Mas em Santa Catarina, o desenvolvimento foi lento e difícil, em razão dos altos custos dos equipamentos e de da diversificação de mercado. Assim, o estado começou a ter uma significativa produção televisual jornalística a partir do início dos anos 80, o que também culminou com o início do processo de abertura política. Os modos de produção no início do telejornalismo em Santa Catarina eram precários, quase artesanais, muitas práticas advinham do “fazer intuitivo”, sem ter nenhuma relação com a técnica de produção televisiva ou com o jornalismo de televisão.

A estrutura cara, de equipamentos grandes e pouco funcionais, estabeleceu uma hegemonia dos programas de estúdio em detrimento dos programas de rua ou fora dos locais de produção (o que conferia mais domínio dos profissionais sobre o que era exibido).

Os profissionais oriundos do rádio não tinham parâmetros televisivos a seguir, o que lhes possibilitava, ao mesmo tempo, liberdade de ação e muitos erros sobre tentativas de comunicação e modos de fazer.

O tempo de permanência no ar dos programas locais eram maiores o que lhes permitia mostrar e aprofundar os acontecimentos e relatos das pessoas que integravam a sociedade regional. As praças (emissoras e sucursais distribuídas pelo interior do estado) tinham muito espaço de produção e de visibilidade na grade estado, o que privilegiava, também, o formato do AO VIVO.

Ao se estudar a história da televisão e o telejornalismo em Santa Catarina percebe-se que há muitos materiais em publicações *online* que tratam episódios diferenciados, mas que são difíceis de serem encontrados, pois não estão sistematizados. A fase atual da pesquisa é a de buscar esta ordenação e propor um local único (na web) para que todas estas referências possam ser acessadas e catalogadas com o objetivo de manter o percurso de restabelecimento da história da mídia televisão no sul do país, centrando o foco em Santa Catarina.

Referências

ALBERTI, Verena. **Manual de História Oral**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2005.

AMORIM, Maristela. **Os Primeiros Tempos da Televisão em Florianópolis**: A TV Florianópolis. 1984. Não paginado. Monografia – Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

BALDESSAR, Maria José; CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). **Jornalismo em Perspectiva**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005.

CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e Negócio**: a RBS em Santa Catarina. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1996.

- LAVRATTI, Ana. **Antunes Severo: o menino do arroio Itapevi**. Florianópolis: Insular. 2012.
- LOPES, M. Immacolata V. de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2010. MARCO, Benhur de. **O controle da mídia: elites e a radiodifusão em Santa Catarina**. 1991. 140f. Dissertação (Mestrado) - Centro de Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- MATTOS, Sérgio Ferreira de. **TV Barriga Verde de Florianópolis: estudo de caso do período 1984/1987**. 1992. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- MATTOS, Sérgio. **História da Televisão no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2010. PEREIRA, Moacir. **Imprensa e Poder: a comunicação em Santa Catarina**. Florianópolis, Lunardelli, 1992.
- _____. (Org.). **Altino Flores: fundador da ACI**. Florianópolis: Editora Insular, 2010.
- _____. **A comunicação em Santa Catarina: Ensino, profissão e modernização**. Florianópolis: Insular, 2012.
- PROPAGUE. **Propague: 25 anos de história da propaganda de Santa Catarina**. [S.l.: s.n.], [s.d].
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.
- SARDÁ, Laudelino José (Org.). **Da Olivetti à internet**. Tubarão: Editora Unisul, 2007.
- SCARDUELLI, Paulo. **Network de Bombacha: os segredos da TV regional da RBS**. 1996. 143f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- SCHIRMER, Lauro. **RBS: da voz-do-poste à multimídia**. Porto Alegre: L&PM, 2002. SEVERO, Antunes; GOMES, Marco Aurélio. **Memória da Radiodifusão Catarinense**. Florianópolis: Insular, 2009.

Referência obtida na internet

- EMERIM, Cárlica; ALVES, Stefany. **Breve história do formato do programa Jornal do Almoço no RS e em SC**. In: ANAIS do 4º ENCONTRO DO NÚCLEO GAÚCHO DE HISTÓRIA DA MÍDIA. São Borja: UNIPAMPA, 2012.
- _____; CAVENAGHI, Beatriz. **Os primeiros vinte anos das emissoras de TV em Santa Catarina**. In: ANAIS do 4º ENCONTRO DO NÚCLEO GAÚCHO DE HISTÓRIA DA MÍDIA. São Borja: UNIPAMPA, 2012.
- KURTH, Estela. **Uma análise da história escrita das redes de televisão no Brasil: contribuições e limites**. In: ANAIS do III Encontro Nacional de Pesquisadores em História da Mídia. FEEVALE: Novo Hamburgo, 2005.

A construção da representação da periferia no Jornal do Almoço/RBS TV¹

Tiane Dias Canabarro²
Flavi Ferreira Lisbôa Filho³
Darciele Paula Marques Menezes⁴

RESUMO: O presente artigo busca compreender apropriação da representação social pelo discursivo televisual, ou seja, sua conversão em um discurso midiático. Durante todo o desenvolvimento do texto há aproximações de perspectivas sociológicas com a abordagem comunicacional, na tentativa de compreender em que momento a instância social é atravessada pela midiática, quando se trata de um âmbito discursivo. Assim, buscamos constituir um fragmento analítico que permitisse identificar a essência da representação de periferia, exibida em reportagens do Jornal do Almoço da emissora RBS TV de Porto Alegre-RS.

Palavras-chaves: Televisão; Representação Social; Representação Midiática.

Introdução

A constituição da representação midiática é repleta de elementos advindos da esfera social e cultural, por isso, a importância de analisar a representação midiática como uma releitura dos processos sociais e culturais. Assim, é inegável que o espaço midiático ocupa um lugar significativo nas representações e na construção das identidades e vice-versa, pois permite formas de reconhecimento ou a negação e/ou exclusão de sujeitos em relação a determinadas situações ou posições.

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da UFSM. Membro do GP Estudos culturais e audiovisualidades, email: <tiane.canabarro@hotmail.com>.
 - 3 Professor do Programa de Pós Graduação da UFSM, Pesquisador do GP Estudos culturais e audiovisualidades, email: <flavilisboa@gmail.com>.
 - 4 Doutoranda em Comunicação em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria e Mestre em Comunicação pela mesma Universidade, Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Pampa. Atualmente, é Professora Substituta do Curso de Comunicação Social- Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: <darciele.marques@hotmail.com>.

Estudar o campo midiático e seus respectivos processos de representação consiste em examinar “sua onipresença e sua complexidade. Estudá-la como algo que contribui para a nossa variável capacidade de compreender o mundo, de produzir e partilhar significados” (SILVERSTONE, 2002, p.13), enfim, analisar as representações tecidas no discurso midiático é, sobretudo, produzir inúmeras questões, com a possibilidade de não encontrar respostas qualificadas (PÊCHEUX, 2012).

Assim, o presente estudo que toma como objeto o discurso televisual, em especial, as matérias jornalistas no *Jornal do Almoço*, que apresentam de maneira linear a proximidade do jornalismo com a periferia, despertando diferentes sentidos de posições dos sujeitos e respectivos contextos através do cenário televisivo. Neste sentido, busca-se tensionar a teoria da representação no espaço televisivo a partir da teoria da representação social, originada no campo da sociologia e da filosofia combinada aos questionamentos da teoria dos Estudos Culturais.

O espaço discursivo televisual por meio do engendramento das representações que conformam discursos específicos é capaz de estabelecer um registro social e cultural da sociedade, que poderá visualizar as construções discursivas como práticas sociais de um determinado período e contexto. “[...] A análise da cultura da mídia em sua matriz de produção e recepção ajuda a elucidar suas produções e seus possíveis efeitos e usos, bem como os contornos e as tendências dentro do contexto sociopolítico mais amplo” (KELLNER, 2001, p. 13).

Mesmo em tempos de convergência e interatividade proporcionada pelas redes sociais, não é possível desfocar a importância do dispositivo televisivo no que se refere à construção das representações midiáticas. Os modos de produzir o discurso televisual são ilustrados pela representação do próprio meio e também, a representação daqueles a quem se pretende atingir.

Assim, a partir da abordagem sobre a cultura, a identidade e as representações, os Estudos Culturais originados na Inglaterra nos anos 1950, possibilitam um entendimento sobre os respectivos conceitos que estão para além da Indústria Cultural tomam a forma de práticas vividas, conforme Raymond Williams (2003). Os representantes desta teoria tiveram suas bases sustentadas na Teoria Marxista. Embora, não limitassem a cultura à reprodução de massa, pois sua aproximação ao marxismo permitia pensar as relações sociais como produtoras de significados. Neste estudo, sustentamos o entendimento do discurso televisivo como uma instância de produção de sentido.

A fim de sistematizar o entendimento da construção discursiva no ambiente televisivo, primeiramente será realizada uma breve abordagem sobre a representação social, que de acordo com Maria Cecília Minayo (1995), a representação social relaciona-se com as percepções da realidade que possuímos e que são reproduzidas no ambiente social. Num segundo momento reflexão sobre representação social será tensionado com as matérias jornalistas sobre periferia no *Jornal do Almoço/RBS TV*, exibido ao meio-dia na RBS TV, emissora afiliada da Rede Globo.

Para a realização da pesquisa foram capturadas quatro matérias jornalistas do *Jornal do Almoço* entre os meses de setembro e dezembro de 2013, as quais abordavam em seu discurso a periferia e as pessoas que dela fazem parte. Assim, foi delimitada uma matéria por mês, trazendo a periferia como assunto principal e recorrente no telejornal, que diferentemente das matérias jornalísticas destinam um tempo maior de visibilidade e de fala para estes sujeitos integrantes da periferia. Assim, este estudo busca tencionar o fragmento teórico e analítico como forma metodológica.

A representação social: contextos e abordagens

Sociólogo e filósofo Henri Lefebvre dedicou seus estudos a pensar as representações como produções de sentido que são realizadas pelos sujeitos, nas decodificações do cotidiano. Para Lefebvre (1983, p. 223) “as representações fazem às vezes de mediadoras: umas se consolidam modificando, por sua vez, o concebido e o vivido; outras circulam ou desaparecem sem deixar pistas”. Entendemos assim, a representação como uma prática social: produtora de sentido e mediadora dos significados, uma vez que interpela as pessoas, seus contextos e suas rotinas.

A definição de representação é utilizada de outras formas, por outros autores. Na interpretação de Freire Filho (2005, p. 18) “[...] o termo designa, também, o uso dos variados sistemas significantes disponíveis (textos, imagens e sons) para ‘falar por’ ou ‘falar sobre’ categorias ou grupos sociais, no campo de batalha simbólico das artes e da indústria da cultura”. Neste sentido, sua abordagem torna-se fundamental para a análise proposta, uma vez que todos os elementos presentes na construção discursiva direcionam o modo de interpretação da mensagem televisual.

Ainda, sobre o conceito de representação trazemos reflexões sobre a representação social através dos estudos de dois sociólogos: Max Weber e Durkheim conforme propõe Minayo (1995), a representação social pode ser entendida como a “visão de mundo”, já na abordagem de Weber há uma combinação entre o espaço das ideias e o espaço material, onde as ideias estão vulneráveis a sistemas de dominação. Esse cotidiano de que fala Weber, onde as ideias convergem com a matéria e produzem significações culturais.

Para Durkheim as representações estão relacionadas com a realidade social (MINAYO, 2005). É o que ele chama de representações coletivas estruturadas em atos sociais, que podem gerar uma coerção uma vez que o coletivo exerce uma força nos indivíduos. Esse coletivo é a soma de concepções individuais que normatiza o social.

A normatização do social levantada pela autora Minayo (2005) se aproxima muito do movimento do discurso televisual atual, que busca representar estilos de vida, as situações que retratam o modo de organização dos indivíduos, ou seja, os modos de vida de uma sociedade repleta de diferenças. Assim, o discurso televisivo insere o cotidiano como pauta estrutural do seu discurso, que propicia a manutenção ou dá margem para

a constituição de novas práticas sociais e/ou culturais. Sobre a importância da televisão Roger Silverstone diz que:

[...] representa o ordinário e o contínuo. Em sua unicidade, é absolutamente típico – um elemento na constante mastigação da cultura cotidiana pela mídia. Seus significados dependem de saber se realmente o notamos, se ele nos toca, choca, repugna ou atrai, enquanto entramos, atravessamos e saímos do ambiente midiático cada vez mais insistente e intenso (SILVERSTONE, 2002, p. 12).

Completando a reflexão de Silverstone (2002), quanto à importância do próprio meio na construção desta representação, Lúcia Santaella (2006), ressalta que as características do meio constituem um fator significativo de interpretação, no caso da instância televisual, o texto e a imagem possuem uma força expressiva, pois “[...] toda a imagem representada, ou seja, corporificada em um suporte de representação, coloca em ação conceitos representativos que são próprios daquele suporte ou dispositivo” (SANTAELLA, 2006, p. 176).

A instância televisual é condicionada a construir e transmitir representações no interior do texto dos seus programas em conformidade com os propósitos da emissora de televisão, ou seja, no caso da RBS TV busca-se estreitar os laços com os seus telespectadores, fato que é evidenciado no discurso da emissora e seus respectivos programas.

A representação no discurso mediático

As representações que constituem o discurso midiático efetuam de certa maneira uma reflexão dos interesses da própria televisão dotado de uma estrutura e organização particular, portanto, significativa na produção de sentidos, “[...] em que o social está sendo constantemente reproduzido” (SILVERSTONE, 2002, p. 30). E nessa reprodução está sua afirmação como verdade.

Quando observadas as construções discursivas televisuais, percebe-se que a representação é amplificada pelo suporte imagético, capaz de (re)construir a partir da esfera simbólica. “As narrativas e as imagens vinculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje” (KELLNER, 2001, p. 9).

Os fragmentos de uma cultura podem ser reengendrados no espaço midiático, tornando-se fatores de reconhecimento, dominação ou reafirmação, desta forma estabelecem relações de poder que podem incluir ou excluir os sujeitos e suas representações. Assim, o espaço midiático também é um ambiente de circulação de poder onde as representações pertencem a um sistema de forças conduzido pelas construções discursivas.

A cultura da mídia é um terreno de disputa nos quais grupos sociais importantes e ideologias políticas rivais lutam pelo domínio, e que os indivíduos vivenciam essas lutas por meio de imagens, discursos, mitos e espetáculos veiculados pela mídia (KELLNER, 2001, p. 10-11)

Este terreno, no qual se refere Kellner, também é reconhecido e estruturado como campo midiático por Pierre Bourdieu (2003), que entende como um campo onde as práticas sociais possuem visibilidade, reforçando representações já existentes no cotidiano. O campo midiático possui uma organização própria normatizada pelos regulamentos da mídia. Sobre as estruturas dos campos, apontamos o campo midiático dentro deste jogo de forças pela representação e pela visibilidade de uma produção de sentido legitimada.

O campo da mídia não é apenas um dispositivo de produção das representações dos cenários onde se travam e se diferenciam os atores sociais, mas o lugar singular que trata de modelizar as possibilidades e construção dos modos de inteligibilidade das atualidades (FAUSTO NETO, 2002, p.501)

O discurso midiático é uma organização encadeada de signos cuidadosamente construída, deixando evidentes as marcas interpretativas. “Uma das principais características do discurso midiático é o fato de se apresentar como um discurso acabado e de funcionar aparentemente sem intermitência nem vazios” (RODRIGUES, 2002, p. 217). Os vazios presentes no discurso televisual não são explícitos e nem passíveis de reflexão, pois o propósito está em outro lugar que não a obviedade, mas no simbólico, assim dificilmente as marcas dessa construção que busca delimitar o sentido e construir a representação são percebidas. Embora, desde a sua produção haja normas e formatos que garantem a estruturação do discurso e da sua produção de sentidos. “O “real”, socialmente produzido pela mídia é produto de uma série de interações e movimentos de sentidos” (MORIGI, 2004, p. 9). Deste modo, a produção de significados não é imparcial, raramente é democrática, e por ser cotidiana é pouco reflexiva.

Neste sentido, o espaço midiático também pode ser caracterizado como um espaço social, onde circulam as identidades e representações. Ainda, que constituído de características metafóricas da realidade, a representação torna-se importante na estrutura social, na identificação, no pertencimento e na ideologia de uma comunidade. “Na realidade, a representação implica uma prática, uma produção de sentido – ‘o que, subsequentemente, veio a ser definido como uma ‘prática significante’. Os meios de comunicação são agentes significantes” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 69). A mídia funciona como um instrumento facilitador/disseminador de discursos que buscam aceitação, pertencimento e reconhecimento das culturas e das identidades.

[...] a representação é, como qualquer sistema de significação, uma forma de atribuição de sentido. Como tal, a representação é um sistema linguístico e

cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado as relações de poder (SILVA, 2000, p. 91).

A produção de sentidos proposta pelo discurso midiático deixa pistas das relações de poder ainda na esfera da produção. Na primeira parte da estruturação dos significados estão presentes as relações de poder que nela interferem. Relações nítidas ou mascaradas que deixam marcas interpretativas. Althusser (*apud* HALL, 2003) afirma que a representação não se materializa no vazio, mas na produção de sentido efetivada nas relações sociais. Não há a possibilidade de pensar a representação isolada das estruturas sociais, as quais ela busca definir “o social nunca está fora do semiótico” (HALL, 2003, p. 169). Deste modo, a produção midiática parte de relações sociais, da busca por identidade (incluindo a identidade do próprio meio) e de representações já legitimadas na instância social.

Nas mídias, em especial na televisiva, as representações comuns se fortalecem, os indivíduos se reconhecem e compartilham uma experiência comum. “Quem tem o poder de representar, tem o poder de definir e determinar a identidade. É por isso que a representação ocupa um lugar tão central na teorização contemporânea sobre identidade [...]” (SILVA, 2000, p. 91), e nas mídias encontra espaço de reafirmação ou resistência.

Embora, entendemos a mídia como uma prática social, um lugar de produção, disseminação e circulação de significados, não a reconhecemos como uma prática social natural, pois não origina-se da necessidade individual ou coletiva mas da própria organização e estrutura dos meios. “O processo de significação dos *media* difere de outros processos precisamente porque o que esta prática social produz é um objeto discursivo, logo, o que o diferencia enquanto prática é a articulação de elementos sociais e simbólicos” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 71). Elementos carregados de sentidos que buscam, insistentemente, interpelar os sujeitos e mediar outras práticas.

A periferia no Jornal do Almoço da RBS TV

O telejornal Jornal do Almoço⁵ é exibido de segunda a sábado ao meio dia na RBS TV, afiliada da rede globo. O telejornal possui 45 minutos de duração, durante este tempo exibe informações sobre acontecimentos factuais, culturais, esportivos, música, comentários e entrevistas. Exibido pela primeira vez em 10 de outubro de 1974, o telejornal completa quarenta anos no ar e lidera os índices de audiências da RBS TV.

Para a seleção das quatro matérias jornalísticas, exibidas durante os meses de setembro, outubro, novembro e dezembro, utilizamos como critério o factual que envolvesse a rotina ou o ambiente em comunidades da periferia do estado do Rio Grande do Sul e que foram exibidas no telejornal regional. Com o objetivo de identificar constru-

5 Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/jornal-do-almoco.html>>. Acesso em 27 de fevereiro de 2014.

ções discursivas que apontem para a representação da marginalização, vulnerabilidade e exclusão.

A **primeira reportagem** analisada é datada no dia 2 de setembro⁶, produzida pela repórter Vanessa Filipe. A matéria tem duração de 2 minutos e 45 segundos. A reportagem trata-se de um rompimento causado em um dique no bairro Sarandi. O que podemos perceber é a descrição de um ambiente caótico onde é apresentado o sofrimento de centenas de famílias. As pessoas estão completamente expostas, seja na individualidade ou na coletividade. As imagens ilustram as perdas materiais e o desespero diante dos alagamentos. A repórter entra nas residências e mostra aos telespectadores, as casas, os móveis, as roupas destruídas pela água. As pessoas tentam reorganizar seu espaço, enquanto a mídia narra os acontecimentos. A representação que prevalece é a da vulnerabilidade e a do sofrimento.



Reportagem “Polícia investiga o que pode ter causado o rompimento do dique que alagou o bairro Sarandi”.

A **segunda reportagem** foi exibida no dia 3 de outubro⁷, produzida pelo repórter Manoel Soares. A matéria tem duração de 3 minutos e 52 segundos. A reportagem narra uma iniciativa de sucesso em uma comunidade da Cidade de Santa Cruz do Sul, iniciativa de natureza pedagógica da escola Alfredo José Kliemann para reduzir os índices de violência. A comunidade, através da imagem, denota a pertença de um ambiente marginalizado, mas emerge um “certo” reconhecimento pelas ações que reduzem esses estereótipos. Embora, no discurso dos professores e alunos apareçam marcas da diferença, como a citação da violência e a falta de um ambiente seguro. A aluna Carem Gabriela Lopes descreve que fora do ambiente criado pela escola para promover a conversa e o debate (no caso a Oca da paz), é comum discussões e violência verbal entre os jovens. Guilherme Alves, também aluno, diz “Conversa, resolve os problemas e passa a vontade de dar umas pancadas”. Constrói-se, deste modo, uma representação relativa à marginalização e violência.

6 Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/porto-alegre/v/policia-investiga-o-que-pode-ter-causado-o-rompimento-do-dique-que-alagou-o-bairro%20sarandi/2797301/>>. Acesso em 27 de fevereiro de 2014.

7 Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/porto-alegre/v/escola-publica-de-santa-cruz-do-sul-rs-aposta-no-dialogo-para-superar-conflitos/2865117/>>. Acesso em 27 de fevereiro de 2014.



Reportagem “Escola Pública de Santa Cruz do Sul,RS,aposta no diálogo para superar conflitos”.

A **terceira reportagem** foi exibida no dia 26 de novembro⁸, também do repórter Manoel Soares. A matéria tem duração de 4 minutos e 45 segundos. Neste caso, o discurso televisual retorna a comunidade para verificar o que mudou depois que um menino foi atropelado na frente da Escola Municipal Chapéu do Sol. Durante o transcorrer da reportagem, percebemos através das imagens a representação da vulnerabilidade apresentada na região. Na composição imagética é ressaltada a falta de calçadas e sinalização de trânsito, que obriga os pedestres e os automóveis a dividirem o mesmo espaço nas ruas da comunidade.



Reportagem “Manoel Soares volta ao local onde aluno foi atropelado ao sair de escola há cinco meses”.

Na frente da escola onde houve o atropelamento, foi instalada de uma lombada para reduzir a velocidade e uma faixa de pedestres, que já se encontra com a pintura danificada. Na própria fala do repórter percebemos que a situação não está solucionada “Conseguimos melhorar, mas não resolvemos” afirma o repórter. A fala da diretora da escola é gravada na rua diante das deficiências estruturais do bairro.

A **quarta reportagem** foi exibida no dia 5 de dezembro⁹ e produzida pela repórter Renata Salinet. A matéria tem duração de 4 minutos e 56 segundos. A pauta centra-se em um projeto social realizado na cidade de Alvorada, que busca incluir os jovens

8 Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/porto-alegre/v/manoel-soares-volta-a-local-onde-aluno-foi-atropelado-ao-sair-de-escola-ha-cinco-meses/2979569/>>. Acesso em 27 de fevereiro de 2014.

9 Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/porto-alegre/v/em-alvorada-rs-projeto-transforma-a-realidade-de-criancas-e-jovens-atraves-da-danca/2999902/>>. Acesso em 27 de fevereiro de 2014.

através da dança. A aluna do projeto Francine Mattos explica que procurou o projeto justamente por não ter a possibilidade de pagar um balé profissional. Na sequência, no texto em *off*, a repórter cita os elevados índices de criminalidade da região. E conclui com uma passagem que cita a solidariedade da comunidade, em uma imagem de todos de mãos dadas.



Reportagem “Em Alvorada, RS, projeto transforma a realidade de crianças e jovens através da dança”.

A violência presente na comunidade e as dificuldades do projeto são salientadas do discurso dos entrevistados, os alunos do projeto e dos idealizadores, mas na fala da repórter e dos entrevistados são enfatizados os resultados positivos e a superação. Aparece novamente a representação da precariedade de condições sociais que permitam reverter à situação da comunidade e das pessoas que nelas vivem. As quatro reportagens funcionam como uma pequena amostra da forma como é construído o discurso midiático quando as temáticas, os atores, e os espaços são considerados atuantes de um discurso mais amplo, contudo, não isentam a existência de outras construções discursivas que por vezes atravessam o discurso global ou confluem mostrando outra face do discurso constituído. Em todos os meses foi possível encontrar acontecimentos que fizeram estas comunidades serem notícia regional, ressaltando o quanto a esfera social configura-se como um terreno fértil de representações que são encaradas como boas formas de visibilidade e reforço dos laços entre o ambiente televisual e o social.

Notas conclusivas

Ao refletir sobre os conceitos de representação, primeiramente introduzidos pelo campo da sociologia e da filosofia, podemos destacar a importância de pensar a representação no sentido social, do indivíduo e da coletividade. Não há possibilidade de construir uma abordagem sobre representação excluindo o fato de que a mesma está presente na sociedade, como um instrumento e como prática cotidiana.

Esse é o primeiro passo teórico, depois no segundo passo teórico busca refletir sobre a abordagem do campo da comunicação e das mídias como um espaço de produção, distribuição e de circulação destes significados. Assim, a mídia é um ambiente onde as representações ganham destaque, visibilidade e onde são reafirmadas.

Esta reflexão aponta para a necessidade de ampliação do processo interpretativo da representação midiática, considerando a diferença dos meios, características, funcionalidades e objetivos. No ambiente televisivo, o testemunho é reforçado pela imagem e pela personificação das pessoas. A narrativa ganha força através dos sentimentos, das superações e das expressões de alegria e dor dos entrevistados, ou seja, é na subjetividade do representado que o sentido se consolida para o telespectador.

Deste modo, pensar a representação midiática é contribuir para o entendimento social que em tempos de convergências e tecnologias é perpassado pelos diferentes meios de comunicação. Neles é possível visualizar as representações que permanecem legitimadas, as que conseguiram ganhar espaço, em virtude da história e de lutas, e as que ainda ocupam um lugar marginalizado na imprensa, mas que aparentemente buscam legitimar seu espaço enquanto representação de dos problemas sociais. As comunidades da periferia adquirem um tempo de visibilidade significativo, deixam de ocupar espaços de notas ou matérias policiais e passam a protagonizar reportagens jornalísticas, porque o contexto da periferia está impregnado de discursos construídos pela subjetividade de uma pessoa com as mesmas possibilidades humanas daquele que o assiste, que geram sentidos de comoção, felicidade, tristeza, revolta, esperança, dentre outros.

Porém, está amostragem sugere que as representações estão na sua maioria atreladas a problemas sociais, como já mencionados anteriormente, também está relacionada ao ambiente violento, sem estruturas públicas que garantam uma cidadania efetiva. O espaço que esses sujeitos ocupam é um espaço marginalizado, é um espaço que é o outro lado, o lado sem calçada, sem pavimentação, sem esgoto, o espaço do lixo e do descaso. Mesmo em matérias jornalísticas que apareceram à superação, os bons resultados, as iniciativas que buscam promover o inverso desta exclusão, seus atores parecem não sair dos seus lugares de fala. Não foram promovidos com o objetivo de consolidar condições melhores nas comunidades, talvez gerá-las por tempo determinado e que serão reconhecidos de forma pública futuramente.

Salientamos que os bons resultados e seus atores em momento nenhum aparecem no estúdio televisivo ou dividem espaço com outros cidadãos representados no telejornal. O espaço do estúdio, da entrevista, da problematização, do debate público ainda é privilégio de representantes do povo ou de pessoas que “adquiram” o reconhecimento público. Reconhecimento que não significa o conhecimento destas realidades.

Esses aspectos, quando refletidos dentro do ambiente televisivo, tornam-se extremamente relevantes. A televisão reafirma sua capacidade de interpelar os sujeitos. Os sujeitos da periferia ganham o espaço televisivo, o direito a fala, mas isso não reverte em novas condições de reconhecimento permanente e/ou legítimo no discurso midiático. O reconhecimento ainda está ligado às deficiências sociais e não ao seu êxito e a sua transformação. A representação midiática deixa marcas das representações sociais presente no cotidiano e da sua própria representação ao construir o conteúdo. Ilustram

e reproduzem as práticas sociais, contribuindo para o registro e a memória do que nos é apresentado como supostamente “real” e não a representação da representação.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 6. ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2003.

DA SILVA, Tomaz Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. DA SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). In: **Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 73-102.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografia dos estudos culturais**, Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FREIRE FILHO, João. **Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias**. Revista FAMECOS, nº 28. Porto Alegre, 2005.

HALL, Stuart. **Da diáspora**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Estudos Culturais: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LEFEBVRE, Henri. **Lógica formal. Lógica dialética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1983.

MORIGI, Valdir José. Teoria social e comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. **Revista e-compós**, Ed.1, dezembro de 2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/e-compos>>.

MYNAYO, Maria Cecília de Souza. O conceito de representações sociais dentro da sociologia. In: GUARESCHI, Pedrinho A. (Orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995, p. 89-111.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

SANTAELLA, Lucia. Por uma epistemologia das imagens tecnológicas: seus modos de apresentar, indicar e representar a realidade. In: ARAUJO, Denize Correa (Org.). **Imagem (in) realidade: comunicação e cibermídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 173-201.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo, Loyola, 2002.

WILLIAMS, Raymond. **La larga revolución**. Buenos Aires: Nueva vision, 2003.

História e memória na série de reportagens “As crianças e a tortura”¹

Luisa Rita Cardoso²

Resumo: Exibida em junho de 2013, a série de reportagens *As crianças e a tortura*, produzida pela TV Record, traz, em seus cinco episódios, entrevistas com filhos e filhas de presos políticos da ditadura civil-militar que tiveram sua infância tocada pela tortura, seja as suas ou a de seus genitores. Entende-se que tal produção se insere em um contexto de demanda social da sociedade brasileira em entender e superar os traumas causados pelo regime instalado no país em 1964 e está, enquanto fonte documental, dentro do campo da história do tempo presente, que se ocupa dos acontecimentos cujos desdobramentos se dão ainda em nosso tempo. As reportagens mencionadas trazem a público as memórias daqueles e daquelas que passaram pela repressão do regime quando ainda criança, produzindo uma versão sobre o passado sem, contudo, utilizar-se dos fundamentos dos estudos históricos. Assim, compreende-se que *As crianças e a tortura* podem ser trazidas à historiografia a partir da noção de cultura histórica.

Palavras-chave: fonte audiovisual; ditadura civil-militar; memória; história; cultura histórica.

“A mais cruel das estratégias de tortura – o uso de crianças e até bebês de colo para arrancar informações de pais que já tinham sofrido todo tipo de violência nos porões da ditadura”³. É assim que Adriana Araújo, apresentadora do Jornal da Record, introduz a série de reportagens *As crianças e a tortura*, que foi ao ar em junho de 2013 naquela emissora de televisão. Dividida em 5 capítulos, a série foi apresentada durante o “principal jornalístico” da emissora, que vai ao ar de segunda à sexta-feira às 20h40 e

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Possui graduação em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), especialização em Direitos Humanos pela Universidade de Coimbra, Portugal. Atualmente é mestranda em História também pela UDESC e desenvolve pesquisa na área da ditadura civil-militar. Para maiores informações, ver: <<http://lattes.cnpq.br/3381290931050608>>.

3 AZENHA, Luiz Carlos. *As crianças e a tortura*. Jornal da Record. 10/06/2013. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/jornal-da-record/serie/as-criancas-e-a-tortura/>>. Acesso em: 02 de dezembro de 2013.

aos sábados às 19h45⁴, tendo, inclusive, sido vencedora na categoria telejornalismo de uma importante premiação do país⁵. Sob liderança do jornalista Luiz Carlos Azenha, a produção, segundo a própria TV Record, “aborda a difícil realidade das crianças cujos pais foram torturados ou perseguidos durante a ditadura militar”⁶.

A ditadura a que se refere o sítio mencionado é aquela instalada no Brasil em 1964 com a derrubada, através de um golpe de Estado articulado por civis e militares, do governo constitucional de João Goulart. Estendendo-se até 1985, a ditadura civil-militar brasileira não mediu esforços para combater seus inimigos – as esquerdas organizadas. Como aqueles que viriam a se instalar nos vizinhos Argentina, Uruguai e Chile nos anos 1970, o regime brasileiro se embasava na Doutrina de Segurança Nacional (DSN), configurando o que Enrique Padrós (2008) chama de ditaduras latino-americanas de segurança nacional.

Para o autor, uma premissa fundamental da DSN é a rejeição da noção de que a sociedade está dividida em classes, uma vez que admiti-lo seria também admitir o conflito entre as mesmas, o que prejudicaria a unidade política, elemento caro à doutrina. Assim, os cidadãos tem que buscar sua realização na comunidade nacional, combatendo qualquer conflito entre diferentes grupos/classes (PADRÓS, 2008). Aqueles que não o faziam e buscavam evidenciar os conflitos de classe da sociedade brasileira de então eram considerados inimigos da nação, o que justificaria o uso da violência, por parte do Estado, contra seus próprios membros.

Dois elementos do contexto internacional são apontados por Mariana Joffily (2014) como importantes para a configuração do aparato repressor do regime instalado em 1964: a independência das ex-colônias europeias de África e Ásia e a Guerra Fria, uma vez que foi durante as guerras travadas nas então colônias francesas, Indochina e Argélia, que um conjunto de estratégias que entendia a peculiaridade dos conflitos passou a ser elaborada, pois passou-se a compreender que “o inimigo era interno, a guerra, não convencional, as estratégias, difusas e disseminadas no seio da população civil” (JOFFILY, 2014, p. 161). Somaram-se a tais elaborações as ideias que compunham a *doutrina de segurança nacional*, elaborada pelo National War College, nos Estados Unidos, no bojo da Guerra Fria. A Escola Superior de Guerra (ESG) incorpora, como aliada dos Estados Unidos no combate à *comunização* do Brasil, esse conjunto de ideias e formulações teóricas. Para Carlos Fico (2001), a DSN integrava o Brasil ao contexto internacional da Guerra Fria a partir dos seguintes pontos: sua população numerosa e amplo território; posicionamento geopolítico; e a vulnerabilidade ao comunismo.

4 Conheça a equipe que <<http://noticias.r7.com/jornal-da-record/conheca-a-equipe-que-faz-o-jornal-da-record-12022014>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2014.

5 Série de reportagens As crianças e a tortura, da TV Record, vence Prêmio Esso de Telejornalismo. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/serie-de-reportagens-as-criancas-e-a-tortura-da-tv-record-vence-premio-esso-d-e-telejornalismo-13112013>>. Acesso em :10 de fevereiro de 2014.

6 Idem.

Espionagem, polícia política, censura da imprensa, censura de diversões públicas, propaganda política e julgamento sumário de supostos corruptos são apontados como os pilares básicos da repressão (FICO, 2004). Interessa-nos aqui pensar funcionamento da polícia política, ainda que se compreenda que a atuação desta não estava descolada daquela da espionagem, que tinha como principal órgão o Serviço Nacional de Informações (SNI), criado em 1964, sob a liderança do general Golbery do Couto e Silva, que viria a ser o primeiro chefe SNI.

Assim, objetivando o desmantelamento da oposição ao regime, extenso aparato repressor é criado no âmbito da polícia política após o Golpe. Com o Ato Institucional nº 5 (AI-5), em 13 de dezembro de 1968, no entanto, há uma ampliação da estrutura repressiva. Importante lembrar que, dentre outras medidas autoritárias, o AI-5 suspende o direito ao *habeas corpus* em casos que são considerados crimes contra a segurança nacional, pois “para os responsáveis pela repressão, de nada adiantaria prender pessoas que fossem imediatamente soltas pela Justiça ou que viessem a ser julgadas por tribunais não afinados com os princípios da doutrina de segurança nacional.” (FICO, 2001, p. 113).

Em julho de 1969 é criada, em São Paulo, a Operação Bandeirante (Oban), que reunia Exército, Marinha, Aeronáutica e polícias civil e militar sob amparo do governo do Estado, a partir do entendimento de que “a Secretaria de Segurança Pública de São Paulo não vinha sendo eficaz no combate à ‘subversão’” (FICO, 2007, p. 184). Joffily coloca que a Oban “consistia em conjugar energias das forças militares, das corporações policiais e dos órgãos de informações para localizar e destruir as organizações clandestinas” (JOFFILY, 2014, p. 162).

A estrutura da Oban serviria ainda de inspiração para a criação do sistema CODI-DOI (Centro de Operações de Defesa Interna-Destacamento de Operações de Informações), sob comando do Exército (FICO, 2007). Aos DOIs caberia perseguição e interrogatório de suspeitos e, aos CODIs, a coordenação desses (JOFFILY, 2014, p. 163).

A prática de tortura em interrogatórios, utilizada desde a implementação do regime, ganha, então, no fim dos anos 1960 e início dos 1970, mais sofisticação e é, na lógica da DSN, não só justificável, mas uma política de Estado (AARÃO REIS, 2011). Para Mariana Joffily, “o interrogatório sob tortura foi uma das linhas mestras da repressão política” (2014, p. 165) e ainda aponta que o projeto Brasil: Nunca Mais levantou 310 variações de práticas de tortura utilizadas contra presos políticos e seus familiares no período. Do projeto citado resultou um livro com caráter de denúncia, lançado em 1985, considerado um “instrumento mais do que necessário no início da redemocratização” (ROLLEMBERG; QUADRAT, 2010, p. 13) por trazer testemunhos daqueles que experienciaram, das piores maneiras, a sanha da ditadura civil-militar brasileira. Somente no livro – sistematização da extensa documentação recolhida à época por seus realizadores⁷ – é possível contabilizar, dentre aquelas que envolvem familiares, 38 denúncias de tortura envolvendo filhos/as dos/as presos/as políticos/as conforme tabela abaixo:

7 Toda a documentação está agora disponível online em <<http://bnmdigital.mpf.mp.br/>> .

Tabela 1 – Torturas relacionadas a filhos

Código Tortura	Tipos de Tortura	Total de Denúncias
026	Ameaça estupro filhos	1
032	Ameaça prender filhos	9
037	Ameaça torturar filhos	16
062	Ameaça matar filho	2
219	Prender filhos	4
270	Tortura Filhos	6

Fonte: ARNS, Paulo Evaristo. Brasil: nunca mais. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1985

Para além do *Brasil: Nunca Mais*, outros livros com caráter de denúncia foram produzidos à época⁸, como *Brasil: represión y tortura*. No entanto, ainda que denúncias fossem feitas no país, tais livros foram majoritariamente produzidos no exterior a partir de relatos feitos por presos e presas políticos/as – através de manifestos, cartas, depoimentos prestados aqui ou no exílio. Por mais que fossem censurados no país, contribuíram para a publicização da situação política brasileira no exterior, chamando cada vez mais a atenção de entidades ligadas à proteção dos direitos humanos para a violação sistemática destes que ocorria então no país (MAUÉS, 2011).

Conclui-se, então, que o envolvimento de filhos/as, seja por ameaça, detenção ilegal ou até pela tortura em si, foi frequente nas sevícias levadas a cabo pelo aparato repressor.

Trabalhar com um documento audiovisual requer, conforme Marcos Napolitano, uma articulação, por parte do historiador, da linguagem técnico-estética deste com “as representações da realidade histórica ou social” (2010, p. 237) que ele traz, e, em *As crianças e a tortura*, percebe-se que a realidade histórica com que esta se preocupa, a da ditadura, é representada a partir da violência e da repressão. O uso da expressão “porões da ditadura” é recorrente ao longo da série, o que nos remete a uma reflexão de que não só esta, mas outras expressões como “anos de chumbo” e até “ditadura militar” trabalhariam para a produção de esquecimento e de perdão (ROLLEMBERG, 2010). Esquecimento de que civis também participaram e apoiaram o regime, de que as torturas e a repressão não eram sempre aplicadas em porões. O porão, no entanto, da ideia de ser algo escondido, que permite dizer *eu não sabia*. Dizer que a ditadura era militar tira a responsabilidade da população civil sobre a mesma.

Nesse sentido, parece válida a reflexão feita por Carlos Fico (2012) de que a ditadura civil-militar brasileira pode ser pensada em conjunto com outros *eventos traumáticos*

8 Para uma lista de livros publicados no período, ver: MAUÉS, Flamarion. Os livros de denúncia da tortura após o golpe militar. Cadernos Cedem, v. 2, p. 47-59, 2011a.

do século XX, dentre os quais a *Shoá* é o mais emblemático, mas que abarca também as ditaduras da segunda metade do século XX na América Latina. Sobre os mesmos, o autor coloca:

Não se trata de abrir mão das explicações plurais, mas de se perceber que os eventos traumáticos possuem esse caráter “interminável” justamente em função de sua constante reelaboração através das memórias. Portanto, a memória dos eventos traumáticos integra inelutavelmente o esforço de construção do conhecimento histórico sobre tais processos. Ao contrário do que possa parecer em um primeiro momento, não se trata de uma contraposição entre memória e história: no caso da História do Tempo Presente, trata-se de uma imbricação constituinte. (FICO, 2012, p. 48)

A História do Tempo Presente, corrente historiográfica que emerge na França em fins dos anos 1970, consolida-se como campo da história preocupado com aqueles processos não terminados, cujos desdobramentos se faz ver em nossos dias. É a história dos *passados que não passam*, que em um primeiro momento procurou entender o regime de Vichy e o colaboracionismo francês na Segunda Guerra Mundial, acontecimentos ainda em aberto na sociedade francesa. Assim, tal corrente “singularizou-se então como gestão historiadora de usos sociais e das instrumentalizações os passados incompletamente transformados em história e da memória ainda não arrefecida” (DELACROIX; DOSSE; GARCIA, 2012, p. 353).

Ora, por preocupar-se com processos ainda não encerrados, a História do Tempo Presente liga com aqueles e aquelas que vivenciaram os eventos de que trata. São, portanto, testemunhas que elaboram memórias sobre o passado trazendo de volta à disciplina o elemento *memória*, que fora execrado no século XIX quando da constituição formal da mesma. Conforme Arfuch:

[...] es a partir del hito paradigmático de Auschwitz, la *Shoá*, que la cuestión de la memoria, como dilema y como elaboración ineludible – teórica, ética, política – de las atrocidades del siglo XX y su más allá, se ha transformado en uno de los registros prioritarios de la actualidad, sobre todo en relación con lo que ha dado en llamarse ‘historia reciente’ – o ‘historia del tiempo presente’. (ARFUCH, 2012, p. 47)⁹

É dentro desta perspectiva teórica que *As crianças e a tortura* deve ser estudada, uma vez que reúne testemunhos, memórias, daqueles e daquelas que passaram pela repressão do regime instalado em 1964 no Brasil.

9 “É a partir do marco paradigmático de Auschwitz, a Shoá, que a questão da memória, como dilema e como elaboração inevitável – teórica, ética, política – das atrocidades do século XX e além, se transformou em um dos registros prioritários da atualidade, sobretudo em relação com o que tem se tem chamado de ‘história recente’ – ou ‘história do tempo presente.’” Tradução livre.

O simples *lembrar-se*, contudo, não consiste no fazer historiador, mas é visto como mais um elemento – documental – que participa na construção de narrativas, por historiadores e historiadoras, sobre o passado. A questão, alvo de críticas por parte daqueles que entendiam haver uma supervalorização da memória na História do Tempo Presente, deve ser vista conforme Dosse, Delacroix e Garcia apontam que é proposto por Paul Ricoeur, isto é, de forma dialética, entendendo que “não há fidelidade memorial sem verdade histórica e não há história sem referência à memória” (2012, p. 372).

Entende-se, portanto, que a produção de um série de reportagens como *As crianças e a tortura* está inserida no contexto de *demandas sociais* por que passa a sociedade brasileira na atualidade. Em diferentes âmbitos – como a Comissão Nacional da Verdade e as comissões estaduais, municipais e universitárias que nela se inspiraram; reportagens em diferentes veículos de comunicação, tanto de massa quanto de menor alcance – vê-se, cinco décadas após o Golpe, relatos, testemunhos e memórias sendo produzidos sobre o que teria se passado sob a ditadura civil-militar.

Também no campo da produção historiográfica houve, nos últimos dez anos, um maior interesse pelo período em questão, visto o aumento do número de trabalhos acadêmicos produzidos (REIS FILHO; RIDENTI; MOTTA, 2014).

Percebe-se, então, que a partir de uma vontade de conhecer e compreender o período de 1964 a 1985 no Brasil, versões sobre o passado são produzidas em diferentes meios sociais, não estando restrita a historiadores e historiadoras.

Assim, entendendo que o conceito de cultura histórica

[...] aborda un fenómeno que caracteriza desde años el papel de la memoria histórica en el espacio público: me refiero al *boom* continuo de la historia, a la gran atención que han suscitado los debates académicos fuera del círculo de expertas y expertos, y a la sorprendente sensibilidad del público en el uso de argumentos histórico para fines políticos. (RÜSEN, 1994, p. 2)

Parece pertinente inserir as diversas produções acerca do período na ditadura civil-militar brasileira neste âmbito, o que inclui a já referida série de reportagens sobre crianças e tortura.

Quanto à linguagem técnico-estética, é importante apontar que as cinco reportagens em questão, com duração de cerca de dez minutos cada, são introduzidas por uma abertura que mistura fotos em preto e branco de crianças – não é possível saber se se trata de um registro dos/as entrevistados/as na infância – e uma animação que representa diferentes métodos de tortura, bem como crianças em aparente sofrimento. Ainda, antes de serem veiculadas, eram precedidas de comentários feitos pelo apresentador e apresentadora do Jornal da Record.

Como voltadas para o grande público – o mesmo do telejornal – são feitas em linguagem acessível, não rebuscada, e quando termos específicos do contexto, que ao pesquisador da ditadura são familiares, são utilizados, uma animação explicativa entra

em cena. É, por exemplo, o que ocorre quando a “cadeira do dragão” ou o “pau de arara” são mencionados. Relevante é colocar que a série consiste basicamente de entrevistas em que memórias são trazidas a público e da narração do jornalista Luiz Carlos Azenha. Não há, nos quase 60 minutos de gravação, consulta a historiadores, o que leva a pensar que há, por parte da produção da série, uma concepção de história embasada na memória. Chama a atenção, a fala introdutória de Celso Freitas, apresentador do Jornal da Record, à primeira reportagem, pois ao apresentar o tema da tortura, coloca que “isto aconteceu no regime militar, mas só agora a história começa a ser contada”¹⁰. Ora, o simples rememorar e narrar seria, portanto, contar a história.

Válido ressaltar ainda que muitos dos entrevistados/as vem dando seus testemunhos há anos¹¹, tanto no imediato pós-acontecimento quanto para outros veículos de imprensa que, sobretudo no último ano, abordaram o tema¹². Contudo, o Jornal da Record coloca-se como um daqueles meios que passam, finalmente, a tratar do tema. Na produção de séries históricas, conforme Napolitano, “é a própria mídia que se autorrepresenta” para, na visão do autor, “se afirmar como agente da história recente” (2010, p. 249).

Há, é sabido, uma polêmica disputa por audiência entre as TVs Globo e Record e esta, em variados momentos, utilizou-se do apoio dado pela Rede Globo¹³ ao Golpe de 1964 para se construir enquanto emissora comprometida com os valores democráticos. Eis, talvez, um ponto importante para entender a produção de *As crianças e a tortura*. Para Jean-Pierre Rioux, foi em 1962, com a publicação de “A história imediata” por Jean Lacouture, que jornalistas “começaram a dizer bem alto em seus livros e artigos que o jornalista não se contentaria mais em registrar o eco da atualidade” (1999, p. 122), passando, assim, a produzir também interpretações sobre o passado.

Não é o maior interesse deste artigo se ocupar das memórias dos/as entrevistados/as e sim ao que, na série, remete a produção de conhecimento sobre o passado. Destaca-se, então, a fala de Luiz Carlos Azenha, que no primeiro capítulo coloca que o objetivo da série é contar pela voz das vítimas, visto que, segundo o jornalista, os documentos contam a história oficial e muito pouco se sabe da *outra história*. Percebe-se, mais uma vez, que as concepções de memória e história se confundem, além de uma ideia de que os documentos narram a história por si. Ora, para o historiador é evidente seu papel

10 AZENHA, Luiz Carlos. *As crianças e a tortura*. **Jornal da Record**. 10/06/2013. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/jornal-da-record/serie/as-criancas-e-a-tortura/>>. Acesso em: 02 de dezembro de 2013.

11 É o caso de Maria Amélia de Almeida Telles e seus filhos, Janaína e Edson Telles; e de sua irmã, Criméia de Almeida.

12 Dentre os quais: HERDY, Thiago. Filhos de presos torturados carregam a dor do passado. **O Globo**. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/pais/filhos-de-presos-torturados-carregam-dor-do-passado-7659201>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2014.

13 Sobre o apoio do Grupo Globo, ver: EDITORIAL. Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro. **O Globo**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2014.

frente às fontes documentais: interpretá-las e elaborar narrativas sobre o passado, cujos conteúdos sejam empiricamente controláveis, ampliáveis e garantidos pela experiência (RÜSEN, 2010). Azenha, contudo, não participa desta concepção, tampouco parece crer ser possível elaborar a *outra história* – seria esta uma alusão ao que os historiadores chamam de *história dos vencidos?* – a partir dos chamados documentos oficiais. Ressalta-se que em todos os episódios documentos são mostrados – fotos, fichas policiais – sem que, contudo problematizados, tendo, assim, um caráter meramente ilustrativo.

Ainda no primeiro episódio, ao entrevistar Carmen Nakasu, que foi presa com os pais e levada com eles para o DOI-CODI em São Paulo, o jornalista coloca que “não há testemunhos sobre o que aconteceu com ela enquanto estava presa”¹⁴, e a entrevistada coloca apenas lembrar-se de alguns *flashes* do que teria ocorrido. Chama a atenção que a palavra *testemunhos* tenha sido utilizada, pois parece que em tal caso, *registros* seria mais adequado. Afinal, se a intenção é saber o que passou à então menina, outros meios que não o do testemunho são pertinentes.

O segundo capítulo da série é dedicado a narrar a trajetória de Ivan Seixas a partir de suas memórias. Preso aos 16 anos junto com o pai, morto na tortura, coloca, diante da foto do cadáver de seu genitor, que “machuca ver essa foto, mas acho que é um dever meu, nosso, de mostrar essa foto”¹⁵. Há, aí, uma ideia de que não só ele enquanto filho, mas o jornalista, a reportagem e a TV tem o dever de não só mostrar a foto de um preso político morto pela tortura, mas tornar públicas outras fotos, quiçá outros documentos, e trazer ao espaço público o que ele e tantas outras famílias passaram devido à repressão de Estado daqueles anos. Vê-se uma alusão a um *dever de memória*, “que faz da memória um valor, transformado em ‘religião laica’, torna-se um empreendimento sistemático de reivindicação identitária de minorias”, e que, ainda, para os autores, leva à uma “suspeita em relação à pesquisa histórica” (DELACROIX; DOSSE; GARCIA, 2012, p. 370), uma vez que esta vá de encontro àquilo que é lembrado por quem vivenciou determinado acontecimento.

Destinado a abordar os casos de crianças que viram seus pais pela última vez quando estes estavam sendo presos, o quinto e último episódio traz, na fala de Ernesto Guevara José de Carvalho, um elemento caríssimo aos historiadores que trabalham com memória – o esquecimento. Ao colocar que “a minha memória às vezes fica um pouco confusa” e que “não lembro se eu vivi ou se ouvi da minha mãe”¹⁶, Ernesto está trazendo para *As crianças e a tortura* uma problemática do campo da história, que é a da confiabilidade de memória. Ricoeur (2007) coloca tal questão ao tratar do testemunho, que é

14 AZENHA, Luiz Carlos. As crianças e a tortura. **Jornal da Record**. 10/06/2013. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/jornal-da-record/serie/as-criancas-e-a-tortura/>>. Acesso em: 02 de dezembro de 2013.

15 AZENHA, Luiz Carlos. As crianças e a tortura. **Jornal da Record**. 11/06/2013. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/jornal-da-record/serie/as-criancas-e-a-tortura/>>. Acesso em: 02 de dezembro de 2013.

16 AZENHA, Luiz Carlos.. As crianças e a tortura. **Jornal da Record**. 14/06/2013. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/jornal-da-record/serie/as-criancas-e-a-tortura/>>. Acesso em: 02 de dezembro de 2013.

a memória declarativa exteriorizada. O autor coloca que “a fenomenologia da memória confrontou-nos muito cedo com o caráter sempre problemático dessa fronteira. E a relação entre realidade e ficção não deixará de nos atormentar, até o estágio de representação historiadora do passado”. (RICOEUR, 2007, p. 172)

Diante da constatação de que é impossível acessar o passado enquanto passado, Fernando Sánchez Costa coloca que “para aproximarnos a él debemos representarlo, hacerlo presente a través de una reelaboración sintética y creativa”¹⁷ (2009, p. 277). Ora, a narrativa histórica é uma forma de reelaboração, não a única possível sobre o passado.

Assim, a ideia colocada por Fico (2012) de que os fatos traumáticos do século XX são *intermináveis* porque em constante reelaboração pela memória parece pertinente e compreende-se que a produção de *As crianças e a tortura* contribui para que memórias sejam compartilhadas e tornadas públicas.

Referências bibliográficas

AARÃO REIS, Daniel. Dictature, Amnistie et réconciliation: les années sombres au Brésil. **Matériaux pour l'histoire de notre temps**. v. 103, p. 12-18, 2011. Disponível em: <http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=MATE_103_0012>. Acesso em: 14 de abril de 2013.

AARÃO REIS, Daniel; RIDENTI, Marcelo; MOTTA, Rodrigo Patto Sá. Apresentação. In: _____. **A ditadura que mudou o Brasil: 50 anos do golpe de 1964**. 2014. p. 7-9.

ARFUCH, Leonor. Narrativas del yo y memorias traumáticas. **Tempo e Argumento**. Florianópolis, v. 4, n. 1 p. 45 – 60, jan/jun. 2012. Disponível em: <<http://revistas.udesc.br/index.php/tempo/article/download/2175180304012012045/2032>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2014.

ARNS, Paulo Evaristo. Brasil: nunca mais. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

COSTA, Fernando Sánchez. La cultura histórica: una aproximación diferente a la memoria colectiva. **Pasado y Memoria**. Revista de Historia Contemporánea, 8, 2009, pp. 267-286. Disponível em: <http://www.culturahistorica.es/sanchez_costa/cultura_historica.pdf>. Acesso em: 15 de agosto de 2013.

DELACROIX Christian; DOSSE, François; GARCIA, Patrick. **As correntes históricas na França: séculos XIX e XX**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

FICO, Carlos. **Como eles agiam**, Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. Versões e controvérsias sobre 1964 e a ditadura militar. **Revista Brasileira de História**, vol. 24, no 47, p. 30-60, 2004.

_____. Espionagem, polícia política, censura e propaganda: os pilares básicos da repressão. In: FERREIRA, J.; DELGADO, L. A. N. (Orgs.). **O Brasil republicano: o tempo da ditadura – regime militar e movimentos sociais em fins do século XX**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007. p. 167-205.

_____. História que temos vivido. In: VARELLA, Flávia Florentino (Org.). **Tempo presente & usos do passado**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012. p. 67-100.

17 “Para nos aproximarnos dele, devemos representá-lo, fazê-lo presente através de uma reelaboração sintética e criativa”. Tradução livre.

_____. História do Tempo Presente, eventos traumáticos e documentos sensíveis: o caso brasileiro. **Varia História**. Belo Horizonte, vol. 28, n. 47, p. 43-59, jan/jun 2012. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/vh/v28n47/03.pdf>. Acesso em: 22 de abril de 2013.

JOFFILY, Mariana. O aparato repressivo: da arquitetura ao desmantelamento. In: AARÃO REIS, Daniel; RIDENTI, Marcelo; MOTTA, Rodrigo Patto Sá (Orgs.). **A ditadura que mudou o Brasil: 50 anos do golpe de 1964**. 2014. p. 158-171.

MAUÉS, Flamarion. “Os livros de denúncia da tortura após o golpe militar. **Cadernos Cedem**, v. 2, p. 47-59, 2011.

NAPOLITANO, Marcos. A história depois do papel. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 235-289.

PADRÓS, Enrique Serra. Repressão e violência: segurança nacional e terror de Estado nas ditaduras latino-americanas. In: FICO, Carlos (*et al.*). **Ditadura e democracia na América Latina: balanço histórico e perspectivas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008, p. 143-178.

RIOUX, Jean-Pierre. Entre história e jornalismo. In: CHAUVEAU, Agnès; TETART, Philippe (Orgs.). **Questões para a história do presente**. Baurú: EDUSC, 1999. p. 119-126.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Campinas: Ed. da Unicamp, 2007.

ROLLEMBERG, Denise; QUADRAT, Samantha Viz. Memória, História e Autoritarismos. In: _____. (Orgs.). **A construção social dos regimes autoritários: Brasil e América Latina**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. p. 11-32.

ROLLEMBERG, Denise. As trincheiras da memória: a Associação Brasileira de Imprensa e a ditadura (1964-1974). In: ROLLEMBERG, Denise; QUADRAT, Samantha Viz (Org.). **A construção social dos regimes autoritários: Brasil e América Latina**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. p. 97-144.

RÜSEN, Jörn. **¿Qué es la cultura histórica?: Reflexiones sobre una nueva manera de abordar la historia**. Traducción de F. Sánchez Costa e Ib Schumacher. Original en: Füssmann, K., Grütter, H.T., Rösen, J. (eds.): *Historische Faszination. Geschichtskultur heute*, 1994, pp. 3-26. Disponível em: <http://www.culturahistorica.es/ruesen/cultura_historica.pdf>. Acesso em 19 de agosto de 2013.

_____. **Razão Histórica: Teoria da História: os fundamentos da ciência histórica**. Brasília: UnB, 2010.

As novas configurações da TV no webjornalismo: O percurso da TV Folha, TV Estadão e da ZHTV¹

Luciano Costa²
Rafael Junckes³

Resumo: Em um mundo cada vez mais digital e visual, a necessidade de acompanhar sua audiência fez com que tradicionais veículos de comunicação impressos, de pequenas publicações à grandes grupos de mídia, fossem atraídos à produção de conteúdo audiovisual para a web. Diante disso, o presente artigo procura descrever o percurso dos jornais impressos *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *Zero Hora* às suas produções audiovisuais em ambiente web.

Palavras-chave: jornalismo, webjornalismo, telejornalismo, ciberespaço, convergência.

1. Introdução

Inerente à discussão dos meios de comunicação e sua relação com a internet e as novas tecnologias, está a compreensão da convergência das mídias e, respectivamente, dos conteúdos e linguagens.

A convergência midiática (JENKINS, 2008), como resultado das transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais da contemporaneidade, proporcionou ao público mudanças dos meios tradicionais e maior interação e participação. Os dispositivos – televisores, aparelhos de rádio, computadores e celulares – não são mais apenas ferramentas de recepção, mas de produção e compartilhamento de conteúdo dos próprios usuários. A convergência, vale ressaltar, não está no avanço tecnológico, mas na nova configuração do consumo, interações sociais e nas relações dos usuários com as novas tecnologias. Por convergência midiática, Jenkins define:

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Jornalista pela Universidade Federal do Pampa, membro do Grupo de Pesquisa História da Mídia (GPHMídia) e Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele). E-mail: <contato@lucianocosta.jor.br>.
 - 3 Graduando em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja. Editor do projeto de extensão Pampa News, webjornal audiovisual educativo da Unipampa. Membro do Grupo de Pesquisa História da Mídia (GPHMídia). E-mail: <junckes.rafael@gmail.com>.

[...] o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2008, p. 29)

Jenkins (2008) observa a convergência mais como um processo do que uma mudança tecnológica em si, pois os “consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. Isso nos leva a outro conceito desenvolvido por Jenkins para expressar essa noção de convergência: a narrativa transmidiática, que “refere-se a uma nova estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidade de conhecimento”. Estes consumidores assumem “o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs” para que “tenham uma experiência de entretenimento mais rica” (p. 47).

A exigência dos atuais consumidores – cada vez mais conectados, é notável. O consumo das mídias, que até a primeira década dos anos 2000 era basicamente linear, hoje está cada vez mais fragmentado, ajustado ao estilo de vida das pessoas. Um exemplo é o *Binge Watching* – termo em inglês para o hábito de assistir séries e filmes de uma única vez. Atitude que hoje só é possível pelo comportamento de consumo por demanda, trazido por serviços de *streaming* de mídia como o Netflix⁴ e Apple TV⁵.

O cenário convergente em que vivemos permite – e pode ser percebido como tal – analisar novos traços comportamentais dos usuários: cada vez mais pessoas acessam a internet através do aparelho de tevê e assistem a programação da tevê através da internet.

Dados do IBOPE Media⁶ divulgados em agosto de 2013⁷ apontam que 6% dos brasileiros residentes nas principais capitais e regiões metropolitanas assistem à tevê *online* – concomitante à habitual *off-line*, e 4% da população já possuem Smart TVs. A simultaneidade no consumo com outras mídias também foi pesquisado, revelando que 50% da população assiste tevê enquanto consome outros meios, como rádio, jornal impresso e a internet.

Apesar da rede mundial de computadores figurar há mais de 40 anos, a noção da internet como espaço, trazida por Pierre Levy (1997), figura a quase duas décadas conceituando o conjunto de computadores interligados, o ciberespaço:

[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos

4 <<http://www.netflix.com>>.

5 <<https://www.apple.com/br/appletv/>>.

6 <<http://www.ibope.com.br/pt-br/ibope/quemsomos/unidadesnegocio/ibopemedia/paginas/ibope-media.aspx>>.

7 <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/6-dos-brasileiros-ja-consomem-TV-online-alem-da-forma-habitual.aspx>>.

sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso. (LEVY, 1997, p. 92)

A realidade multidirecional deste espaço – aberto – permite que a internet altere-se e se ajuste à necessidade de seus usuários. Foi o que aconteceu a partir dos anos 90, quando ela começa a desenvolver-se, muito em virtude do jornalismo e da publicidade.

No ambiente web, o jornalismo apresentou-se em fases de evolução categorizadas por Luciana Mielniczuk (2001), como: 1) **transposição** – os jornais impressos eram transcritos para a internet tal qual a sua versão impressa; 2) **metáfora** – pequenas experiências e inovações a fim de explorar as características do novo meio, como hiperlinks, e-mail, fórum de debates etc.; 3) **webjornalismo** – momento atual e avançado de toda a estrutura técnica referente à internet.

É neste contexto convergente e de produções webjornalísticas que surgem, há menos de uma década, as TVs online – canais online de vídeos produzidos para a internet. Partindo deste pressuposto, o objetivo deste trabalho é descrever o percurso dos jornais impressos *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *Zero Hora* – até seus canais online TV Folha, TV Estadão e ZHTV. É importante ressaltar que este trabalho não tem como objetivo analisar o discurso e linguagem das produções telejornalísticas online, mas sim mapeá-las quanto ao número, gêneros, formatos e categorias de convergência.

2. Produção em um mundo convergente

A difusão da internet e a convergência dos meios de comunicação trouxeram mudanças tanto para o modo de produção quanto para o consumo dos produtos jornalísticos. A popularização da web justifica-se pelo crescimento acelerado a nível mundial e suas potencialidades tecnológicas, além da força mercadológica e rentável fonte de receita.

Hoje, estações de rádio possuem *sites* com transmissão online, vídeos por *streaming* e seções de notícias; emissoras de televisão e jornais impressos possuem portais de conteúdo com catálogo de vídeo, rádios *online*, notícias, *blogs* etc. Ou seja, os formatos produzidos *online* se configuram quase da mesma maneira, mas o status de uma empresa ou grande grupo de comunicação identifica-se – em uma maioria – por um veículo: ou rádio ou tevê ou impresso.

Entre as múltiplas plataformas de produção de conteúdo na mídia hoje, estão as chamadas TVs online, ou ainda, WebTVs – transmissão de programas televisivos/produções audiovisuais pela internet, sob demanda ou *streaming*. Destas, destacam-se neste trabalho o conteúdo audiovisual online produzido por tradicionais jornais impressos.

Sob o afixo TV, jornais como *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *Zero Hora* superaram a sessão de vídeos de seus portais e começam a produzir conteúdo exclusivo para suas próprias “TVs”. Neste contexto a palavra televisão, enquanto aparelho eletro-eletrônico é deixado de lado, mas mantém o significado de “tela de visão”:

A palavra televisão deriva de tela de visão, ou seja, de uma tela de superfície de armazenamento eletrostático (...) na qual a informação é visualmente apresentada; é, pois, o dispositivo utilizado para exibição de dados num terminal – o vídeo. A tela da televisão, seguindo a gênese da imagem em movimento, transformou-se num espaço de apresentação da realidade, pois o imediatismo de sua reprodução técnica lhe concedia o status de recorte do real, função reforçada pelos cenários específicos que reproduziam as cenas da vida cotidiana. (EMERIM: 2000, p. 31).

O telejornalismo, como “prática de produção de produtos informativos para a televisão” (EMERIM, 2000), no atual cenário convergente entra em evidência com um novo perfil, apropriando-se do ciberespaço e suas potencialidades. Tradicionais veículos de comunicação buscam na internet não só um espaço para promover seus conteúdos, mas também apropriar-se da linguagem audiovisual e telejornalística – exterior à sua produção enquanto publicação impressa.

A prática do telejornalismo na internet proporciona a reflexão das características do próprio meio. Quando a nomenclatura correta para referenciar as mudanças de plataforma no telejornalismo, ainda não há consenso entre pesquisadores da área. Várias sugestões vêm sendo propostas e a considerada neste trabalho será webjornalismo audiovisual, sendo definido por Nogueira (2005) como:

A atividade que utiliza formatos de notícia com imagem em movimento e som enquanto elementos constitutivos do produto disponibilizado nos bancos de dados da web. O conceito envolve ainda a atividade jornalística que é veiculada apenas através deste suporte. É importante lembrar, também, que o webjornalismo incorpora os usuários na produção dos conteúdos e é, por natureza, multimidiático. (NOGUEIRA *apud* TEIXEIRA, 2011, p. 47)

Conforme aponta Gomes (2007, p. 10) “a notícia seja ela ouvida no rádio, lida nos jornais ou vista na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual aparece”. Isso acontece também com os materiais postados na internet, seja em texto, foto, vídeo ou áudio, por isso entender a notícia enquanto um **gênero discursivo** e os programas televisivos ou na internet como **gêneros midiáticos** (GOMES, 2007).

A realidade da televisão hoje lembra em nada o seu início e desenvolvimento intenso. Mas mesmo com sua evolução, teve que superar o lançamento do videocassete doméstico, videogames, computadores pessoais, celulares e tablets. A inovação

que a tevê almeja hoje não depende do conteúdo, porém limita-se na programação linear, programa após programa, obrigando o telespectador adequar-se a rotina da emissora.

Ao encontro disso, as redações dos jornais impressos lançam mão de recursos digitais para uma nova maneira de fazer telejornalismo – porém na internet – como veremos a seguir, na trajetória dos jornais impressos até suas TVs.

3. *Jornalismo impresso e tevês online*

Seguindo a tendência internacional, tradicionais jornais impressos brasileiros tem explorado a produção multimídia e telejornalística em TVs online, promovendo seu conteúdo e experimentando novos formatos no webjornalismo audiovisual. Destacam-se, neste trabalho três produções: TV Folha, do jornal *Folha de S. Paulo*; TV Estadão, do jornal *O Estado de S. Paulo*; e ZHTV, do jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre.

3.1 TV Folha

A trajetória *online* do jornal *Folha de S. Paulo* começa em 1996, com o lançamento do serviço Universo Online – UOL – com o *site* Folha Online. Nesta época as redações do jornal impresso e digital eram separadas. A união das duas ocorreu apenas em 2010, após reforma gráfica e editorial que empreendeu o *site* Folha.com.

Os diversos *sites* do jornal sempre mantiveram uma sessão específica para vídeos, porém a produção acontecia de modo esporádico. Inicialmente hospedado no *site* TV UOL, a TV Folha estreou em 2007 com uma programação independente do jornal impresso. Os vídeos abordavam notícias variadas, sem separação por editoriais, nem cenário e apresentadores fixos. O *link* dos vídeos era disposto verticalmente na página, sem indexação de conteúdo, sendo o usuário o responsável pela escolha, multilinear (PALACIOS, 2005; OLIVEIRA, 2011) do que gostaria de assistir.

Os programas da TV Folha nesta época não possuíam vinhetas de abertura, nem repórteres com microfones na mão, a apresentação das matérias geralmente era direto da redação da então Folha Online, pelo jornalista que as produziu.

Em 2011, a TV Folha foi teve mudanças fundamentais em sua estrutura. A chefia de edição passou a ser do jornalista Fernando Canzian, também apresentador do agora “TV Folha”, produção em forma de programa que reúne matérias, reportagens, coberturas e vídeo documentários.

Um ano após sua reformulação – e positivo destaque junto ao público – a produção foi convidada pela emissora TV Cultura para exibir seu material em um programa semanal, aos domingos, às 20h, com reprise na mesma noite, à meia noite. Em entrevista, Fernando Canzian revela ao Portal Imprensa que:

A audiência do programa na Cultura foi bem abaixo do esperado pelo jornal: cerca de 0,6 a 0,7 ponto no Ibope, quando a meta seria de um ponto – equivalente na Grande São Paulo a 62 mil domicílios ou 180 mil pessoas. Mas hoje, após cerca de um ano e meio e mais de 80 programas no ar, a média mais que dobrou para 1,4 a 1,5, já tendo chegado a 1,9. (KANNO, 2013)

Atualmente, a TV Folha mantém um perfil inovador em suas coberturas. Na transmissão dos protestos de rua em 2013, foram usadas pela equipe de reportagem um drone – veículo aéreo não tripulado – e o Google Glass – óculos com funcionalidades de *smartphones*, ambas as tecnologias para gravar e transmitir ao vivo os protestos⁸.

Além disso, destaca-se por ter definido uma linguagem própria, autoidentificada como minidocumentários, formato parecido com as matérias tradicionais do jornal *Folha de S. Paulo*. A produção da TV Folha para a TV Cultura, as quais 80%⁹ dos esforços da equipe são voltados hoje são compostos por seis vídeos de 4 minutos e meio cada – na internet, os vídeos podem ser maiores –, além de vídeos avulsos postados diariamente no *site* da TV Folha¹⁰, produzidos por demanda.

Quanto à equipe, a TV Folha mantém dez pessoas, incluindo quatro cinegrafistas, além de produtores, editores e “anfíbios”, profissionais – fotógrafos e fotojornalistas – que trabalham tanto para o programa quanto para o jornal impresso.

3.2 TV Estadão

Em 16 de julho de 2007 é lançada a reformulação total do portal Estadão¹¹, do jornal *O Estado de S. Paulo*. Dentre as novidades do *site*, lançado pela primeira vez no ano 2000, estava a criação da área multimídia, com vídeos, *podcasts*, *tags* e *blogs*.

Idealizado pelo jornalista Felipe Machado, surge a TV **Estadão**¹² – que originalmente era apenas a sessão de vídeos do portal, destacando-se com a queda do avião da TAM no mesmo ano. Em entrevista ao Portal Imprensa¹³ em 2013, o atual editor-executivo de Conteúdos Digitais do Grupo Estado, Luiz Fernando Bovo, revela que no início, a TV Estadão mantinha uma pauta própria, mas somente com a aproximação com o jornal impresso ela ganhou relevância.

Produtora de seu próprio conteúdo, ela destaca-se por sua programação ao vivo e entrevistas com especialistas e formadores de opinião, além de reportagens produzidas

8 <<http://folha.com/no1326681>>.

9 <<http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/61591>>.

10 <<http://www1.folha.uol.com.br/tv/>>.

11 <<http://estadao.com.br>>.

12 <<http://tv.estadao.com.br>>.

13 <<http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/61591>>.

por equipes da Agência Estado, do mesmo grupo, e vídeos produzidos pelas diferentes editorias do jornal.

Destaca-se nas produções da TV Estação o espaço disponibilizado ao debate e à opinião. Em programas ao vivo, especialistas e jornalistas experientes da redação do jornal discutem temas atuais e diários, com dados apurados na rua e disponibilizados ao vivo, na redação.

O espaço reservado para a gravação dos materiais é a própria redação, equipada com estrutura de captação e gravação. A equipe de produção dos vídeos da TV Estação é composta por editora, coordenador técnico, coordenadora de conteúdo, dois editores e um estagiário, totalizando seis profissionais responsáveis por tudo: pauta, produção, operação de câmaras e dispositivos e edição.

3.3. ZHTV

O jornal *Zero Hora* foi fundado em 4 de maio de 1964 em Porto Alegre, por Maurício Sirotsky Sobrinho. Mantido pelo Grupo RBS, é o sexto maior jornal impresso do Brasil segundo a Associação Nacional de Jornais¹⁴.

Após diversas modificações importantes em *layout* e editoração, em 19 de setembro de 2007, o jornal *Zero Hora* lança oficialmente seu novo *site*, alinhando-se à tendência de outros veículos em transformar seu *site* institucional – que até então só transcrevia as matérias impressas – em um portal de conteúdo atualizado 24 horas.

Neste novo *site*, a editoria multimídia deu início a produções sistemáticas e que normalmente acompanhavam e complementavam as reportagens especiais do jornal impresso. E em junho de 2013, foi lançado oficialmente o *site* ZHTV¹⁵.

O *site* ZHTV é dividido nas categorias Bem-Estar, Casa&Cia, Donna, Economia, Educação, Gastro, Gastronomia, Geral, Meu Filho, Mundo, Opinião, Paulo Sant'Ana, Polícia Política, Segundo Caderno, Site ZH, Tecnologia, Trânsito, Verão, Vídeo minuto e ZHEsports – que atuam mais como tags para indexação dos programetes diários, e vídeos de registros documentais rápidos dos fatos do dia, do que propriamente editorias.

Quanto à linguagem, tem inspirações em documentários para cinema e televisão, mantendo entre suas principais produções a editoria zh.doc, com videodocumentários produzidos pela equipe de fotógrafos e repórteres do site. A implantação do ZHTV esteve a cargo da jornalista Marlise Brenol, que já atuava como editora de jornalismo digital multimídia na redação do jornal *Zero Hora*.

A proposta inicial de Brenol (2013), em apresentação hospedada em sua conta pessoal no aplicativo Prezi, previa a captação das imagens em câmeras fotográficas e smart phones equipados com lentes e tripés personalizados, prezando a mobilidade e agilida-

14 <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>.

15 <<http://videos.clicrbs.com.br/rs/zerohora>>.

de. Os formatos sugeridos lançam mão de vidrografismo¹⁶, programetes com os jornalistas do jornal *Zero Hora* como âncoras, webdocumentário com narrativa ancorada em imagens, sobre som e trilhas. E equipe designada para a produção seriam fotógrafos, que atuariam como videorepórteres (definir – jornalista que trabalha sozinho), produtores e editores de vídeos.

E equipe inicial do projeto foi composta por 26 pessoas – 16 fotógrafos, 1 fotojornalista, 5 assistentes, 1 assistente técnico e 3 gerentes – com a meta de produção de 1 vídeo quinzenal com linguagem inovadora, 4 reportagens factuais, 6 programetes gravados na redação do jornal e 4 vídeos com pauta dos cadernos *Sobre Rodas*, *Casa & Cia* e *Gastronomia*.

4. Considerações

Ao observar um breve percurso das TVs *online* dos jornais impressos *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *Zero Hora*, podemos apreender alguns aspectos comuns às produções e também reflexões.

A apropriação dos veículos impressos do ambiente web traz uma dualidade na percepção da internet: ela agrega ou compete com os demais meios? Se percebermos a rede como um meio de comunicação, as empresas tornaram-se mais competitivas mercadologicamente, uma vez que a internet concorre (em termos de anúncio e publicidade) com os demais meios de comunicação. Se percebermos a internet como plataforma, o cenário torna-se mais ideológico e contributivo, uma vez que ela proporciona uma ferramenta agregadora de conteúdo.

Estas TVs surgem com uma estrutura diferente da TV comercial – rotina de produção de conteúdo, qualidade audiovisual, gestão de negócios etc. A TV *Folha* é um exemplo de um novo modelo, ao exibir seu conteúdo na TV aberta, percorreu o caminho inverso de tevês tradicionais, que no advento da internet transpuseram seu conteúdo para a web.

A experimentação também é uma marca deste novo fazer jornalístico, ao mesclar gêneros e formatos consolidados no telejornalismo com abordagens inovadoras e atraentes para o público. Outro ponto em comum são as três produções utilizarem suas próprias redações como cenários para os programas e também manterem contas no YouTube – TV *Folha*¹⁷, TV *Estadão*¹⁸ e *Zero Hora*¹⁹ –, concomitante à sua armazenagem de seus próprios *sites*.

16 Técnica de edição de material audiovisual com efeitos, animações, imagens plásticas e design gráfico.

17 <<http://www.youtube.com/user/Folha>>.

18 <<http://www.youtube.com/user/estadao>>.

19 <<http://www.youtube.com/user/chamadaszh>>.

O ambiente virtual modificou a dinâmica de trabalho e também a maneira como a audiência consome as informações produzidas pelas mídias. Os jornalistas de jornais impressos hoje escrevem para a internet, produzem material audiovisual e também apresentadores de programetes.

Um questionamento comum na popularização da internet anos 2000 era a possível derrocada das mídias tradicionais frente à internet. Jenkins (2008) responde de uma maneira clara que nenhum meio tradicional irá morrer, o que mudará é a maneira com que os usuários lidariam com a convergência das mídias e o seu consumo.

Imagina-se que os formatos digitais seriam mais consumidos. Mas o que podemos observar é que hoje, o digital traz atributos aos meios tradicionais, ou seja, ela o consumo tanto tradicional, quanto *online*.

Um fator favorável à implantação de TVs *online*, além das facilidades da internet, está no barateamento dos equipamentos profissionais e os diversos *gadgets* disponíveis no mercado. Qualquer pessoa com um celular com câmera hoje pode produzir um material independente e divulgar sua produção com o mundo.

O desafio do profissional de jornalismo hoje não é mais técnico – afinal pode-se fazer muito com pouco – mas sim a inovação de formatos e textos priorizando o interesse a interação com o público. A análise das novas linguagens e discursos trazidos pelas TVs Online será a próxima etapa da pesquisa que motivou os autores a construir o presente artigo.

As produções podem ser veiculadas de forma unitária ou integradas a outros conteúdos, em diversos meios relacionados ao assunto abordado. Pode-se perceber com isso o início de um processo de convergência de mídias: TV Folha, TV Estadão e ZHTV passam a produzir conteúdos que serão agregados em diferentes meios, reunindo jornalistas de diferentes áreas para a produção de uma mesma matéria ou especial. Além disso, estão instrumentalizando profissionais na cobertura multimídia de eventos.

Referências

BRENOL, Marlise. **ZHTV: Apresentação da proposta de produção de vídeos para a marca Zero Hora.** Disponível em <<http://prezi.com/z56ba0e7amso/copy-of-zh-tv-2/>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

EMERIM, Cárli da. **A produção do telejornal: da tevê aberta para a web.** Disponível em <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/9encontro/CL_32.pdf>. Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

ESTADÃO, Acervo. **História do Grupo Estado nos Anos 2000.** Disponível em <http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_2000.shtm>. Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

GOMES, Itania. **Telejornalismo de qualidade: pressupostos teóricos-metodológicos para análise.** Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/80/80>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KANNO, Maurício. **Jornais seguem tendência internacional e apostam em TVs online em seus sites**. Disponível em <<http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/61591>>. Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2009.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na web**. 2001. Disponível em <http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. acesso em: 31 de janeiro de 2014.

OLIVEIRA, Danillo D. **Processos de convergência e modos de endereçamento na TV Folha**. Disponível em <http://analisedetelejornalismo.files.wordpress.com/2011/08/duarte_dannilo1.pdf>. Acesso em 31 de janeiro de 2014.

PALÁCIOS, Marcos. **Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não linearidade discursiva**. Disponível em <www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/palacios/hipertexto.html>. Acesso em 31 de janeiro de 2014.

PICCININ, Fabiana. **“Tudo ao mesmo tempo e agora”**: análise da cobertura de cotidiano no *TV Folha*. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/10encontro/comunicacoes_coordenadas/fabiana_piccinin.pdf>. Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

SPINELLI, Egle Müller. **Jornalismo Audiovisual: Gêneros e Formatos na Televisão e Internet**. Disponível em <http://www.usp.br/alterjor/ojs/index.php/alterjor/article/view/aj6-a1/pdf_92>. Acesso em: 31 de janeiro de 2014.

TEIXEIRA, Juliana Fernandes. **Webjornalismo audiovisual universitário no Brasil: um estudo dos casos TV UVA, TV UERJ e TV UFRJ (2001-2010)**. Florianópolis, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/95649/295329.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 30 de janeiro de 2014.

Factual e história no telejornalismo universitário: os desafios na cobertura da exumação e inumação de Jango no webjornal audiovisual Pampa News¹

Roberta Roos²
Caroline Rossasi³
Rafael Junckes⁴

Resumo: O presente artigo apresenta uma reflexão sobre o processo de produção de telejornais e sua transposição para internet exemplificada através de uma experiência prática universitária. Para além, discute-se a produção de pautas que trazem a relevância da factualidade agregada ao contexto histórico, apresentada através da cobertura jornalística realizada na exumação e inumação dos restos mortais do ex-presidente João Goulart na cidade de São Borja (RS). O acontecimento contou com a presença da imprensa local e nacional, ganhando destaque nos principais telejornais do Brasil. O acompanhamento de todos os momentos deste dia histórico foi realizado pelos estudantes de jornalismo da Universidade Federal do Pampa, integrantes do Projeto de Extensão Pampa News – webjornal audiovisual educativo, que foram desafiados a trabalhar com a informação e divulgação factual aliada ao resgate da história através de reportagens.

Palavras-chave: internet; telejornalismo; webjornal audiovisual; Pampa News; João Goulart.

-
- 1 Trabalho apresentado no GT História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Professora e Pesquisadora da Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja. Integrante do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele). Graduada em Jornalismo e em Radialismo e Televisão pela Universidade de Passo Fundo. Mestre em Educação. E-mail: <robertathier@unipampa.edu.br>.
 - 3 Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja. E-mail: <carolrossasi@gmail.com>.
 - 4 Graduando em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja. Integrante do Grupo de Pesquisa História da Mídia (GPHMídia). E-mail: <junckes.rafael@gmail.com>

Telejornalismo na Internet

A influência do telejornalismo no modo como as pessoas consomem e assimilam as notícias vem se transformando. Se o conteúdo telejornalístico disponibilizado na TV é insatisfatório, na internet o espectador pode encontrar conteúdo exibido por emissoras de TV que ele não tenha acompanhado; pode rever o que viu na TV para checar alguma informação; pode buscar a notícia para compartilhar com amigos em redes sociais; e também, entre outras coisas, pode ter acesso a material inédito ou exclusivo.

A substituição de mídias atuantes por outras com mais possibilidades técnicas vem sendo discutida desde a chegada do rádio. Na verdade o que acontece é uma reformulação desses meios, que para garantir espaço vão se aperfeiçoando, se adequando. Exemplo disso é o rádio e a televisão, acompanhamos também pela internet. Jenkins (2009, p. 52) considera que a sociedade está entrando “numa era de longa transição e de transformação no modo como os meios de comunicação operam” e, em idêntica proporção, o público ganha poder com as novas tecnologias e ocupa “um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação”. Como apontado por Emerim e Cavenagui (2012), a internet é um meio que pode reunir todos os outros:

Esse *meta-meio* (LACALLE, 2010) é o único capaz de reunir em si todos os outros meios existentes e, ao mesmo tempo, copiar, transpor ou prospectar. Pela natureza de seu sistema e suporte tecnológico, somente a internet conseguiu agregar o impresso, a rádio, as emissoras de TV e as outras formas comunicativas como as *charlas* comuns de inúmeros seres anônimos que sem a internet nunca teriam tido voz nem vez na sociedade midiática mais tradicional. (EMERIM; CAVENAGUI, 2012, p. 1)

Para o telejornalismo, a interação entre espectador e programa fica facilitada com a internet e seu papel de meio de comunicação. O usuário passou a contribuir com as produções a partir de sugestão de pautas, reclamações, dúvidas etc. Há ainda mais responsabilidade ao telejornalismo, uma vez que a internet pode rapidamente “desmascarar” erros ou suposições infundadas. O previsto por Barbeiro e Lima em 2002 hoje é realidade cotidiana:

A internet coloca à disposição do telespectador maneiras muito mais eficazes para influir diretamente no conteúdo da programação. Ele pode, ao mesmo tempo, ver e redigir um e-mail sobre o que está sendo transmitido. Os internautas querem consultar arquivos, ver programas já apresentados, comunicar-se com a direção da TV, propor questões para apresentadores, comentaristas e programadores. (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 51).

A produção de notícias acaba sendo influenciada pelas ideias e opiniões das pessoas, que se utilizam deste espaço democrático. A facilidade de acesso aos meios eletrô-

nicos entrou em uma fase nunca antes vivenciada. Com alta qualidade técnica e preços mais acessíveis, celulares, *tablets* e outros *gadgets*, hoje operados por qualquer pessoa, registram momentos importantes do cotidiano, que são divulgados com instantaneidade na rede. A cultura imagética está presente no dia a dia do usuário, o que dá margem ao telejornalismo para se difundir e se desenvolver nesse espaço.

Assim, a exibição das produções televisivas ganhou um novo panorama. As emissoras tradicionais de TV vêm se utilizando da rede como memória para as produções e também como canal de interação com o seu espectador. Para Freire Filho (2009) esse processo de “midiatização” é importante e irá imprimir novas dinâmicas na vida social:

A televisão, neste quadro, sofreu mudanças e se reorientou em função da presença e recursos da comunicação digital, e funciona hoje em estreito diálogo com a internet. Programas televisivos remetem a desdobramentos, maiores informações e mesmo à possibilidade de interação no *site* da empresa ou no blog do apresentador. (FREIRE FILHO, 2009, p. 49).

Nos *sites* de emissoras, geralmente está à disposição o conteúdo da TV acessível para quem não viu ou deseja rever determinado programa. Em geral, o material disponibilizado é menor do que o exibido na TV. Há modelos de negócios, a exemplo do explorado pela Rede Globo no *site* <<http://globo.com>>, que oferece pacotes de assinaturas. O pagamento de uma mensalidade permite ao usuário reproduzir na íntegra toda a programação exibida na TV.

A exemplo do modelo da Rede Globo, atualmente, quando nos referimos às notícias disponíveis na web, nos deparamos com telejornais da TV transpostos em trechos ou completos. Para Brasil (2002) “em vez de imitar a TV na rede, deveríamos observar as características próprias da internet”. A internet oferece infinitas possibilidades para a produção de webjornal com características próprias, atendendo o dinamismo e, principalmente, a linguagem adotada por este meio que recebe contribuições do público constantemente. Ainda segundo o autor:

A utilização de reportagens em vídeo, e a disponibilização na Web das principais matérias veiculadas pelas novas WebTVs nos leva hoje a detectar o surgimento de um possível novo telejornalismo online: um telejornalismo que não somente utiliza a Web como estrutura de emissão, mas também ao somar-se a linguagem hipermidiática da rede, transforma-se em um telejornalismo diferente em termos de estrutura, de estrutura narrativa e, porque não, de linguagem e de conceito. (BRASIL, 2011, p. 14).

Como é sabido, as mudanças de plataforma no telejornalismo vêm proporcionando entre os pesquisadores da área várias sugestões de nomenclatura para diferenciar a produção transposta ou feita exclusivamente para a internet. Aqui, adota-se o webjornalismo audiovisual, sendo definido por Nogueira (2005) como:

A atividade que utiliza formatos de notícia com imagem em movimento e som enquanto elementos constitutivos do produto disponibilizado nos bancos de dados da web. O conceito envolve ainda a atividade jornalística que é veiculada apenas através deste suporte. É importante lembrar, também, que o webjornalismo incorpora os usuários na produção dos conteúdos e é, por natureza, multimidiático. (NOGUEIRA *apud* TEIXEIRA, 2011, p. 47)

Dentro deste panorama crescente de utilização da internet, onde se visualizam novas práticas e modificações no papel do espectador, o telejornalismo universitário tem na internet espaço para se desenvolver e explorar formatos de webjornais audiovisuais. Brasil e Emerim (2012) apontam dois fatores para a dificuldade de produção e vivência do telejornalismo nas universidades brasileiras e de capacitação de profissionais qualificados para atuar nas emissoras de TV:

Primeiro, o distanciamento entre os dois setores e o preconceito fomentado contra o meio televisivo nas universidades de modo geral; segundo, as condições técnicas e profissionais para simular/replicar/ou até mesmo de aproximar a realidade da produção telejornalística às universidades visto que este tipo de processo de ensino e aprendizagem sempre exigiu uma prática laboratorial específica e dispendiosa. (BRASIL; EMERIM, 2012, p. 1)

O presente artigo traz uma tentativa de rompimento desta perspectiva através da prática em um projeto de extensão da Universidade Federal do Pampa, chamado Pampa News – webjornal audiovisual educativo da Unipampa. A cobertura da exumação e inumação dos restos mortais do ex-presidente João Goulart permitiu aos estudantes exercitarem a apuração factual do acontecimento aliada a relevância histórica da pauta. São Borja, a cidade onde está situado o curso de Jornalismo da Unipampa é conhecida como “Terra dos Presidentes”. Além de João Goulart, nasceu na cidade Getúlio Vargas. Os estudantes convivem diariamente com referências aos antigos presidentes e, a partir das ações da Comissão Nacional da Verdade, instituída pelo governo federal para investigar violações de direitos humanos ocorridas no período da ditadura militar, puderam observar o retorno da história local aliado ao factual dos acontecimentos.

Webjornal audiovisual educativo, o Pampa News na Unipampa

O Pampa News surgiu inicialmente como atividade prática da disciplina de Laboratório de Telejornalismo I (2012/01), com a proposta de apresentar conteúdos próximos e relevantes para as comunidades universitária e local. A partir de uma abordagem estilo *hardnews* e apresentação em pé feita por um único âncora, foram produzidos quatro programas, com duração entre 5 e 10 minutos cada, ao longo de um semestre letivo. No surgimento, os alunos da disciplina produziram reportagens, *stand-ups* e notas curtas e objetivas, trazendo informações factuais.

Ainda que o Pampa News tenha sido criado para atender às demandas da disciplina, mais tarde o produto também serviu de exercício da prática jornalística em diversas oportunidades. Durante a greve nacional dos docentes de 2012 que se estendeu por quatro meses, foram produzidos boletins e *stand-ups*. Foram realizadas coberturas de eventos como 4º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia (ALCAR RS 2012), da 27ª Feira do Livro, 23ª Feira do Chocolate, ambas de São Borja, e outros. Além disso, o Pampa News firmou parceria com o TJ UFSC, projeto idealizado na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e ligado ao Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele). Reportagens avulsas do Pampa News foram enviadas e veiculadas no programa.

Desde o surgimento o Pampa News passou a ter papel importante na formação acadêmica de alunos do curso de jornalismo, contribuindo para a vivência de todas as etapas de produção, desenvolvendo habilidades e o interesse aprimorado pelo audiovisual. Até setembro de 2013 a cobertura praticada não tinha periodicidade definida e priorizava acontecimentos importantes na cidade. Visando sua consolidação, o Pampa News veio a se tornar um projeto de extensão com produção semanal. A fim de proporcionar um momento de contato direto com a comunidade local e dar visibilidade a histórias que não teriam aproveitamento por emissoras comerciais, o webjornal atua com abordagem educativa.

A equipe é composta por dez alunos voluntários, além de uma professora coordenadora e outra professora colaboradora. O grupo vivencia todas as etapas de produção do programa, toda semana alunos e professores realizam a reunião de pauta, no mesmo dia acontece a gravação da edição semanal, que é lançada no dia seguinte. Nesta reunião de pauta são distribuídas as funções entre os alunos (cinégrafistas, repórteres, produtores e editores de imagem), que são desempenhadas durante a semana. O público-alvo do programa abrange tanto a comunidade local próxima à universidade, quanto a comunidade acadêmica da Unipampa, principalmente do Campus São Borja.

A internet é utilizada como meio principal de distribuição dos programas⁵. O texto dá atenção ao fato de que poderá ser assistido a qualquer tempo dentro da semana de divulgação ou posteriormente a isso. A plataforma utilizada para divulgação é a do *Youtube*, são aproveitados recursos gratuitos oferecidos pelo *site* como o *hiperlink* para reportagem exibidas em outras edições, por exemplo. Mas o Pampa News também é exibido de outras formas e não pode ter um conteúdo que considera somente o usuário online. No Cine Parkão, projeto do governo municipal que exhibe semanalmente filmes ao ar livre em um parque da cidade, a comunidade local pode ter contato direto com a produção.

5 Um novo webjornal audiovisual é publicado semanalmente no canal: <[youtube.com/pampanewsunipampa](https://www.youtube.com/pampanewsunipampa) e divulgado na página: [facebook.com/pampanewsunipampa](https://www.facebook.com/pampanewsunipampa)>.

Experiências factuais e Aprendizados históricos na cobertura audiovisual

A partir do caráter educativo do Pampa News, cada reportagem é produzida com a produção de um conteúdo de fácil entendimento e que ao mesmo tempo transmita conhecimento adicional para quem assiste. A proposta buscou mostrar o fato de uma maneira aprofundada, fazendo com que a reportagem traga mais que a informação factual.

Conforme Azambuja, o jornalismo educativo “é toda ação educativa no espaço jornalístico realizada com o objetivo de produzir, desenvolver e promover educação” (2008, p. 60).

O Jornalismo Educativo pode ser visto como a produção e a distribuição de mensagens informativas da atualidade, levando em conta o benefício público, o interesse pela vida humana em todas as circunstâncias, fazendo com que o público descubra sua responsabilidade social. (...) O fato de o jornalista ir além das perguntas que compõem o *lead* da matéria (o que, quem, quando, onde como e por quê?) caracteriza a reportagem como de Jornalismo Educativo (AZAMBUJA, 2008, p. 54).

Para a primeira edição do programa como projeto de extensão, a equipe teve a oportunidade de abordar em reportagem a exumação dos restos mortais do ex-presidente João Goulart, realizada no dia 13 de novembro, em São Borja. Para ir além do factual, foram tratados outros aspectos relacionados ao acontecimento, mas que facilitam a compreensão e proporcionam conhecimento sobre o assunto, como o resgate histórico sobre Jango, a importância dele para a cidade e o porque dos restos mortais serem exumados após 37 anos de sua morte.

O acontecimento que movimentou a cidade e repercutiu em emissoras do país e do exterior trouxe aos alunos a experiência prática em como lidar com grandes coberturas. Como já mencionado, São Borja é a terra natal do ex-presidente João Goulart, ou Jango, como era conhecido. A cidade está localizada na fronteira oeste do Rio Grande do Sul, tendo como vizinha a cidade argentina de Santo Tomé (província de Corrientes). De forte tradição agrícola, o município está distante de grandes centros e regiões metropolitanas. Produzir jornalismo e desenvolver o curso no interior tem desafios e distanciamentos de grandes empresas jornalísticas e atividades típicas da profissão. O telejornalismo, em especial, tem pouca atuação no município. Atualmente apenas uma repórter da RBSTV produz reportagens e notas de forma esporádica, sobre os eventos e acontecimentos de maior repercussão na cidade.

Com o anúncio da exumação seria possível vivenciar uma situação atípica para o jornalismo na região. Experiência única aos estudantes que teriam contato ou ao menos poderiam observar as dinâmicas de trabalho de repórteres, cinegrafistas e produtores das emissoras de abrangência nacional. Assim, desde a manhã do dia 13 de novembro dois alunos, um como repórter e outro como cinegrafista, acompanhados da professora

orientadora aguardavam em frente ao cemitério Jardim da Paz, onde está o jazido da família Goulart.

Junto aos demais repórteres foi possível entrevistar autoridades como o governador do Rio Grande do Sul, Tarso Genro, a ministra Maria do Rosário, da Secretaria de Direitos Humanos, e o ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo. Ao longo da manhã foram evidenciadas práticas de respeito e cordialidade entre os profissionais que, algumas vezes de forma colaborativa, produziam suas reportagens.

Produzir a reportagem sobre a exumação, do ponto de vista técnico e logístico, foi possível sem grandes contratempos. Utilizando uma câmera fotográfica com gravação Full HD e foco automático, tripé, além de cabo e microfone – todos os equipamentos dos próprios alunos – não ocorreram grandes limitações técnicas na captação das imagens. Ainda que a universidade possuísse equipamentos similares disponíveis, em decorrência da praticidade, optou-se por não utilizá-los.

A reportagem tinha como necessidade explicar o que havia por trás do factual e buscar a melhor maneira de abordar através de imagens, depoimentos, documentos e resgate histórico. O acontecimento foi retratado através de uma personagem, chamada Neuza Penalvo, que conviveu com João Goulart quando criança e poderia contribuir com o resgate histórico abordado. O contato foi facilitado já que a fonte é moradora de São Borja. Por meio do material e das lembranças que Neuza tinha em sua casa, a reportagem pôde enfatizar o que Jango representa para os são-borjenses. A matéria divulgada serviu de referência para a assessoria oficial da família do ex-presidente, que utilizou a personagem em um documentário que vinha sendo produzido.

Já a inumação de Jango foi realizada no dia 6 de dezembro. Poucas informações haviam sido divulgadas até a véspera do retorno dos restos mortais para a cidade (na exumação eles haviam sido levados para Brasília). Ao contrário da cobertura da exumação, nesta reportagem não havia sido realizada pré-produção, a equipe estava de posse apenas das informações comuns como locais e horários. Prevvia-se que a reportagem cobriria a factualidade dos acontecimentos e buscaria ao longo do dia personagens e fatos que trouxessem mais profundidade e conteúdo ao material.

Neste dia, desde a chegada dos restos mortais no aeroporto, passando pela celebração na igreja católica no centro da cidade até o segundo sepultamento no jazigo da família, a equipe presenciou dificuldades logísticas e técnicas. Com a necessidade de captação de imagens muito maior do que na reportagem anterior, antes mesmo da chegada na igreja o cartão de memória da câmera fotográfica foi totalmente ocupado pelas imagens em alta resolução, logo depois a bateria também terminou. Outros problemas como falhas na captação de sonoras devido ao cabo utilizado, também foram presenciados.

Ainda assim, a reportagem apresentou sonoras com o prefeito de São Borja, que havia decretado feriado municipal na data; Christopher Goulart, um dos netos. Como personagem foi apresentado Nei Ortiz, ex-deputado federal e amigo pessoal de Jango.

Uma são-borjense que estava no velório e sepultamento do ex-presidente em 1976 também foi entrevistada. Outro resgate histórico com a utilização de imagens de um jornal impresso da cidade apontou a movimentação da cidade no sepultamento e luto com a morte de Jango.

Considerações finais

As iniciativas e produções que envolvem o ensino e a prática do telejornalismo universitário precisam levar em consideração as experiências e habilidades, buscando a organização de um produto audiovisual qualificado. Atribui-se aqui a importância do ensino *in loco*, pois muitas vezes a teoria não consegue dar conta das situações cotidianas vivenciadas pelos estudantes nas ruas, durante entrevistas e produção de imagens. As experiências que vão sendo construídas com orientação facilitam e aceleram o aprendizado.

[...] os manuais de telejornalismo, apesar de insistirem na importância do ensino das técnicas de “casamento de imagens com texto” para a produção da informação no meio televisivo, encontram dificuldades, muitas vezes intransponíveis, na exemplificação didático-pedagógica específica para os alunos. (BRASIL; EMERIM, 2012, p. 8)

Além disso, o presente artigo buscou apresentar uma reflexão de experiências e aprendizados em situações de abordagem factual e histórica ao mesmo tempo. O trabalho audiovisual educativo tem uma tarefa a mais, não se apresenta apenas o problema como forma denunciativa ou apelativa, mas busca-se mostrar iniciativas que tentam minimizar as dificuldades e trazer alternativas para o bem coletivo.

A cobertura realizada pelos alunos e integrantes do Webjornal Audiovisual Educativo Pampa News do processo de exumação e inumação dos restos mortais do ex-presidente Jango, marcou uma fase importante do aprendizado telejornalístico acadêmico. Pois além de apresentar o fato, buscou-se “abrir” as reportagens com situações que davam um novo direcionamento. Paralelo a isso, estava a experiência de vivenciar em uma cidade do interior uma cobertura de um fato com repercussão nacional, enfrentando dificuldades, analisando comportamentos de futuros colegas de profissão e principalmente ocupando um espaço significativo de produção e publicação.

Tanto o resgate histórico, quanto a factualidade são fundamentais nas práticas telejornalísticas, mas para serem executados com qualidade informacional necessitam de prática e experiência. Na academia, esta prática, em alguns casos, fica prejudicada, devido a quantidade de estudantes que dividem a atenção de um único professor ao mesmo tempo. Iniciativas como projetos de extensão e experimentais podem aumentar as chances de um acompanhamento mais individualizado por aqueles que se interessam em buscar fora um espaço na produção de televisão. A experiência relatada neste artigo

conseguiu trazer a ampliação dos conceitos e práticas de uma cobertura que envolveu o factual e a história através de produção no telejornalismo universitário.

Referências

- AZAMBUJA, Cíntia Neves de. **Jornalismo Educativo: da teoria à prática na TV Universitária**. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <http://www.estacio.br/mestrado/educacao/dissertacoes/dissertacao_cintia_azambuja.pdf>. Acesso em: 13.10.2013.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Telejornalismo – os segredos da notícia de TV**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2. ed. 2002.
- BONASIO, Valter. **Manual de Produção & Direção**. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002.
- BRASIL, Antonio C. **Por uma história do telejornalismo na Internet – Dez anos da TV UERJ online**. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Por%20uma%20historia%20do%20telejornalismo%20na%20internet%202013%20dez%20anos%20da%20TV%20UERJ%20Online.pdf/view>>. Acesso em 23.01.2014.
- BRASIL, Antonio C.; EMERIM, Cárlica. **Rede Nacional de Telejornais Universitários: uma proposta na internet**. Chapecó, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2124-2.pdf>>. Acesso em 31.01.2014.
- CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.
- EMERIM, Cárlica; CAVENAGUI, Beatriz. **Contribuições da linguagem dos webdocumentários para o webjornalismo audiovisual**. Chapecó, 2012. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1661-1.pdf>>. Acesso em 31.01.2014.
- FREIRE FILHO, João (Org.). **A TV em Transição: Tendências de Programação no Brasil e no Mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SILVA, Edna de Mello; ROCHA, Liana Vidigal. “Telejornalismo e Ciberespaço: convergência de tecnologias e informação”. **60 anos de Telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica** (orgs.). Alfredo Vizeu, Flávio Porcello, Iluska Coutinho. Florianópolis: Insular, 2010.
- TEIXEIRA, Juliana Fernandes. **Webjornalismo audiovisual universitário no Brasil: um estudo dos casos TV UVA, TV UERJ e TV UFRJ (2001-2010)**. Florianópolis, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/95649/295329.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 06.10.2013.

O noroeste gaúcho na TV: a RBS TV Santa Rosa¹

Rossana Zott Enninger²
Rogério Saldanha Corrêa³

Resumo: O artigo pretende discutir aspectos históricos e sociais da televisão, realizando tensionamentos entre a história e os processos culturais que influem no rumo tomado pelas emissoras de televisão. Entende-se que os aspectos históricos devem ser vistos em conjunto com os culturais, partindo então do materialismo histórico para o materialismo cultural. A partir da contextualização no Brasil, realizar uma breve historiografia do desenvolvimento das emissoras de televisão no Rio Grande do Sul e, a partir desta, da RBS TV Santa Rosa. A emissora foi inaugurada em 1992, a mais recente das emissoras do Grupo RBS no estado. Como eixo teórico do trabalho, o materialismo cultural de Raymond Williams mostra que a cultura ocupa papel central no cotidiano. Justamente nesse processo histórico e cultural que se observa a relação entre emissora e telespectadores, com a aproximação através das filiais e culturalmente com os conteúdos veiculados.

Palavras-chave: Televisão; RBS TV Santa Rosa; Comunicação; História.

Considerações introdutórias

Desde a década de 1950, quando do seu surgimento e emissão das primeiras imagens no país, a televisão faz parte do cotidiano das pessoas. Esta característica torna-se uma das principais razões para que se adote a TV como fonte importante de pesquisas e estudos na área da comunicação. Compreender seu surgimento, seu desenvolvimento, as linguagens e as características de cada programa se tornam objetivos a serem traçados não apenas na academia, como também por aqueles que fazem a sua programação diariamente.

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – ALCAR Sul 2014.

2 Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo. Mestranda no Programa da Pós-graduação em Comunicação na UFSM. Integrante do GP Audiovisualidades e estudos culturais registrado CNPq/UFSM. E-mail: <rozenninger@gmail.com>.

3 Bacharel em Comunicação Social – Relações públicas. Mestrando no Programa da Pós-graduação em Comunicação na UFSM. Integrante do GP Audiovisualidades e estudos culturais registrado CNPq/UFSM. E-mail: <rogerio-saldanha.rp@gmail.com>.

Este artigo tem a finalidade de realizar uma contextualização historiográfica do surgimento da televisão no noroeste do Rio Grande do Sul, especificamente na região de Santa Rosa, onde em 1992 foi inaugurada a “última” emissora da RBS TV no estado, que conta com a mesma apresentadora à frente do telejornal do meio dia, o Jornal do Almoço, desde a sua primeira transmissão. Para chegar até Santa Rosa, considera-se necessário realizar, ainda que brevemente, uma linha cronológica dos principais acontecimentos que marcaram a televisão, a nível nacional e estadual.

O aporte teórico do trabalho consiste no materialismo cultural, proposto por Raymond Williams (1979), que preconiza a centralidade da cultura, a partir do que é realmente vivido pelos sujeitos, seus modos de vida e experiências, das crenças, valores e significados, que compreendem, também, os processos políticos e econômicos, além do sócio-histórico.

Grosso modo, a sociedade sofre alterações tanto históricas quanto culturais, o movimento de interiorização das emissoras de televisão não deve ser visto apenas como um processo natural. Há tensionamentos culturais e históricos que motivam tal processo, cabe a este artigo refletir acerca do ocorrido na região noroeste do estado gaúcho.

A televisão também chega ao noroeste: uma breve historiografia

A televisão no Brasil tem como marco histórico importante o dia 18 de setembro de 1950, data em que foi inaugurada a PRF-3 TV Difusora, mais tarde TV Tupi de São Paulo, a primeira emissora de televisão do país. A televisão surge principalmente como uma estratégia e visão de mercado de Assis Chateaubriand e dos Diários e Emissoras Associados.

Programas de auditório, novelas, entrevistas e *shows* eram as atrações dos primeiros tempos. Mas as notícias, assim como no rádio e no impresso, também ganhavam espaço. Segundo Paternostro (2006), o telejornal brasileiro veio junto com a TV Tupi, ainda em 1950. O primeiro deles, o Imagens do Dia, ficou apenas cerca de um ano no ar. O principal destaque da época foi o Repórter Esso, que teve início em 1953 na Tupi. A “testemunha ocular da história” saiu do rádio, porém, mesmo com a migração de meio, já trazia consigo uma linguagem mais televisiva, o que contribuiu para o sucesso do programa que se manteve no ar até 1965.

Contudo, esses programas eram transmitidos para um número pequeno de telespectadores, limitados ao eixo Rio-São Paulo. O primeiro telejornal transmitido em rede nacional através das afiliadas da Rede Globo e do sistema de satélites da Embratel, o Jornal Nacional, estreou em 1969. Como acrescenta Paternostro (2006, p. 38), o Jornal Nacional continua líder de audiência porque “foi o primeiro a apresentar reportagens em cores; o primeiro a mostrar imagens, via satélite, de acontecimentos no mesmo instante em que eles ocorriam; o primeiro a ter correspondentes internacionais”.

Para que as redes pudessem se tornar nacionais, era preciso que a televisão se desenvolvesse também nos outros estados do país. No Rio Grande do Sul, especialmente, a primeira emissora de televisão foi ao ar em 20 de dezembro de 1959. A TV Piratini era mais uma das iniciativas do empresário Assis Chateaubriand, integrada ao primeiro conglomerado de comunicação do país e uma das nove emissoras de TV que operavam no Brasil na época. Como nas emissoras que antecederam a gaúcha, programas de variedades, jornalismo e entretenimento, especialmente de teledramaturgia, faziam parte da programação, muitos adaptados das produções do sudeste (BERGESCH, 2010).

Conforme Finger (2009), em 29 de setembro de 1962 foi inaugurada a segunda emissora no estado, a TV Gaúcha, do jornalista e empresário da área de rádio, Maurício Sirotsky Sobrinho. Disputando audiência com a TV Piratini, Maurício Sirotsky encontrou na valorização da produção local uma maneira de conquistar o público.

A TV Difusora, terceira emissora a entrar em operação no estado em 10 de outubro de 1969, tinha o controle acionário sob a Ordem dos Freis Capuchinhos e dos superintendentes Salimen Júnior e Walmor Bergesch. A Difusora foi a primeira a fazer uma transmissão em cores no país, durante a inauguração da Festa da Uva, em Caxias do Sul, em 1972 (FINGER, 2009).

Na década de 70 iniciam as transmissões da TV Educativa, que tem sua programação voltada para a cultura e educação, através de um convênio com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, servindo desta forma também como laboratório para os alunos do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social.

Já em 1979, a empresa de comunicação Caldas Júnior entrou no mercado com a Televisão Guaíba, sem ligação com emissoras do centro do país e apostando na programação regional, com um forte investimento em conteúdos culturais, jornalísticos e esportivos (FINGER, 2009).

Por fim, em 1980 foi inaugurada a TV Pampa, como a última tentativa de uma televisão verdadeiramente local. Pertencente à Rede Pampa de Comunicação do empresário gaúcho Otávio Gadret, que, até então, atuava na área de rádio, a independência da emissora durou apenas três anos (FINGER, 2009).

Embora tentassem manterem-se independentes e produzindo conteúdos locais,

[...] Disputando um mercado cada vez mais competitivo e localmente restrito, as nossas emissoras passaram cada vez mais a veicular através de si, como um canal mesmo, as imagens globais que já não nos surpreendem e, deixando para trás inúmeras representações da sociedade local/regional... (Kilpp, 2000, p. 55 *apud* FINGER, 2009).

As emissoras gaúchas não sobreviveram ao “sistema” das redes nacionais. Na década de 1980, a TV Piratini deixou de existir, assim como o “império” de Chateaubriand, e o canal de Porto Alegre passou para o SBT de Sílvio Santos. A TV Gaúcha, primeira afiliada da Rede Globo em 1967, torna-se RBS TV em 1982. A TV Difusora é compra-

da pelo Grupo Bandeirantes. Em 1983 a TV Pampa afilia-se a Rede Manchete, depois passa para a Rede Record em 1997 e, em 2007, afilia-se a Rede TV! e passa a produzir o maior número de horas de programação local no estado. A TV Guaíba foi vendida para a Rede Record em 2007 e a TVE transmite programas da TV Cultura de São Paulo e da TV Educativa do Rio de Janeiro (FINGER, 2009; BERGESCH, 2010).

O que se percebe é que embora se instalassem localmente, as emissoras acabaram formando sistemas maiores, que seriam capazes de integrar um maior número de pessoas. Foi assim com Chateaubriand, com a TV Tupi e os Diários, como também com o, agora, Grupo RBS, que desde o início preocupou-se em desenvolver uma rede de televisão, de forma que estendesse sua cobertura para todo o Rio Grande do Sul (e em Santa Catarina). Em mais de 50 anos de RBS, o grupo tem 12 emissoras no estado: Porto Alegre, Caxias do Sul, Santa Maria, Erechim, Pelotas, Uruguaiana, Bagé, Rio Grande, Cruz Alta, Passo Fundo, Santa Cruz do Sul e Santa Rosa.

A última das emissoras inauguradas pelo Grupo RBS é a de Santa Rosa, na região noroeste. A concessão para o funcionamento foi outorgada pelo governo federal em 1990, mas a emissora só foi inaugurada em 28 de agosto de 1992.

O estúdio foi construído em um terreno doado pela prefeitura da época, uma plantação de soja, e o sinal da TV era disponibilizado para cerca de 600 mil habitantes da região, de 65 municípios inicialmente. Antes de se tornar emissora, Santa Rosa era uma sucursal da RBS TV Cruz Alta, com um cinegrafista e repórter para dar conta de produzir as notícias de toda região.

Como explica a apresentadora e coordenadora de telejornalismo da RBS Santa Rosa, Lisiane Sackis (2012), a região de cobertura da TV não tinha (e ainda não tem) faculdade de jornalismo ou de comunicação, dificultando os primeiros passos no noroeste, por falta de pessoal capacitado. Depois do projeto “caras novas”, a então professora de Letras Lisiane integrava a equipe que iria diariamente apresentar as notícias da região, onde continua atualmente.

A RBS TV Santa Rosa, atualmente, produz e veicula um bloco do Jornal do Almoço, do RBS Notícias e o boletim Redação RS, que são assistidos nos 69 municípios da sua área de cobertura.

É válido ressaltar que, embora as outras emissoras que atuam no estado também tenham suas sucursais no interior, a região noroeste não conta com nenhuma TV geradora de conteúdos aqui localizada. Podem-se sintonizar esses canais, em alguns municípios, a partir das antenas repetidoras do sinal por elas enviado.

O materialismo cultural

A preocupação em atualizar um sistema de pensamento, verificando sua legitimidade presente, e dando-lhe nova forma de acordo com as transformações pelas quais passa a sociedade, historicamente e de maneiras estruturais, de onde tira sua substância

lógica, faz dessa contínua atualização sua necessidade. Raymond Williams, ao desenvolver o que chamou de materialismo cultural, percorreu este caminho, tão difícil na teoria quanto controverso na prática, pois exige uma reformulação de conceitos muitas vezes bastante valorizados, colocando em dúvida posições largamente difundidas e gerando dificuldades de ordem tanto acadêmica quanto política.

Raymond Williams nasceu em uma comunidade rural, em Pandy, na fronteira entre o país de Gales e a Inglaterra. Neto de agricultores, seu pai trabalhava na ferrovia. Williams é o primeiro a notar o papel determinante que este lado não burguês influia em sua concepção de sociedade e cultura. Ele vai dessa formação social para o confronto com o ápice da cultura de elite inglesa, ao ganhar uma bolsa de estudos em Cambridge. É a partir de sua visão diferenciada sobre o mundo e a sociedade que ele se distancia do pensamento de elite e propõe novos olhares sobre o meio.

Williams escolhe o título de sua teoria embasado em aspectos relevantes observados em outras disciplinas, mas é principalmente em Marx, tomando o seu materialismo histórico como base, que alicerça sua principal teoria, o materialismo cultural.

Williams traz a questão da base e da superestrutura, trabalhada por Marx, em um ensaio em 1973, e o expande no livro de 1997, onde ele estipula os passos teóricos para a formulação do materialismo cultural. Especificar a relação entre o mundo material e a significação é a porta de entrada para se compreender o que ocorre efetivamente na vida social e para se contrapor às descrições que falseiam essa realidade.

No momento da articulação do materialismo cultural, é preciso deslocar as descrições apenas aparentemente opostas: de um lado o mundo material, abstraído como o social, um conjunto de determinações que existem fora do presente, ainda que o estruturam, um conjunto conhecido e fixo, de outro, o campo do que escapa ao entendimento racional, o que se dá “aqui e agora”, transformando em campo do subjetivo, que, para ser teorizado, faz sugerir outras abstrações como a imaginação, o inconsciente”. Nos dois casos dificulta-se a apreensão da cultura como constituinte da realidade social. É preciso reelaborar os achados de Marx em especial sua percepção fundante de que o ser social determina a consciência – para desmontar oposições estereis que emperram a teoria da cultura (CEVASCO, 2001 p 179).

Grosso modo, o sujeito não pode se abstrair de sua carga cultural, mesmo que esteja por um momento isolado, as influências culturais permeiam as relações e as direcionam, ainda que de maneira imperceptível. O ser não é resultado de si, mas de uma soma de crenças, valores e ideologias, ou seja, da cultura. Compreende-se que a formação da subjetividade se dá em conjunto, isto é, afetada pelo materialismo cultural, que por sua vez, remete diretamente aos acontecimentos históricos. O sujeito é resultado de somas culturais, mas muitas vezes valoriza o que vem do seu local “da sua terra”, por isso as emissoras de televisão formam as filiais.

Seguindo o raciocínio sobre o materialismo cultural, Cevalco disserta:

O materialismo cultural de Williams se abstém de reconhecer um estatuto especial para as obras literárias: a questão é examinar as relações entre as condições materiais de produção e de recepção das obras sem colocar nenhuma condição que as coloque à parte, em um domínio separado da vida social, mesmo que for para elevá-la como promessa de liberação humana (CEVASCO, 2001, p.179).

Observamos então que, para o materialismo cultural de Williams, além da produção ou reprodução cultural, há uma estrutura que é formada e formadora da cultura. Para Cevalco (2001, p.148), “o objetivo do materialismo cultural é definir a unidade qualitativa do processo sócio histórico contemporâneo e especificar como o político e o econômico devem ser vistos nesse processo”.

Compreender as mudanças históricas também é entender o momento de transição dos conteúdos, que, primeiramente nacionais, depois realizados pela capital do estado, ganham formas e produções específicas para determinada região. Como por exemplo, o Jornal do Almoço que tem sua versão exclusiva à região noroeste do estado do Rio Grande do Sul, por meio de um bloco de produção local.

O materialismo cultural que Raymond Williams propôs é uma formulação central de uma nova teoria à cultura e coloca-nos, na própria formação da expressão, um problema inicial bastante polêmico. O “Materialismo” faz referência ao materialismo histórico, proposto inicialmente por Karl Marx, teoria que busca a articulação das esferas da sociedade a partir de um olhar totalizante. Não se trata aqui de uma esfera específica, mas das relações entre essas esferas e de cada uma delas (da família com a religião etc.) com o todo, ou seja, com a história. “Cultural”, por sua vez, refere-se à cultura, uma das esferas da sociedade.

Com o esforço de unir essas duas esferas, analisa-se o movimento de interiorização das emissoras de televisão, em conjunto com o visível desejo dos telespectadores em ter conteúdos vinculados à sua região. Ou seja, os processos históricos e culturais atuam em conjunto, primeiramente no desejo do conteúdo e posteriormente no atendimento da demanda por parte das emissoras de televisão.

Cabe salientar que cada região tem sua programação local afetada, por exemplo, pelo tipo de colonização exercida. A região de Santa Rosa pode ser considerada multiétnica, já que atraiu colonizadores russos, alemães, poloneses, italianos..., além dos índios próximos, nas reduções dos Sete Povos. Estas características influenciam desde a composição do cenário do estúdio (que inicialmente contava com a imagem das ruínas de São Miguel das Missões) até na produção de reportagens especiais, com as que abordaram a comemoração do Centenário da Imigração Russa no Rio Grande do Sul, em Campina das Missões, em outubro de 2009.

Televisão e a aproximação com o local

Bergesch (2010), no seu trabalho a respeito da história da televisão no Rio Grande do Sul, afirma que a condição local sempre foi uma particularidade que acompanhou o desenvolvimento do veículo, desde os seus primeiros passos. Isto porque, segundo ele, o Sul se diferenciava justamente pelo fato de que “o público esperava e exigia programas locais, bem identificados com suas comunidades” (BERGESCH, 2010, p. 233). Essa é a razão, principalmente, de as emissoras de televisão gaúchas voltar-se para o gosto local e produzirem conteúdos específicos e com características especiais, numa construção em que o público pudesse ali se identificar de alguma maneira.

Conforme Cruz (2006) por meio dos programas telejornalísticos a emissora demonstra sua preocupação e interesse no local, veiculando informações que sejam do interesse de cada região. Nesse sentido, procura intercalar blocos de produção estadual e também de produção local, especificamente gerados para cada região de abrangência das suas emissoras no interior.

Cabe-nos destacar, primeiramente, o que seria uma televisão regional. Bazi (2001, p. 16) considera TV regional “aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para ela mesma”. Isto quer dizer, segundo o autor, que a emissora regional tem o compromisso de trazer em sua programação conteúdos que sejam de interesse da comunidade regional e que esteja vinculada com esta, contribuindo para o desenvolvimento social e cultural da população local.

Dessa forma, as emissoras do interior, embora regionais, conseguem dar mais ênfase para os assuntos mais próximos da sua sede, que neste caso é a cidade de Santa Rosa. Assim sendo, Coutinho (2007) afirma que os conteúdos acabam sendo locais, e não regionais. Sobre este mesmo aspecto, Bastos da Silva complementa dizendo que:

[...] as tevês regionais por uma série de questões procuram dar cobertura maior para a cidade mais importante da sua região. Este fato tem gerado muitas críticas e discussões sobre o papel que as emissoras deveriam prestar para a região. As empresas se defendem afirmando que não possuem equipes suficientes para realizar uma cobertura cabal ou às vezes não se justifica enviar uma equipe para um município muito distante sem haver razão maior (BASTOS DA SILVA, 1997, p. 61 *apud* BAZI, 2001, p. 16).

Todavia, Bazi (2001) explica que a programação das emissoras regionais está atrelada às brechas na programação da rede nacional. A RBS TV produz conteúdo em horários predeterminados pela Rede Globo, de quem é afiliada. Por sua vez, a RBS TV Santa Rosa depende das normas da matriz em Porto Alegre/RS para veicular suas produções em horários pré-determinados. Conquistar uma maior autonomia em relação à grade de programação para veicular seus conteúdos é um desafio para as TVs regionais, sobretudo, pelos altos custos que essa produção demanda. Uma das estratégias para

obtenção de receitas passa pelos anunciantes publicitários, conquistados na região fundamentalmente.

Mas é através das emissoras regionais que as Redes conseguem manter sua audiência e o vínculo com a comunidade. E é justamente conhecendo o público que é possível construir essa ligação, entre o conteúdo nacional e o regional. Como explicam Falgetano e Costa,

[...]Aproveitar as potencialidades e valorizar os aspectos latentes e potenciais das comunidades, usando a ação mobilizadora da TV para ampliar e dar presença no vídeo ao cidadão. Cumprir sua função de prestadora de serviço, apresentando um conjunto de atividades para que a emissora possa se vincular com seu público; acima de tudo com segmentos mais populares, realizando coisas simples que mobilizem a cidade, criando assim um nível de simpatia e fixação de marca. O apoio de anunciantes para as ações e atração de verbas corporativas dos empresários locais para mostrar o tipo de contribuição que dão à sociedade levarão à produção de uma programação cada vez mais local (FALGETANO E COSTA, 1999, p. 38 *apud* BAZI, 2001, p.62).

A partir deste vínculo com o local e a qualidade no conteúdo produzido é possível conquistar a audiência e, com ela, se construir a credibilidade e a respeitabilidade que a emissora procura. Traquina (2008) explora essa proximidade como um critério de seleção de notícias pelos jornalistas. Dessa forma, a aproximação do conteúdo com a região geográfica e cultural é fator importante na escolha de um acontecimento noticiável. Isto porque as histórias que tenham algum interesse humano local acabam chamando a atenção do público que assiste ao telejornal e vê seu município ou região representados na programação.

O materialismo surge, neste aspecto, como uma resposta ou reinvidicação da crítica histórica e cultural aos desdobramentos reais que fazem parte do desenvolvimento dos meios e das relações sociais por eles afetadas. Da mesma maneira como a televisão evoluiu historicamente, sejam as tecnologias empregadas, as linguagens ou os recursos utilizados nas produções, as sociedades, as instituições culturais também mudam ao longo do tempo.

Não há como pensar a televisão, e os demais meios de comunicação midiática, separados da cultura. Kellner (2001, p. 54) complementa essa visão, quando afirma que

“[...] a nossa é uma cultura da mídia, que a mídia colonizou a cultura, que ela constitui o principal veículo de distribuição e disseminação da cultura”. Além de mediadora social, a mídia produz também significados, e estes se dão na história e na cultura.

Considerações finais

Nada se constrói por acaso e o tempo presente não é outra coisa senão o resultado de ações já passadas. Falando da televisão, a interpretação não é diferente. Conhecer os percursos traçados desde o seu início contribui para que possamos ampliar a compreensão que temos do meio.

Esta compreensão passa também pelo contexto sócio histórico, político e econômico, como preconiza o materialismo cultural de Williams. O presente é resultado de experiências de vida, de crenças e valores que resistem ao tempo, que sofrem mudanças no decorrer das épocas em que estão inseridos, como também podem significar um rompimento com o que está imposto, apontando para novos direcionamentos.

No âmbito da televisão regional, isto pode ser percebido a partir do momento em que a emissora procura se aproximar do telespectador. É na vida cotidiana, na experiência, que a mídia opera, seja filtrando ou moldando realidades, contribuindo para a produção e/ou afirmação do senso comum, seja reproduzindo ou conduzindo a vida diária por meio das representações que escolhe. Regionalmente, através da proximidade que procura demonstrar com o público, a televisão se torna parte da cultura.

Referências

- BAZI, R. E. R. **TV Regional: trajetória e perspectivas**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001.
- CEVASCO, Maria Elisa. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- COUTINHO, I. **Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento**. IN: VIZEU, A. (Org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- CRUZ, F. S. da. **A cultura da mídia no Rio Grande do Sul: o caso MST e o Jornal do Almoço**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2006. Tese – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/cruz-fabio-cultura-da-midia.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2014.
- CURADO, O. **A notícia na TV: o dia a dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.
- FINGER, C. **Os 50 anos de história da televisão no Rio Grande do Sul**. RUA. Revista Universitária do Audiovisual, v. 1, p. 1-5, 2009. Disponível em: <<http://www.rua.ufscar.br/site/?p=2506>>. Acesso em: 26 jan. 2014
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- PATERNOSTRO, V. Í. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2. ed., rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- SACKIS, L. C. P. **RBS TV Santa Rosa 20 anos: histórias e bastidores**. 1. ed. Santa Rosa: Coli Gráfica e Editora Ltda., 2012.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, v. 2, 2. ed., 2008.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

Discursos e memórias da publicidade em Chapecó-SC¹

Valéria Marcondes²
Juceli Morello Lovatto³
Dirceu Hermes⁴
Daniel Mendes Moreira⁵
Bruna Sbardelotto⁶

Resumo: O estudo da história da publicidade e propaganda ajuda a compreender o processo pelo qual a sociedade, em determinados períodos e contextos, define os instrumentos e as formas de publicização de produtos, bens de consumo e valores socio-culturais específicos. O presente artigo relata alguns resultados das pesquisas realizadas pelo Núcleo de Iniciação Científica em Memória da Publicidade e Propaganda em Chapecó – SC, coordenado por professores pesquisadores da Universidade Comunitária da Região de Chapecó. A história da Publicidade e Propaganda em Chapecó conta com registros ainda incipientes. É objetivo do Núcleo o levantamento e registro das memórias individuais e coletivas dos sujeitos envolvidos na construção do campo publicitário em Chapecó. O registro de memórias destes sujeitos contribui para conhecer o passado, construir o presente e planejar o futuro.

Palavras-chave: Publicidade e Propaganda. Memória. História

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Visual e Audiovisual integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Doutora em Comunicação. Professora da Unochapecó e orientadora das pesquisas do NIC. E-mail: <leriamarcondes@hotmail.com>.
 - 3 Mestre em Comunicação. Professora da Unochapecó. Coordenadora das pesquisas do NIC.
 - 4 Mestre em Comunicação. Professor da Unochapecó. Orientador das pesquisas do NIC.
 - 5 Acadêmico de 5º período de Jornalismo da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – Unochapecó. E-mail: <daniel_moreira@unochapeco.edu.br>.
 - 6 Acadêmico do 8º período de Publicidade e Propaganda da Universidade Comunitária da Região de Chapecó–Unochapecó.

Introdução

Fruto da necessidade de conhecer e compreender a história regional e resgatar as memórias individuais e coletivas no que tange à Publicidade, o Núcleo de Iniciação Científica em Memória da Publicidade em Chapecó-SC investiga a trajetória da publicidade e propaganda naquela cidade, localizada no Oeste de Santa Catarina, desde a década de 1980, época do surgimento das primeiras agências, aos dias atuais. A pesquisa visa o levantamento histórico do cenário de criação da publicidade e propaganda em Chapecó para criação de uma base de dados.

As pesquisas do Núcleo são desenvolvidas por meio de entrevistas semiestruturadas com os proprietários de agências de publicidade e propaganda da década de 1980 e atuais, a fim de registrar a memória individual e coletiva daquele e deste grupo de profissionais. As entrevistas visam levantar aspectos históricos sobre o desenvolvimento da publicidade local. A entrevista semiestruturada oferece liberdade para que sejam explorados pontos de interesse durante a entrevista oral (GIL, 1994).

Durante o ano de 2012 e 2013 o Núcleo de Iniciação Científica da Unochapecó Memória da Publicidade e Propaganda em Chapecó-SC realizou entrevistas com profissionais pioneiros da publicidade na cidade de Chapecó, com o intuito de resgatar e registrar a memória destes personagens. Conforme descreve Halbwachs (2006), entendemos a relevância da memória coletiva para a compreensão de fatos e cenários sociais. As entrevistas feitas pelo Núcleo visaram à contextualização dos aspectos sociais em que a publicidade da região esteve inserida.

Metodologia e técnica

As entrevistas são base para esta pesquisa. A coleta de dados se dá por meio dos testemunhos orais dos sujeitos envolvidos com a publicidade em Chapecó, na década de 1980. Enfatizamos que o levantamento da história de maneira oral é realizado de forma a preservar e oferecer total liberdade para que o entrevistado exponha a opinião acerca da temática abordada, uma vez que estes testemunhos são representações do passado, conforme o entendimento de Meihy e Holanda (1996).

De acordo com estes autores, “a história oral implica a percepção do passado com algo que tem continuidade hoje e cujo processo histórico não está acabado. A presença do passado no presente imediato das pessoas é razão de ser da história oral.” (MEIHY; HOLANDA, 1996, p. 13). Seguindo suas concepções metodológicas, dentre as modalidades de história oral (história oral de vida, a tradição oral e a história oral temática), optamos pela história oral temática, já que se relaciona com um período ou com um tema dentro da vida do depoente, no caso o contexto e lugar de participação dos sujeitos na criação das primeiras agências de publicidade de Chapecó.

Conforme Meihy e Holanda (2007, p. 33), a história oral temática busca a compreensão social através das narrativas legítimas do sujeito que vivenciou determinado fato ou acontecimento, ainda que os elementos externos possam ser contestados pelo entrevistador. Para realização das entrevistas, utilizamos roteiro elaborado com base nos critérios constantes no projeto para captação das narrativas para a abordagem do tema, quais sejam: foco no contexto profissional e nos cenários econômico, social e cultural da época.

As entrevistas são gravadas em vídeo, nos estúdios da Unochapecó. A gravação em vídeo facilita a condução das entrevistas e permite focar-se nos detalhes das narrativas, sem perder informações. A pretensão é que os dados coletados sirvam de base para criação e alimentação de um banco de dados, que permitirá cruzamento de informações e facilitará a preservação da memória regional, além de servir de base para futuras pesquisas científicas.

Além do procedimento qualitativo da história oral, tomamos como base a obra *Memória Coletiva*, de Maurice Halbwachs, de 1968, por compartilhamos da noção de que mesmo a memória particular remete a um grupo. Neste sentido, as lembranças individuais dos sujeitos envolvidos em agências de publicidade e propaganda de Chapecó, bem como os demais profissionais que atuam na área, contribuem para a construção da memória coletiva referente ao contexto de nascimento das primeiras agências de publicidade de Chapecó.

Em prefácio, a obra de Halbwachs (2006), escrito em 1990, Jean Duvignaud afirma que a recordação e a localização (em última instância, a memória) estão ligadas aos contextos sociais. Estes servem de baliza à reconstrução da chamada memória. O depoimento da testemunha só tem sentido em relação a um grupo do qual esta faz parte, porque pressupõe um evento real vivido outrora em comum e depende do contexto de referência no qual atualmente transitam o grupo e o indivíduo que atesta aquele depoimento.

Memórias individual e coletiva são complementares e negociadas entre diferentes grupos sociais. A memória histórica é perpassada por aquelas memórias. Em Halbwachs (2006) há uma distinção entre memória histórica e memória coletiva. Aquela pressupõe a reconstrução dos dados fornecidos pelo presente da vida social e projetada sobre o passado reinventado. A memória coletiva recompõe o passado. Entre ambas, as direções da consciência coletiva e individual se desenvolvem as diversas formas de memória, que se alteram conforme as intenções por elas visadas.

Segundo Halbwachs, história não é memória já que existe uma interrupção entre a sociedade que lê essa história e os grupos de testemunhas ou atores de acontecimentos que nela são relatados. Não há como recriar correntes de pensamento coletivo que tomam seu impulso no passado, pois só temos influência sobre o presente.

A memória coletiva se distingue da história sob pelo menos dois aspectos: a) ela é uma corrente de pensamento contínuo que retém do passado somente o que está

vivo ou é capaz de viver na consciência do grupo que a mantém. A história divide a sequência dos séculos em períodos e introduz divisões simples na corrente dos fatos. Ela encara cada período como um todo, independente do que o precede e do período seguinte. Na memória coletiva, estas separações e limites são tênues. O presente ano se opõe ao passado na memória coletiva como quando dois períodos históricos vizinhos se distinguem; e b) existem muitas memórias coletivas. (HALBWACHS, 2006, p. 105).

As múltiplas memórias coletivas têm como suporte (cada uma delas) um grupo (ou grupos) limitado no tempo e no espaço. Justamente porque a memória de um indivíduo ou de um país está na base da formulação de uma identidade, é que a continuidade é vista como característica marcante. A História, por outro lado, encontra-se pautada na síntese dos grandes acontecimentos da história de uma nação, o que para Halbwachs faz das memórias coletivas apenas detalhes. O que justifica ao historiador estas pesquisas de detalhe, é que o detalhe somado ao detalhe resultará num conjunto, esse conjunto se somará a outros conjuntos, e que no quadro total que resultará de todas essas sucessivas somas, nada está subordinado a nada, qualquer fato é tão interessante quanto o outro, e merece ser enfatizado e transcrito na mesma medida. Esse gênero de avaliação acontece quando não se leva em conta o ponto de vista de nenhum dos grupos reais e vivos que existem, ou que existia, para os quais, ao contrário, todos os acontecimentos, lugares e períodos estão longe de apresentar a mesma importância, uma vez que não foram por eles afetados da mesma maneira (HALBWACHS, 2006, p. 106).

A memória histórica é compreendida como a sucessão de acontecimentos marcantes na história de um país. O próprio termo “memória histórica” seria uma tentativa de aglutinar questões opostas, mas para entender em que sentido a História se opõe à Memória é preciso que se atenha à concepção de História por ele empregada.

A história de uma nação pode ser entendida como a síntese dos fatos mais relevantes a um conjunto de cidadãos, mas encontra-se muito distante das percepções do indivíduo, daí a diferenciação estabelecida por Halbwachs entre Memória e História.

A história se interessa pelas diferenças e oposições. Apesar das diferenças importantes, na memória coletiva, as semelhanças passam ao primeiro plano. No momento em que examina seu passado, o grupo nota que continua o mesmo e toma consciência de sua identidade através do tempo. A história deixa passar esses intervalos em que aparentemente nada acontece, em que a vida se limita a se repetir, de formas um tanto diferentes, mas sem alteração essencial, sem ruptura nem perturbação. (HALBWACHS, 2006, p. 108).

A história examina os grupos de fora e abrange um período bastante longo. A memória coletiva, ao contrário, é o grupo visto de dentro e durante um período que não ultrapassa a duração média da vida humana, que de modo geral, é bem inferior. Ela apresenta ao grupo um quadro de si mesma que certamente se desenrola no tempo, já que se trata de seu passado, mas de tal maneira que ele sempre se reconheça nessas imagens sucessivas. A memória coletiva é um painel de semelhanças, é natural que se

convença de que o grupo permaneça, ou tenha permanecido o mesmo, porque ela fixa sua atenção sobre o grupo e o que mudou foram as relações ou contatos dos grupos com os outros. (HALBWACHS, 2006, p. 109).

O estudo da história da propaganda em Chapecó ajuda a compreender o processo pelo qual a sociedade, em determinados períodos e contextos, define os instrumentos e as formas de publicização de produtos, bens de consumo e valores visando.

Olhares sobre a publicidade em Chapecó na década de 1980

Em Santa Catarina a história da publicidade ainda é muito recente, especialmente na Região Oeste, onde a colonização se desenvolveu tardiamente em relação à ocupação de áreas de regiões do Sul da Brasil, como Serra Gaúcha, por exemplo. Se nas regiões centrais do Brasil, a publicidade começa a ser registrada por volta de 1913, em Chapecó o surgimento das primeiras agências de publicidade ocorre ainda mais tarde, por volta de 1980.

As primeiras agências de publicidade de Chapecó se estabelecem em meados dos anos 1979-1980, não por acaso, nessa época, a região passa por um momento de rápida expansão econômica. Segundo Wagner (2005), entre 1970 e 1980 Chapecó dá um salto extraordinário de desenvolvimento, tornando-se uma das maiores potências econômicas do estado de Santa Catarina. Fato que demonstra a expansão é que a área urbana passou de 18.668 habitantes para 55.269 sendo que o município passou a ter 83.768 habitantes, no período.

Para Hartmann (2007, p. 52-53) a década de 1980 é decisiva para a história da propaganda em Chapecó-SC: o setor era lançado ao mercado de maneira positiva, era uma cidade que estava em pleno desenvolvimento, sendo reconhecida como uma localidade promissora, pois estava em fase de crescimento. Segundo a autora, essa é uma fase de extrema criatividade e aprendizado, tanto na publicidade nacional quanto regional. O varejo vivia a época da alta inflação, um produto que se comprava por um preço num dia no outro já tinha outro valor, trabalhar com varejo naquela época era um grande desafio. O Brasil possuía 113 emissoras de TV, assistidas por mais de 20 milhões de pessoas em aparelhos de televisão e uma audiência nacional potencial de 100 milhões de compradores: era o auge da televisão no Brasil.

Em Chapecó a expansão econômica da cidade foi fator fundamental para o desenvolvimento da propaganda local, que hoje não atende apenas as demandas regionais, mas, que pela qualidade de produção, exporta trabalho para as outras regiões do país.

Traçando um paralelo entre o desenvolvimento de Chapecó e da publicidade, percebe-se que o crescimento econômico da cidade possibilitou o nascimento efetivo da publicidade local. Apesar das dificuldades, o caminho da publicidade chapecoense foi aberto a partir da década de 1980. A exploração deu-se em decorrência de diversos fatores que contribuíram para o desenvolvimento, fatores que funcionavam muito mais

como incentivos. Era a certeza de que a publicidade poderia evoluir muito devido às condições favoráveis propiciadas por um mercado emergente agroindustrial que pautava a instalação e crescimento de outros ramos empresariais.

O surgimento das primeiras agências

A história da publicidade em Chapecó começa a ser construída em 1970 com o surgimento do que se pode considerar a primeira Agência de Publicidade da cidade, a Oeste Propaganda (HARTMANN, 2007). Antes disso, comum era a venda direta de espaços publicitários de veículos de comunicação aos anunciantes. Conforme Hartmann, as agências de publicidade que surgiram na sequência eram geralmente formadas por profissionais registrados como autônomos que se intitulavam de agência. É aí que surge um termo utilizado para designar esses profissionais a “eugência” que consistia num profissional que prospectava, atendia, planejava estratégias, definia as mídias, criava e produzia a comunicação.

Não havia naquele momento grande preocupação com a qualidade, nem com a estética. Havia uma carência enorme de profissionais qualificados. Na verdade não existiam profissionais formados especificamente na área de publicidade, o que havia eram pessoas que traziam os conhecimentos obtidos nos próprios veículos de comunicação, o que contava era a experiência de mercado.

A estrutura das primeiras agências de publicidade de Chapecó contradizia o contexto nacional onde as agências possuíam vários funcionários, um para cada função, ou seja, atendimento, criação, planejamento, mídia; havia um acúmulo de funções por parte dos profissionais de Chapecó, as empresas possuíam, no máximo, três ou quatro colaboradores, pois o custo para manter a estrutura na área de comunicação era muito alto para o padrão de mercado.

Na década de 1980 não existiam produtoras na cidade, então todo o trabalho era realizado dentro da agência, e com o uso limitado de tecnologias, a criatividade se desenvolvia basicamente no desafio de criar efeitos ousados manualmente, uma vez que não eram utilizados computadores, não existiam programas e aplicativos que permitissem a infinidade de possibilidades que existem atualmente. A tecnologia era escassa devido ao alto custo de ferramentas como computadores, impressoras e câmeras.

É nesse contexto que surgem, depois da Oeste Propaganda de Plínio Ritter, as agências TVC Propaganda sob responsabilidade de Telmo Camargo, a RS Propaganda, agência que tinha Renato Oliveira como responsável, a Estúdio Três dos sócios Gilmar Paloschi, Ernani Rigon e Nilton Flores, agência que não obteve muito sucesso, pois tinha ideais que iam além do tamanho do mercado. Posteriormente, vieram a Birô Publicitário, uma agência que também encontrou dificuldades na manutenção da estrutura. Em 1985 surge a Art e Manha, agência que foi renomeada e é conhecida hoje como T12. O principal responsável pelo desenvolvimento dessa agência é Auro Pinto, no início com

o apoio de dois sócios, Ferrari e Grando e, posteriormente, apenas mantida por Auro Pinto. Ainda houve no final da década de 1980 a instalação da Demanda Propaganda, que migrou de Porto Alegre (RS) para Chapecó e que trouxe junto a produtora Objetiva Filmes.

Linguagens (in)formais e translinguagem na fala dos entrevistados

A história, ao ser relatada, traz os mais diversos tipos de sentimentos por parte de quem conta partilhando com quem ouve. Mas é esse sujeito emissor, sujeito ativo que ao trazer os aspectos que foram marcando a trajetória profissional vão desvelando sonhos, realizações e frustrações de um passado que ainda vive na lembrança e em alguns registros.

Os textos verbais trazem a marca de quem enuncia, os não verbais dão lugar a reminiscências que traduzem realidades do cotidiano ou da história, sem artifícios de embelezamento padronizados, uma vez que são frutos de entrevista presencial. O traço emotivo e saudosista, muitas vezes, compõe registros que ultrapassam a mera formalidade do discurso verbal. Entra um aspecto até então não comentado: a translinguagem.

Se Bakhtin (1992, p.30) considera a translinguística como a teoria do papel dos signos na vida e no pensamento humano, e da natureza do enunciado na linguagem a translinguagem dá conta de um vazio que se instala no estudo das linguagens, uma vez que os estudos linguísticos e semióticos evoluem, mas não têm dado conta de alguns processos instaurados com o advento de propostas mais humanizadas de educação e de leituras de mundo. Nessa perspectiva, a translinguagem é a aura que envolve as linguagens verbal e não verbal. É uma espécie de invólucro luminoso que possibilita fazer leituras mais completas e mais complexas, a partir dos elementos verbais, não verbais, contextuais e conjunturais. Não fosse assim, onde colocar a diagramação, *a priori*, caótica.

A área de comunicação é demasiadamente rica em detalhes dessa natureza. A publicidade, filha ainda adolescente da categoria da comunicação, pela natureza versátil, ágil, surpreendente, inovadora, move-se por conceitos ainda reducionistas e limitados, o que força-nos a enquadramentos generalistas. Toda a análise pauta-se em abordagens linguísticas, não menos importantes, mas ainda vagas nos conceitos analíticos específicos da linguagem publicitária. Até mesmo a Semiótica, ancoradouro para a análise de imagens, decorre da teoria linguística.

Max Ceschi, já anuncia o novo tempo mercadológico, sem a preocupação com a teoria, mas com a prática. “Com a inserção da Vox Brasil no mercado de áudio, como produtora de áudio, a possibilidade então de se poder produzir um *jingle* aqui era muito legal. O processo criativo é sempre o mesmo, o processo não muda, o que muda são as fontes de informação. Na época, obviamente, nós não tínhamos esse acesso que temos hoje, o “São Google” que você bate e tudo aparece ali, que deve servir como referência,

eu pondero, ser uma ferramenta importantíssima, fundamental de pesquisa, e não podemos fugir dela, mas, ao mesmo tempo, na época nós não tínhamos isso, e quais eram as referências? Era o que agente assistia na televisão.”

Nos textos registrados, uma marca presente é o rosto com olhares marcantes que transcendem ao momento presencial, é como se o olhar reunisse anos de vida, de luta, de esperança, de sonhos... O olhar não se dirige a um ponto determinado, o passado é o ponto. Homens de coragem que sobreviveram ou sobrevivem às mudanças tecnológicas e que vão relatando a experiência sempre apontando para essas mudanças. Mas o sonho não morre... É uma força semiótica que consiste em “jogar com os signos ao invés de destruí-los, em colocá-los numa maquinaria de linguagem cujos breques e travas de segurança arrebentaram, em suma, instituir no próprio seio da linguagem servil uma verdadeira heteronímia das coisas.” (BARTHES). Essa representação aparece na fala de

Jorge Furtado: “Ousar é sempre interessante e fundamental. A propaganda precisa surpreender um comercial com um pouco de sentimento, um sorriso, um detalhe e só, é isso que ficará marcado”.

A sutileza presente no conjunto que compõe cada entrevista contracena com o efeito oriundo do das lembranças. Há, por trás de uma produção aparentemente simples, um universo de múltiplas facetas, como na fala de Luzi Léa Sturmer: “Esse comercial do Posto Iguaçu, acho que foi um marco para a época. Imagina, tinha trilha sonora, coisa que na época ninguém sabia o que era. Tinha uma musiquinha, tinha a guria que falava ‘uau’. Então assim, era, sabe,... aquela minha piscada, ou sei lá, que eu faço, aquele movimento de cabeça que eu faço para os dois...”

A entrevista que foi concedida e depois transcrita tem uma narrativa solta, com relatos que na mídia atual, entraria, talvez, em choque, cômico-trágico ou de relance, com omissões de nomes, fatos, depoimentos. Há uma expressão forte no olhar e nos gestos das mãos da entrevistada, que ao contrário do que se faz, hoje em dia, editando-se as fotos, as marcas corporais reafirmam o teor das colocações, colocando-se como sujeito onipresente e ativo e estendendo, a outros, a história de um tempo recente, mas já passado! Isso porque o vídeo foi recuperado.

No mundo da leitura, as possibilidades se apresentam de diversas maneiras para incursionar na análise: entrevistas analisadas na íntegra, pequenas ou longas, verbais, não verbais, segmentadas, em partes, no contexto, no conjunto, na ordem de interesse, da necessidade ou por prazer. Em princípio, a análise restringiu-se a focos temáticos e registro dessa história oral, doravante a pesquisa transgride o pretexto inicial para adentrar no *discurso* analítico, uma vez que todo o objeto de pesquisa se desenha a partir de proposições iniciais, mas, raramente, pousa nesse limite, visto que ele mesmo, o objeto, é transgressor de si mesmo. Os sujeitos envolvidos dinamizam a proposta e alteram dinâmicas pré-definidas. Que temas são abordados e de que forma? Partindo de um objeto referente, o convencional não tem espaço. Uma estética própria define o layout imagético que se concretiza em dizeres como de Plínio Ritter, fundador da primeira

agência de publicidade de Chapecó “Não, não tinha o que copiar das grandes cidades. É aquilo que eu sempre falo. Você tem que adequar o comercial, pelo perfil do consumidor. O mercado era que ditava”.

Ao analisar as relações de vínculo entre os textos verbais e não verbais que propiciam a efetivação da comunicação, as entrevistas mantêm fortemente a relação entre as duas formas de linguagem, a fala e as emoções que fluem. Na fala de Wilson Tonin, uma busca da memória: “Eu acho que a publicidade esta muito bem mais evoluída, hoje você tem mais gente para trabalhar, cabeças para pensar, equipamentos para produzir. Antigamente era muito mais difícil isso, não existia essa facilidade que tem hoje, tudo tinha que sair da sua cabeça... Antigamente um diretor de fotografia profissional, tínhamos que buscar em Florianópolis, um editor de imagem também tínhamos que buscar em Florianópolis, então você gastava para trazer ele, e ainda tinha que pagar o cachê, alguns equipamentos também tínhamos que buscar fora.”

A citação traz um apontamento importante, tinha de “estar em sua cabeça”. No paradoxo tecnológico, estamos cada dia mais informados e menos ligados! Cada vez mais conectados e mais sós! Cada um produz um aspecto que tenta depois “encaixar” as peças. Essa dicotomia, distancia o conceito de todo, inclusive na publicidade. A divisão em setores divide tarefas, distancia conceito.

Os textos trazem a marca da historicidade, de dados informativos consistentes, garantindo um aporte conteudístico significativo e de caráter mais perene, de forma que, parodiando, Bakhtin “a linguística faz parte do estudo das ideologias, pois ‘o domínio da ideologia coincide com o domínio *dos signos*’, e para além do tempo presente. Na menção de Régis Rocha, chama a atenção o fato da segmentação publicitária: “[...] Hoje ainda é pesado, mais naquela época, nossa, dava para contar nos dedos assim os clientes que anunciavam em televisão, então tinha que ser uma coisa bem legal, e chamava atenção, hoje poluiu muito os veículos de comunicação, hoje tem diversas formas de chegar até o cliente, internet, rádio, jornal, televisão. Hoje tenho clientes na minha agência que só fazem um canal de televisão, não faz outro, faz só jornal ou só faz rádio, eu tenho cliente que só faz outdoor e ele tem resultado, então segmentou, o mercado segmentou muito.”

E vai além, mostrando a credibilidade da publicidade há alguns anos: “Naquela época, nossa, era um case, vinha aquele monte de mercadoria, o Plínio largava as campanhas dois ou três dias na televisão, era uma fila nas Casas Neri. Eu não conseguia entender, o pessoal gostava de preço, hoje já não. Hoje o pessoal quer preço, qualidade e atendimento.”

O discurso utilizado pelos entrevistados, pelos dizeres e pela natureza de sua constituição caracteriza um tempo em que planta a história da Publicidade e Propaganda em Chapecó ao mesmo tempo em que analisa o tempo presente, como na fala de Auro Pinto “Eu acho que a publicidade esta muito mais evoluída. Hoje você tem mais gente para trabalhar, cabeças para pensar, equipamentos para produzir. Antigamente era muito mais difícil, não existia essa facilidade que tem hoje, tudo tinha que sair da sua cabeça...”.

Essa fala, também é respaldada por Wilson Tonin: “Antigamente um diretor de fotografia profissional, tínhamos que ir buscar em Florianópolis, um editor de imagem também tínhamos que buscar em Florianópolis, então você gastava pra trazer ele, e ainda tinham que pagar o cachê, alguns equipamentos também tínhamos que buscar fora”.

Mesmo assim é necessário

[...] “catalizar y participar en la producción de cambios, además de vivir satisfactoriamente ese proceso, exige una educación permanente. En los tiempos que vienen no se tratará ya de aprender y cambiar para vivir o sobrevivir, sino, principalmente de viver e aprender para cambiar y ser capaz de participar en los procesos de transformación de la realidad.” (PRENAFETA, p. 109)

Considerações finais

A publicidade, como outros campos profissionais, adapta-se às configurações estabelecidas pelo mercado e pela sociedade. Assim como a publicidade é um meio utilizado para mudar comportamentos ou ideias, ela também é mutável: modifica o mundo a sua volta e também se modifica com ele.

O que caracteriza o início da publicidade chapecoense é o fato de ter sido de muito aprendizado e muito esforço para os profissionais de propaganda que estabeleciam pioneiramente um segmento até então inexplorado regionalmente, mostrando capacidade de superar obstáculos e de evolução constante.

A profissionalização do mercado publicitário por meio da formação acadêmica é muito recente e gradativamente se sobrepõe à amadora. Mas, foi um momento decisivo, muito importante para o segmento em Chapecó e região, o fato de ser pioneiro já é algo complicado, quanto mais numa área na qual não se tinha muito conhecimento. Cabe destacar o grande valor que esses pioneiros tiveram e têm para a publicidade regional, a visão dessas pessoas foi o que impulsionou a publicidade e, atentos às novas demandas evoluem nos processos tecnológicos e de inovação.

Embora não tivessem muita preocupação com pesquisa e estudo de mercado, as empresas locais já mostravam a preocupação em buscar a diferenciação no mercado, surgindo a necessidade de criar logotipos, embalagens e estreitar a relação cliente/empresa por meio de uma comunicação direta e eficaz com o público-alvo. Para muitos anunciantes essa estratégia deu certo, tanto que, com investimento contínuo em comunicação, anunciantes que ajudaram a impulsionar a publicidade chapecoense, continuam vivos no mercado. Isso não significa que a publicidade resolva todos os problemas de uma empresa, mas uma organização e uma marca forte dependem, sim, de uma comunicação eficaz, e a publicidade participa desse processo.

Há ainda muitos outros aspectos e informações da publicidade em Chapecó que merecem o cuidado na busca de informações e de novas pesquisas, mas, a imagem

principal que fica do estudo realizado até o momento é que Chapecó não é só um polo econômico e agroindustrial, mas é um centro de pioneirismo, com empreendedores visionários como os que deram início ao segmento publicitário na região, talhados pela criatividade, pelo empenho e pela perseverança.

Referências

- ALBA, Rosa Salete. **Espaço urbano: os agentes da produção em Chapecó**. Chapecó, Argos, 2002.
- BARTHES, Roland. **Aula**. Tradução Leyla Perrone-Moisés. São Paulo, Cultrix, s.d.
- Bakhtin, Robert. **Da teoria literária à cultura de massa**. São Paulo, Ática, 1992.
- HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006 [1968].
- HARTMANN, Marciane Maria. **Memória da Publicidade em Chapecó-SC**. 2007. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2007.
- HERMES, Dirceu (Org.). **Mídia educação e cultura: múltiplos olhares sobre a comunicação regional**. Chapecó: Argos, 2006.
- LOVATTO, Juceli Morello. **A estreita (e difícil) relação entre a linguagem e os comunicadores em saúde**. Grifos. p. 127-141 n. 8, jun. 2000, p. 127-141.
- MALANGA, Eugênio. **Publicidade: uma introdução**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1979.
- MARCONDES, Pyr. **Uma história da propaganda brasileira**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2000.
- MEIHY, J. C. S. B.; HOLANDA, Fabíola. **História Oral. Como fazer, como pensar**. 1. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2007. v. 1.
- PRENAFETA, S. J. **Situación del Periodismo Científico y Educativo em Chile**. *Comunicação & Sociedade*, 14, p. 109.
- SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria técnica e prática**. 7. ed. São Paulo: Pioneira Tomhson Learning, 2002.
- STUMPF, Alexandre. **TV Cultura: o marco da publicidade na televisão em Chapecó (SC)**. 2006. 119 f. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2006.
- WAGNER, Altair. **E...Chapecó levantou voo**. Florianópolis – SC: De letra 2005.

Marcas de história entre divulgação científica, imagem e telejornalismo¹

Ana Juliana Fontes Fontes²

Resumo: O artigo propõe uma reflexão a partir da compreensão do breve processo histórico da divulgação científica, imagens e telejornalismo, evidenciando seus potenciais usos atuais. A abordagem está centrada para as percepções das diferentes mudanças ocorridas através dos usos de linguagens gráficas no percurso da divulgação científica com ênfase em seus usos atuais no telejornalismo brasileiro atual (Grafismo televisual), tendo como análise empírica os dados referentes a coleta de produtos no Jornal Nacional.

Palavras-chave: História; Jornalismo científico; Divulgação Científica; Recursos gráficos; Telejornalismo.

Considerações iniciais

Os estudos dos aspectos históricos contribuem para identificar marcas e princípios de determinados processos, além de ajudar a compreender o percurso das transformações ocorridas dos mesmos na sociedade ao longo do tempo. O percurso histórico nesse estudo serve para elucidar, não apenas de forma comparativa as transformações ocorridas, mas sim como forma de compreender as bases do processo entre o uso de imagens na divulgação científica, mais particularmente, o uso do grafismo televisual no telejornalismo atual.

Tais fatores vêm de encontro com a própria trajetória comunicativa da humanidade, se sempre houve comunicação através de imagens, hoje cada vez mais intensa é sua

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (2011). Possui graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará – UFPA (2008). Atuou na produtora cultural e de audiovisual “Academia Amazônia”, parte Integrante do Polo Midiático da UFPA, vinculada a Fundação de Amparo e Desenvolvimento da Pesquisa – FADESP. Em 2012, recebeu juntamente com o Grupo Comunicacional de Belém o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, na categoria Grupo Inovador. Atualmente, é membro integrante do Núcleo de Pesquisa em Linguagens do Jornalismo Científico – NUPEJOC, é jovem pesquisadora em telejornalismo do GIPTele – Grupo Interinstitucional de Pesquisa em telejornalismo. Em 2012, recebeu juntamente com o Grupo Comunicacional de Belém o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, na categoria Grupo Inovador. E-mail: <juliannafontes@gmail.com>.

presença no jornalismo. Com o passar do tempo foram introduzidos em sua linguagem novas formas produção de notícias, com recursos que recorriam a visualidade no processo comunicativo.

Nesse sentido, o presente artigo busca **compreender os tipos de usos de Recursos Gráficos utilizados na Divulgação Científica**, tendo como objetivos **fazer um breve percurso histórico e identificar a recorrência e a complexidade de seus usos no telejornalismo atual**. A pesquisa desenvolve-se no âmbito teórico e empírico, tendo como base o modelo de percurso metodológico desenvolvido pelo GJOL³ que consiste em um modelo híbrido de pesquisa ao combinar procedimentos qualitativos e quantitativos de forma complementar para a compreensão e formulação conceitual (MACHADO; PALACIOS, 2007). O corpus utilizado na análise faz parte da pesquisa desenvolvida no âmbito do mestrado da autora, na qual foram coletados oito meses (de janeiro a agosto de 2012) do **Jornal Nacional** realizando a observação sistemática dos episódios diários para a coleta⁴ de dados que se enquadrassem dentro dos seguintes “filtros”: **(A)** abordassem temas de ciência, tecnologia e inovação (CT&I) e **(B)** que fizessem uso de recursos gráficos. Para esta análise, foi selecionado de forma aleatória um recorte dessa coleta que tem como **corpus** o mês de agosto de 2012 do telejornal, **totalizando 26** produtos entre reportagens, notícias, notas cobertas, entrevistas e etc., que pudessem servir de base observável e exemplificar cada uma das tipologias encontradas durante a coleta.

1. Jornalismo e Ciência: um breve percurso histórico

Ao iniciar por um breve percurso Histórico para o jornalismo científico, observamos que há tempos que a ciência vem buscando desmistificar-se da imagem do distanciamento da realidade social, estando somente restrita aos laboratórios e presa aos privilégios de “poucos homens”. Essa, que hoje parece ser uma visão romântica, está cada vez mais transformada, ao relacionar-se a um processo **de compartilhamentos de saberes**, um procedimento gradativo e constante de acentuação de discussões e conhecimentos sobre ciência, tecnologia e inovação à sociedade, ocasionado pela maior facilidade de distribuição através dos meios de comunicação, possibilitando assim uma ampla dimensão e acesso a tais conhecimentos para um número cada vez maior de indivíduos. Esse percurso foi fruto de diversas ações de mudanças que surgiram com o desenvolvimento da sociedade, e que potencializaram o processo de divulgação da ciência. Logo, considera-se que a divulgação científica compreende o compartilhamento de saberes produzidos em diversas instâncias para um público de não especialistas, um público mais amplo e diversificado. Sua atuação é mais abrangente e inclui exposições,

3 Grupo de Jornalismo *online*.

4 A observação foi feita mediante o acompanhamento do Jornal Nacional na Rede Globo de televisão e também no *site* da emissora <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/>>, que na sessão “vídeos” disponibiliza todas as matérias apresentadas no programa diariamente para livre acesso dos usuários.

museus, livros e outros produtos que tenham o intuito básico de proporcionar conhecimento. Por outro lado, a disseminação científica é orientada para um público mais restrito e especializado (público de pares) e tem linguagens próprias, relacionadas a cada área de conhecimento em particular, como por exemplo, publicações científicas.

Entre uma das esferas de atuação da divulgação científica está o jornalismo científico, que não é um sinônimo do termo. Para alguns autores é uma forma de divulgação científica (BUENO, 2009) que tem características particulares e inerentes a própria prática jornalística. Trata-se de uma prática especializada que utiliza técnicas e linguagem específicas a fim de divulgar e informar sobre ciência através dos meios de comunicação.

O processo de divulgação da ciência segundo Oliveira (2007) coincide também com o início das atividades da própria imprensa de tipos moveis, por volta do século XV. Alguns indícios são evidenciados quando a autora menciona que alguns livros de história da ciência relatam que a imprensa ajudou a contribuir com a criação de comunidades científicas, levando inclusive as ideias relacionadas ao conhecimento científico para algumas parcelas minoritárias da sociedade na época. Alguns exemplos ainda demonstram um período ativo de divulgação de temas de ciência, como a publicação do primeiro livro completo a “*Bíblia de Gutenberg*” (1845), e o “*Mensageiro Celeste*” (1810), obra de Galileu Galilei sobre sua descoberta das três luas de Júpiter.

Esses exemplos ajudam a observar que “o surgimento da imprensa no século XV, não só impulsionou a difusão da ciência em diversas instâncias como também possibilitou o surgimento do jornalismo científico no século XVII” (OLIVEIRA, 2007, p. 17). Tais manifestações se deram junto ao período da revolução científica no século XV ao XVII, um fenômeno europeu marcado por significativas mudanças sociais, que influenciaram o campo das ciências, artes, política, filosofia, religião, entre outros.

Tão logo, a circulação de temas de ciência foi ganhando cada vez mais relevância, com destaque ao trabalho do Alemão Henry Oldenburg e seu periódico *Philosophical Transactions*, publicado em 1665: “a combinação do caráter informal e fragmentado das cartas com o potencial de alcance do texto impresso foi logo percebida por Oldenburg, que com sua capacidade empreendedora inventou assim a profissão de jornalista científico” (OLIVEIRA 2007, p. 19).

No Brasil, o pioneirismo do jornalismo científico segundo Melo (2003) “nasce com o próprio jornalismo brasileiro”, e tornou-se mais evidente com o trabalho de José Hipólito da Costa em 1808, com o “*Correio Braziliense*”, a primeira publicação periódica que abordava a ciência para o Brasil. Posteriormente, o jornalismo científico foi se configurando como uma atividade mais regular, graças a atividades de vanguarda de José Ribeiro. Essas atividades foram posteriormente seguidas por José Reis, que efetivou o trabalho de jornalismo científico na imprensa brasileira em um momento em que a conjectura intelectual e científica se configurava no país, com destaque para a Criação da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência – SBPC, e a implantação de universidades em São Paulo (USP) e Rio de Janeiro (UDF).

Mais tarde, além do impresso outros suportes passaram a utilizar o conhecimento científico em seus produtos no Brasil, como revistas, programas de rádio⁵, internet e televisão. Essa última, em especial, teve em 1957 seu primeiro programa que abordava a ficção científica (para crianças), o “Lever no Espaço” exibido para crianças na TV Tupi. Mais tarde em 1984, surge efetivamente o primeiro Programa de Divulgação Científica na TV brasileira: o “Nossa Ciência”, produzido pela TV Educativa (TVE) do Rio de Janeiro. Só em 1979 surge o programa “Globo Ciência” da TV Globo, que está no ar até que e se constitui como um importante programa de Divulgação Científica no Brasil.

É importante ressaltar, que o processo de divulgação da ciência na televisão busca uma aproximação do público heterogêneo (diverso e amplo) com a ciência, despertando em seus telespectadores interesse pelo assunto, a fim de contribuir com o compartilhamento do saber através das potencialidades de sua linguagem e o reconhecimento de sua importância e centralidade na sociedade, por isso, faz-se necessário reconhecer as diferentes linguagens utilizadas para esse fim para aprimorar a compreensão dos seus modos de produção, tipos e formas de veiculação da informação.

2. Comunicação por imagens desde sempre

Sempre houve marcas da presença da imagem na história da humanidade. Faculdade que deixou vestígios como uma das formas de expressão, registro e comunicação do ser humano desde as pinturas pré-históricas das cavernas nos tempos mais antigos até os dias atuais.

Esses desenhos destinavam-se a comunicar mensagens, e muitos deles construíram o que se chamou “os precursores da escrita”, utilizando processos de descrição-representação que só conservavam um desenvolvimento esquemático de representações de coisas reais. “Petrogramas”, se desenhadas ou pintadas, “petroglifos”, se gravadas ou talhadas – essas figuras representam os primeiros meios de comunicação humana. São consideradas imagens porque imitam, esquematizando visualmente, as pessoas os objetos do mundo real (JOLY, 2012, p. 18).

As imagens, assim como as demais produções humanas, têm a função de estabelecer uma relação com o mundo, que depende também da relação com a cultura, o social, o histórico, com a formação social dos sujeitos e própria influência da caracterização da época como contexto, “no começo, havia a imagem. [Hoje] Para onde quer que nos voltemos há a imagem” (JOLY, 2012, p. 17, grifos da autora).

5 O rádio no Brasil teve seu início em meio ao centenário da independência no país. Edgar Roquette-Pinto e Henrique Moriz foram os pioneiros na implantação do suporte no país, criando a primeira rádio oficial brasileira chamada Rádio Sociedade Clube do Rio de Janeiro em 1923 com o slogan “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”. E, já nessa época, contribuiu de forma decisiva para o compartilhamento de saberes, uma vez que se constituiu como uma alternativa para a informação e educação de analfabetos.

Presentes nos mais diferentes suportes e potencializadas pela tecnologia, a imagem tem seu lugar de destaque, isso por que as imagens fazem parte de algo maior que é a cultura. É no século XX, que as imagens se afirmam, de forma mais intensa ocupando um importante espaço na vida cotidiana. A cena atual se configura pela presença de imagens nos mais diferentes suportes incluindo aqueles voltados a serviço da informação. Essa incorporação tem um papel multiplicador, que permite que a comunicação seja feita de forma mais dinâmica, porém não é fator exclusivo para justificar a recorrência no uso de imagens em diferentes suportes. Elas decorrem também de sua representatividade, a carga comunicativa agregada à expressão e sua visualidade. O valor está na sua mensagem, na possibilidade de “contar histórias”, e enquanto linguagem diferentes leituras e interpretações através de duas representações.

A própria contemporaneidade é um dos reflexos da cena da visualidade, na qual o próprio contexto da cultura se define como visual, e as estratégias de utilização da imagem são representadas nos mais diversos meios, pois “*ahora la experiencia humana es más visual y está más visualizada que antes*”⁶ (MIRZOEFF, 2003, p. 17). Para o autor, a cultura da visualidade trouxe consigo também uma experiência estética decorrente da aproximação e da inter-relação entre o campo da comunicação e da arte, que com a utilização de *softwares* específicos utilizados na edição e editoração de produtos jornalísticos contribuíram de forma importante para incorporação de elementos que se utilizam da visualidade no processo comunicativo.

Foi com o surgimento dos suportes eletrônicos – como a própria televisão em 1950 – que as imagens passaram a fazer parte de forma mais intensa da cultura e do redesenho midiático, conforme aborda Silva (2007, p.21):

Uma aparente convivência foi desfeita na década de 50, com o desenvolvimento acelerado dos veículos de comunicação de massa eletrônicos, depois da Segunda Guerra Mundial. A comunicação impressa precisou rever sua estrutura comportamental na veiculação de suas mensagens. A notícia já havia escapado do imobilismo da forma impressa para ganhar vida por meio da instantaneidade do som, imagem e movimento (SILVA, 2007, p. 21).

Tais mudanças, que tiveram na revolução técnico-científica seu maior expoente, propiciaram a utilização ainda mais diversa das imagens combinadas a outras formas de produção e emissão e de recursos, como cores, texturas, elementos audiovisuais e textuais verbais. Exemplos esses que se manifestaram de forma mais intensa principalmente com a chegada da TV a cores em março de 1972, referindo a essa transformação a influência dos meios eletrônicos no caráter da visualidade, que propicia também a expansão e o surgimento de novas linguagens.

6 Tradução livre da autora: “agora a experiência humana é mais visual e está mais visualizada que antes” (MIRZOEFF, 2003, p. 17).

3. Primeira vinheta da TV brasileira e início do Grafismo Televisual

O conteúdo veiculado na televisão brasileira tem seus sustentáculos baseados no entretenimento e informação. Em seu início foi sendo constituída com base na experimentação e o improvisado de seus produtos, tendo influência direta do rádio e em parte do teatro (MATOS, 2002) diferentemente da TV norte-americana que teve seu desenvolvimento apoiado na indústria cinematográfica (LEAL, 2009; MACHADO, 2003).

No contexto da década de 1950, concomitante com o surgimento da TV brasileira, acontecia na TV norte-americana⁷ um fenômeno da “industrialização Hollywoodiana”, que entre outros fatores contava com o forte apelo a visualidade, com a possibilidade até então não explorada do uso de sistemas expressivos artísticos (MACHADO, 2003, p 197-198). Através da contribuição de artistas gráficos e plásticos começou um processo de inovação na criação das vinhetas dos filmes.

Nas aberturas por eles realizadas, a harmoniosa combinação de cenas filmadas, animação, tipografia e gráficos dava forma a um sistema expressivo de uma espécie que o cinema não tinha até então experimentado. Ao mesmo tempo, o modo como as imagens se convertiam em palavras, ou as palavras se convertiam em imagens, retomava a grande tradição ideogramática a que, no cinema, só Eienstein havia feito referência antes. (MACHADO, 2003, p. 198).

Para a televisão, a instância de sua própria natureza eletrônica, favoreceu de forma importante a incorporação e o casamento dessa tendência – da arte contemporânea juntamente a composição da imagem e som – iniciada no cinema e potencializada a partir de 1962, com o advento da computação gráfica⁸.

Surge então o *graphics*, ou desenho em uma tradução direta do inglês, que representa para os meios impressos a recorrência de diversos elementos em sua diagramação que se utilizam em sua maioria a linguagem não verbal, ou em conjunto com a linguagem verbal. Na televisão, compartilha-se do termo **grafismo televisual**, que segundo Machado (2003) compreende o processo de identidade visual como um todo e incorpora o fluxo televisual dos programas:

Em televisão denominam-se *graphics* todos os recursos visuais (design gráfico, *lettering*, logotipos), em geral dinâmicos e tridimensionais, destinados a construir a “identidade” visual da rede, do programa ou dos outros produtos anunciados, bem como também as apresentações de créditos, as chamadas e toda sorte de elementos visuais que se sobrepõem às imagens figurativas captadas pela câmera (MACHADO, 2003, p. 199).

7 A identidade visual na TV norte-americana começou com o canal CBS na década de 1950 (MACHADO, 2003).

8 “Com o surgimento da computação gráfica, em 1962, graças ao desenvolvimento por Ivan Sutherland, de um completo sistema de desenho interativo por computador, um campo enorme de possibilidades gráficas se abriu para a imagem eletrônica e a televisão soube, desde o início, tirar delas o melhor partido” (MACHADO, 2003, p. 198).

As expressões do grafismo televisual podem se manifestar em diversos recursos gráficos e exercer funções específicas dentro de cada produto do programa e se justificar por diferentes objetivos.

O termo *graphics* compreende em televisão, um conjunto bastante amplo de recursos, no qual se incluem títulos e créditos, toda sorte de textos e gráficos necessários dentro de um determinado programa (num telejornal, por exemplo, pode-se necessitar de mapas, reconstituições, esquemas, identificações de fontes, etc.), o material promocional da rede (chamadas de outros programas para outros programas) e os spots de identidade, com o logo da empresa televisual (MACHADO, 2003, p. 200).

No Brasil, é provável que as primeiras manifestações do grafismo televisual tenha se dado a partir das vinhetas, quadros de interprogramação⁹, logomarcas e *spots* de propaganda dos patrocinadores. O pioneirismo do uso de recursos gráficos começa com a TV Tupi de São Paulo, registrando a primeira vinheta da TV brasileira, que também remetia a sua *logomarca*, “o índio tupiniquim com antenas”¹⁰ criado por Mário Fanucchi, gerando uma identificação e representação de sua identidade, vinculada diretamente com o contexto brasileiro, no qual fazia referência à cultura indígena e o desenvolvimento tecnológico gradual sofrido pelo país.

Nessa época, a maior parte dos recursos gráficos utilizados na TV consistia em cartelas fixas de imagem e texto (geralmente dos patrocinadores) que eram filmados quadro a quadro, dando a ideia de movimento. Posteriormente várias técnicas foram implementadas para composição desses elementos gráficos, entre elas, está o que hoje é utilizado de forma intensa na edição e produção do grafismo televisual é a animação.

Esse recurso foi “induzido” inicialmente pelo cinema de película¹¹, uma vez que as fotografias em movimento sugeriam a possibilidade de dar movimento a imagens anteriormente fixas. Quando a criação de imagens é necessária, o próprio ato dessa produção diferencia o tipo de imagens utilizadas.

9 Os quadros de interprogramação eram cartões estáticos que tinham traços inspirados em desenhos do Walt Disney e no desenhista brasileiro Luiz Sá, que ficavam no ar entre um programa e outro, permitindo assim o tempo para a equipe preparar a próxima atração da programação.

10 A logomarca da TV Tupi passou por diversas modificações. A primeira logomarca remetia a utilizada também na PRG-2 Rádio Tupi São Paulo, uma forma intencional de alusão a sua grande audiência, seriedade e repercussão, objetivando criar uma repercussão dessa estratégia também na Televisão.

11 Foi esse passo inicial que abriu a possibilidade para criação de novas peças, e experimentação de outros formatos, como por exemplo o *trickfilm*, que aproveitou a perceptiva do cinema como “espetáculo de magia” ou “ilusionista” idealizado pelo cineasta francês George Méliès, conforme coloca Barbosa Junior (2005) “Uma das maneiras encontradas para isso estavam num processo conhecido como substituição por parada de ação. (...) sendo investigados [os *trickfilms*] fotograma a fotograma para se tentar descobrir a natureza prodigiosa dos seus truques. Só após a compreensão desse processo, a história dos desenhos animados pôde começar.” (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 4, [grifos do autor]).

Desse ponto em diante, a base do processo dar movimento às imagens produzidas através de uma sequência autônoma animada, orientada por uma narrativa se manteve, porém intermediados com o surgimento outros meios e procedimentos¹². Após o surgimento de tecnologias que favoreceram o início da computação gráfica, em meados de 1950, o uso desse recurso foi utilizado também para a criação de imagens e tentativas de sequência animadas¹³. Contudo, a utilização de procedimentos para a criação até animação de imagens por computação gráfica se deu com maior intensidade em 1960, com o advento da estrutura de dados, softwares específicos.

4. Usos frequentes do Grafismo Televisual no Jornal Nacional

A análise das tipologias do Grafismo televisual foi centrada no programa “**Jornal Nacional**”, pois se levou em conta sua relevância e abrangência no cenário nacional. Uma vez que o telejornal, da Rede Globo de televisão, está no ar desde 1969, sendo um dos programas jornalísticos de maior importância e líder audiência da TV aberta brasileira (PICCININ, 2007).

Ao centrar-se na busca dessas tipologias em produtos que abordassem ciência, verificou-se que devido seu status e abrangência o programa Jornal Nacional poderia se constituir como um produto importante para o compartilhamento do conhecimento científico quando a ciência fosse pautada em seus programas, justamente por esse alcance ser facilitado para a difusão de informações na TV aberta¹⁴. A análise indica que o programa tem recorrido à exploração de recursos gráficos em seus produtos, possibilitando perceber diferentes formas de uso e apropriações em sua linguagem. Essa evidência permitiu aplicar no material coletado (corpus) quais produtos se adequavam nas categorias propostas na tabela abaixo, já desenvolvida em profundidade em outros artigos produzidos pela autora (FONTES, 2012; 2013), a fim de identificar a recorrência e a complexidade de seus usos no telejornalismo atual.

12 Mais tarde coube a outros artistas aperfeiçoar a “substituição por parada da ação”, técnica de origem da animação e naturalmente se desenvolver. Entre essas atividades, foi então que em 1906, o ilustrador James Stuart Blackton realizou o primeiro filme de animação “Humorous phases of funny faces”.

13 A despeito das experiências de John Whitney na produção de sequências animadas utilizando um computador analógico na segunda metade da década de 1950...” (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 207).

14 A audiência da televisão opera em grande escala de audiência, e como aborda Machado (2003, p. 30) “Mesmo o produto mais “difícil”, mais sofisticado e seletivo encontra sempre na televisão um público de massa. A mais baixa audiência de televisão é, ainda assim, uma audiência de várias centenas de milhares de telespectadores (...)”.

Tabela 1 – Tipologias para o grafismo televisual

Tipologias para o Grafismo Televisual	
Quadros	Os quadros são geralmente similares a tabelas, apresentam dados de forma concomitante e contínua. Destacam particularidades ou evidências com informações tipográficas (podendo haver elementos icônicos também), que apresentam o conteúdo quando há necessidade de complementaridade da narração em <i>off</i> , podendo ser igual ou parcialmente diferente do texto em áudio.
Texto	São elementos tipográficos ¹⁵ usados ao longo da narrativa juntamente com destaque a locução em <i>off</i> e as imagens em movimento. Tais recursos orientam o que se deseja por em evidência no material, forma complementar ou adicional ao conteúdo, melhorando a visualização ou fixação de aspectos da narrativa. Os elementos tipográficos, as cores e a grafia em negrito utilizados tem como finalidade básica chamar a atenção ou direcionar o telespectador para alguns trechos do texto da narrativa em <i>off</i> .
Fotografias	São usadas como elemento estático dentro da estrutura da narrativa audiovisual, principalmente quando sua utilização traz informações importantes, podendo demonstrar acontecimentos que a filmagem não conseguiu capturar ou que já ocorreram.
Gráficos	Descrevem uma gama de resultados ou dados diferentes ao telespectador em sequência. Tem o intuito de agrupar as informações ou sintetizá-las, fazendo correspondência através de suas proporções com as informações narradas. Geralmente as variáveis dos dados, complementam ou destacam elementos da narrativa através de cores e a tipografia em destaque.
Mapas	Apresenta em sua maioria o elemento icônico (cartográfico) juntamente com a tipografia. Refere-se à localização geográfica, parte dela ou o contexto da mesma para situar o telespectador no espaço correspondente ao conteúdo da narrativa.
Infografias	No telejornalismo podem se diferenciar de uma animação propriamente dita, principalmente, pela manutenção da inter-relação indissociável entre texto e imagem conduzidos por uma narrativa, e ainda, pela função informativa que exercem dentro de produtos jornalísticos, uma vez que adotamos a perspectiva proposta por Teixeira (2010) que as compreende como um subproduto do gênero informativo, ou subgênero. Ela propõe que a infografia deve se dar partir da inter-relação indissociável entre o texto e imagem conduzidos por uma narrativa ¹⁶ :

15 Nesse caso, o que se entende por texto destaque não engloba o Lettering, tituleiras ou o gerador de caracteres (GC), que se referem ao texto utilizado durante os vídeos para identificar apresentadores, ou nomear fontes entrevistadas, ou em alguns casos referem-se a créditos de edição durante cada reportagem, notícia, entrevista e etc.

16 Para a autora a infografia se define como: “uma modalidade discursiva, ou subgênero do jornalismo informativo, na qual a presença indissociável de imagem e texto – e imagem aqui aparece em sentido amplo – em uma construção narrativa permite a compreensão de um fenômeno específico como um acontecimento jornalístico ou o funcionamento de algo complexo ou difícil de ser descrito em uma narrativa textual convencional” (TEIXEIRA, 2010, p. 18).

Animações ilustrativas	<p>É utilizada apenas para dar destaque ao que se deseja pôr em evidência e ajudar na informação dentro de cada produto. Em alguns casos é possível serem apresentados de outra forma, ou até mesmo com imagens geradas pela câmera. Contudo, quando a imagem é apenas uma ilustração ao texto e não há uma inter-relação direta entre os seus elementos na narrativa não se constituindo efetivamente como infografias segundo o conceito adotado nessa pesquisa.</p> <p>Fonte: Produzido pela autora (FONTES, 2012; 2013)</p>
------------------------	--

Dessa forma, foi contabilizado a partir do corpus¹⁷ da pesquisa a seguinte classificação, quanto ao tipo e recorrência do grafismo televisual:

Tabela 2 – Tipologias encontradas no Jornal Nacional

Tipologias encontradas no Jornal Nacional		
Tipos	Quant.	Produtos do Corpus integrantes do filtro (A) e (B)
Quadro Complementar	07	<p>Municípios terão que cumprir nova exigência de lixões para conseguir verba federal¹⁸</p> <p>Etiquetas do Inmetro vão indicar emissões de dióxido de carbono por carros¹⁹;</p> <p>Pesquisa cria técnica inédita de extração de células-tronco em grande quantidade²⁰;</p> <p>Pesquisa mostra o número de famílias endividadas no Brasil²¹;</p> <p>Cientistas da UFRJ desenvolvem novo tratamento contra tipo grave de câncer</p> <p>Homens mais velhos têm mais risco de gerar filhos com autismo, segundo pesquisa²²;</p>

17 Devido ao limite de páginas recomendadas para um artigo optou-se por deixar disponível os links em cada matéria para o acesso integral das imagens (grafismo televisual) nos próprios episódios do telejornal.

18 Matéria completa disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/municipios-terao-que-cumprir-nova-exigencia-de-lixoes-para-conseguir-verba-federal/2071426/>>.

19 O link se refere a matéria completa que utilizou Quadros complementares, texto destaque e mapas, disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/etiquetas-do-inmetro-va-indicar-emissoes-de-dioxido-de-carbono-por-carros/2082243/>>.

20 A matéria utilizou animações ilustrativas e quadros destaque, disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/pesquisa-cria-tecnica-inedita-de-extracao-de-celulas-tronco-em-grande-quantidade/2089660/>>.

21 A matéria completa está disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/pesquisa-mostra-o-numero-de-familias-endividadas-no-brasil/2095473/>

22 Matéria completa disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/homens-mais-velhos-tem-mais-risco-de-gerar-filhos-com-autismo-segundo-pesquisa/2102641/>>.

Texto destaque	05	Resultados da pesquisa do IBGE preocupa economistas ²³ ; Etiquetas do Inmetro vão indicar emissões de dióxido de carbono por carros; Instituto incentiva a pesquisa e informa sobre Esclerose Lateral Amiotrófica (ELA) ²⁴ ; Cientistas da UFRJ desenvolvem novo tratamento contra tipo grave de câncer; Sete milhões de pessoas sofrem de doença pulmonar crônica no Brasil; ²⁵ Pesquisa da Unicef analisa por que milhares de crianças estão fora das escolas ²⁶ ;
Fotografia		Nave-robô “Curiosity” pousa com sucesso em Marte ²⁷ ; Nave-robô Curiosidade envia primeira foto em cores do Planeta Marte ²⁸ ; Cientistas criam aparelho que pode ajudar cegos a voltar a enxergar ²⁹
Gráficos	0	-----
Mapas	03	Arqueólogos decifram como nossos antepassados enterravam os mortos ³⁰ Etiquetas do Inmetro vão indicar emissões de dióxido de carbono por carros Queimadas causam transtornos no Mato Grosso do Sul ³¹
Infografia	01	Cientistas da UFRJ desenvolvem novo tratamento contra tipo grave de câncer ³² ;
Animações ilustrativas	03	Pesquisa cria técnica inédita de extração de células-tronco em grande quantidade; Cientistas criam aparelho que pode ajudar cegos a voltar a enxergar

Fonte: Produzido pela autora.

- 23 Matéria completa disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/resultados-da-pesquisa-do-ibge-preocupa-economistas/2117533/>.
- 24 Matéria completa disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/instituto-incentiva-a-pesquisa-e-informa-sobre-esclerose-lateral-amiotrofica-ela/2096920/>.
- 25 Matéria completa disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/sete-milhoes-de-pessoas-sofrem-de-doenca-pulmonar-cronica-no-brasil/2111518/>.
- 26 Matéria completa disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/pesquisa-da-unicef-analisa-por-que-milhares-de-criancas-estao-fora-das-escolas/2117548/>.
- 27 Matéria completa disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/nave-robo-curiosity-pousa-com-sucesso-em-marte/2076847/>.
- 28 Matéria completa disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/nave-robo-curiosidade-envia-primeira-foto-em-cores-do-planeta-marte/2078549/>.
- 29 A matéria utilizou animações ilustrativas e fotografias, disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cientistas-criam-aparelho-que-pode-ajudar-cegos-a-voltar-a-enxergar/2089659/>.
- 30 Matéria completa disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/arqueologos-decifram-como-nossos-antepassados-enterravam-os-mortos/2073264/>.
- 31 A matéria utilizou textos de destaque e mapas, disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/queimadas-causam-transtornos-no-mato-grosso-do-sul/2084194/>.
- 32 A matéria utilizou infografias, quadros complementares e texto destaque, disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/videos/t/edicoes/v/cientistas-da-ufrj-desenvolvem-novo-tratamento-contratipo-grave-de-cancer/2109761/>.

Essa classificação, exemplificada na tabela acima, permite verificar que há presença recorrente do uso de recursos gráficos (Grafismo televisual) no Jornal Nacional, principalmente em produtos que trabalham com Divulgação científica. Do total de 26 matérias separadas na coleta que se enquadravam no filtro (A), 16 utilizavam recursos gráficos filtro (A) e (B). Essa recorrência foi identificada, a princípio, quando não era possível utilizar imagens captadas pela lente da câmera e, sim, eram geradas a partir de computação gráfica, para que o elemento icônico estivesse presente na narrativa juntamente com os códigos verbais e sonoros dos produtos. Tais produções teriam o intuito de trabalhar o conteúdo, nesse caso de cunho científico, em uma linguagem mais acessível para o entendimento do público, principalmente, para que as informações pudessem ser abordadas de forma sintética e mais clara.

No *corpus* da análise, a maioria dos produtos analisados tinha entre 50 segundos e 2 minutos, todos os recursos gráficos encontrados nesse recorte foram encontrados dentro das notícias, reportagens, notas entre outros, o que pode sugerir, conforme já foi abordado, que os mesmos podem ser compreendidos dentro de cada narrativa, podendo estar diluídos na linguagem audiovisual do telejornal.

A presença mais intensa no corpus foi a do uso do “Quadro Complementar” em comparação com as animações mais elaboradas como as “ilustrativas” e as próprias “infografias”. Acredita-se que isso se deve ao próprio ritmo de produção do telejornal, no qual os elementos como o “Texto destaque” e o “Quadro Complementar” são mais fáceis de serem produzidos e tem um efeito de destaque de informações e direcionamento a questões de maior importância, objetivando chamar e direcionar a atenção do telespectador. É possível ainda que essa relação dependa inicialmente da escolha do recurso utilizado, do tipo de audiência, das formas de narrativas e da compreensão de sua estrutura no conjunto do produto no telejornal, uma vez que seu processo de construção, sua extensão e linguagens não se resumem a um estado fixo, e sim, continuam em constantes modificações.

Esse cenário além de revelar uma diferença significativa do uso (mesmo que de forma inerme e menos complexa) de recursos gráficos utilizados anteriormente na história da Tv Brasileira demonstra que esse tipo de linguagem é muito bem aceita ao facilitar a transmissão de informações quando utilizada em produtos de divulgação científica. Encontrou na própria natureza da linguagem do audiovisual do telejornal espaço para crescer e desenvolver formas cada vez mais complexas de linguagens, como o próprio grafismo televisual.

Reflexões conclusivas

Temas de ciência, tecnologia e inovação são importantes para colaborar com o desenvolvimento do país. Assim, além de atuar na socialização desse conhecimento é preciso trazer esses temas para perto do cotidiano da sociedade a fim de promover um

maior contato com a ciência (OLIVEIRA, 2005). Nesse sentido, é importante abordar tais reflexões, pois o jornalista que trabalha com temas especializados, como o próprio jornalismo científico, deve atuar com o intuito primeiro de informar sobre o conhecimento científico de maneira clara, de forma a contribuir ao diálogo com a sociedade, para que o público também possa se apropriar desses saberes.

Partindo dessa lógica, o uso dessa prática informativa na televisão, que é um veículo massivo, pois ela consegue alcançar um público mais amplo, além de estrategicamente buscar estabelecer das formas de diálogos, laços e identificações com a audiência (MACHADO 2003). Nesse sentido com o intuito de melhorar a comunicação de temas de científicos no próprio telejornalismo, é preciso estar aberto para perceber as transformações sociais e aliar novas práticas para aprimorar o processo comunicacional.

O cenário atual se materializa como uma “civilização da imagem”, sua presença é um estatuto intencional na comunicação. E se a televisão opera em uma escala importante na sociedade parece oportuno buscar compreender as manifestações de recursos visuais como gráficos, mapas, tabelas, fotografias, infográficos e etc. em produtos telejornalísticos, uma vez que vêm se constituindo gradativamente como um rompimento com os modelos anteriormente dispostos e dando origem a novas práticas para a produção jornalística. Assim, a produção e a utilização de tais recursos no telejornalismo constituem uma prática que pode ser considerada como inovadora se comparada à fase inicial de constituição dos telejornais.

A infografia quando utilizada no audiovisual teria características diferenciadas, e por sua vez, a produção no telejornalismo ocasionaria mudanças não somente no que diz respeito ao suporte e a sua estrutura, mas principalmente relacionadas às técnicas e a própria lógica produtiva de infografias mediante as peculiaridades que o telejornalismo confere. É preciso compreendê-las juntamente com a linguagem audiovisual e a estrutura que constitui esse meio, sua programação, a temporalidade, a entonação a narrativa e sua relação com a audiência, marcas essas que interferem diretamente na articulação e no encadeamento de seus produtos (PICCININ, 2007).

A compreensão de sua utilização na linguagem audiovisual está associada à exploração de seus elementos de modo inovador e criativo, uma vez que a televisão não se resume a um estado fixo, e sim de constantes modificações se observadas ao longo do conjunto de seus produtos. Ela favorece o experimentalismo a fim de criar novos formatos e utilizar novas linguagens em seus produtos, a partir da reoperação daqueles que ela própria já consolidou (MACHADO, 2003).

Bibliografia consultada

BARBOSA JÚNIOR, Alberto Lucena. **Arte da Animação**. Técnica, estética através da história. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC SP, 2005.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos**. São Paulo, CJE/ECA/USP, 1988.

FONTES, Ana Juliana Da Silva. Divulgação científica e o uso de infografias no telejornalismo brasileiro: algumas perspectivas iniciais. In: 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJOR. **Anais..** Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, PR – Novembro de 2012.

FONTES, Ana Juliana. Grafismo televisual no telejornalismo. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – INTERCOM SUL. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul, UNISC. S. Cruz do Sul, RS – Junho de 2013.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Campinas, SP: Papyrus. 2012.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. Um olhar histórico na formação e sedimentação da TV no Brasil. In: 7º Encontro Nacional de história da mídia. **Anais**. Unifor. Fortaleza, CE – Agosto de 2009.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: Lago, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa aplicada em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 199-222

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 3. ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.

MATTOS, Sérgio. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Iluska; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 Anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.

MELO, José Marques de. **Trajatória Acadêmica do Jornalismo Científico no Brasil: Iniciativas Paradigmáticas do Século XX**. 2003. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/anuariolusofono/article/viewFile/1141/889>>. Acesso em 05. fev. 2013.

MIRZOEFF, Nicholas. **Una Introducció a la cultura visual**. Barcelona: Paidós, 2003.

OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo Científico**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

PICCININ, Fabiana. **Veja a seguir: a transição do telejornal entre a linha de montagem e a rede. Tese de doutorado**. Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Orientadora Profª Doris Fagundes Haussen. Porto Alegre, 2007

SILVA, Rafael Souza. **Controle Remoto de papel: O efeito zapping no jornalismo impresso diário**. São Paulo: Annablume; FAPESP, 2007.

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e Jornalismo: Conceito, análises e perspectivas; prefácio Luiz Iria**. Salvador: EDUFBA, 2010.

VIZEU, Alfredo, PORCELO, Flávio, Coutinho, Iluska (orgs.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional: olhares críticos**. Florianópolis. Insular, 2009.

Telejornais e jornalismo participativo: a capacitação do telespectador como produtor de notícias¹

Samira Moratti Frazão²

Resumo: Com a inserção do público no processo de produção da notícia, feita inicialmente em ambiente digital e posteriormente expandida para outros meios como a televisão, emissoras convidam os telespectadores para atuar inclusive na função de repórteres, posto ocupado por jornalistas. Mas de que modo é feita a capacitação desse telespectador como produtor de notícias? Tendo como objeto empírico o quadro “Parceiro do RJ” (do telejornal “RJTV 1ª edição”), da “TV Globo Rio”, o objetivo é analisar a forma como os participantes atuam e as competências dos jornalistas que agem diretamente no quadro analisado. Para tanto, além da análise quantitativa e qualitativa dos vídeos produzidos, também foram realizadas entrevistas junto à direção e participantes durante visita à emissora.

Palavras-chave: televisão; telejornal; telespectador; jornalismo participativo.

Introdução

Com a popularização da Internet e redes sociais acessadas pela chamada segunda tela, as emissoras de televisão reformulam seus modelos de negócios, assim como outros veículos de imprensa, em busca de alternativas para recriar o modo de produzir os programas, bem como o próprio telejornalismo.

Além de garantir sua presença no ambiente virtual, as emissoras, bem como os programas produzidos, buscam estreitar relações com o telespectador que também quer auxiliar no processo de produção do conteúdo, enviando sugestões de pauta, vídeos e fotos registrados sobre um fato. Isso porque a televisão e o telejornalismo constituem um lugar social de referência para o público (VIZEU, 2009). Em muitos casos este mesmo telespectador, inclusive, conhece técnicas básicas de reportagem e coleta de dados

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Jornalista. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Aluna pesquisadora do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele). O artigo é um recorte da dissertação apresentada no referido programa de Pós-Graduação. Contato: <samiramoratti@gmail.com>.

jornalísticos e até produz vídeos ensaiando passos feitos profissionalmente pelos jornalistas. Essa participação se consolida, então, como uma alternativa econômica e possível para dinamizar formatos e modos de produção nas coberturas jornalísticas tradicionais.

A fim de analisar este fenômeno, busca-se responder a seguinte questão-problema: de que modo é feita a capacitação do telespectador como produtor de notícias? O objeto empírico é o quadro “Parceiro do RJ”, do telejornal “RJTV 1ª edição”, transmitido pela “TV Globo Rio”, cuja proposta é levar informações sobre comunidades locais da região metropolitana do Rio de Janeiro contando com a participação de uma dupla de telespectadores, moradores de cada região, treinados pela emissora e com ferramentas cedidas por ela para conduzir a reportagem³. O objetivo é analisar a forma como os participantes atuam e as competências dos jornalistas que agem diretamente no quadro analisado. Para tanto, além da revisão teórica dos temas trabalhados e análise dos vídeos disponibilizados no *site*⁴ do telejornal (unindo análises quantitativa e qualitativa), também foram realizadas entrevistas junto à direção e participantes do quadro.

Jornalismo participativo e o telespectador capacitado

Emissoras de televisão e seus telejornais fazem uso do jornalismo participativo como alternativa para recriar formatos, reduzir gastos nas redações e coberturas jornalísticas. Todavia é necessário ressaltar que a proposta não é dizer que uma mídia prevalece sobre a outra, ou que com a Internet a televisão perderá seu espaço. O que se observa é justamente uma mídia reforçando a outra, em um ambiente de convergência⁵⁵. No caso das redes sociais, por exemplo, parte do público utiliza a segunda tela, seja via *tablets*, *smartphones*, seja *notebooks*, para expor sua opinião a respeito do que é assistido pela TV. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) 43% dos brasileiros usam a Internet enquanto assistem televisão. Dessa parcela, 70% buscam mais informações na *web* sobre o que estão assistindo⁶.

No atual contexto, o telespectador se torna um aliado na produção da notícia, em um momento no qual as emissoras reformulam seus modelos de negócio e atuação junto ao público. As redações passam por um processo de enxugamento dos profissionais, interferindo, de certo modo, na cobertura de acontecimentos a nível local e hiperlocal.

3 Optou-se analisar o “Parceiro do RJ” uma vez que diferente de outras iniciativas presentes no telejornalismo no quadro produzido pela “TV Globo” os participantes não atuam de forma colaborativa. Além disso, a proposta foi inicialmente implementada pela emissora no “RJTV”, sendo posteriormente replicada no “SPTV”, “DFTV” e “MGTV”.

4 Disponível em <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/>>. Acesso em 24 jan. 2013.

5 Por convergência entende-se o “...fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação (...)” (JENKINS, 2008, p. 27), os quais variam a busca pela informação e entretenimento entre várias plataformas informativas.

6 Dados disponíveis em Rothman (2013).

Apesar de haver várias denominações para designar o jornalismo participativo, tais como jornalismo cidadão, cívico, comunitário e *open source* (de código aberto), cada um destes conceitos possui particularidades em sua definição. Todos, no entanto, são unânimes ao se basear na colaboração dos usuários. Aqui se utilizará, contudo, o termo jornalismo participativo para designar a participação dos telespectadores no objeto empírico analisado, uma vez que, embora anterior ao processo de seleção eles fossem considerados como telespectadores, após sua inserção foram vinculados à emissora como funcionários. Esse tipo de participação seria encarada por alguns pesquisadores como desprovida de ativismo, de engajamento. Para Silva (2011, p. 4) “...os utilizadores vestem-se mais de uma indumentária social do que política, evocando a necessidade de pertencer a uma comunidade de partilha, laços sociais e interação”.

O termo jornalismo participativo passa a ser usado com mais frequência na década de 1990, popularizando-se com o advento dos blogs e outros meios sociais de comunicação na década de 2000. Está inserido no chamado Jornalismo 3.0, movimento no qual há a sociabilização do conteúdo e dos próprios meios onde as informações são veiculadas (VARELA, 2007). Principalmente a partir de 2000 houve um crescente uso do recurso pelos meios tradicionais como os jornais impressos, revistas, rádio e a própria televisão. Esta última deixa de ser exclusivamente um meio unilateral, possibilitando modos de interação e inserção do público telespectador na produção da notícia, porém de forma limitada, uma vez que o poder de selecionar e editar o que será ou não veiculado continua nas mãos dos jornalistas.

Atendo-se à televisão, vale ressaltar, no entanto, que a participação dos telespectadores já ocorre há mais tempo, por telefonemas e carta, por exemplo. Exibido pela extinta TV Tupi, o programa “Pinga-Fogo” incentivava a participação do público por meio de telefonemas (SILVA, 2012). Em outro momento, na década de 1990, o programa “Linha Direta”, transmitido pela TV Globo, propunha uma linguagem onde havia a mescla entre dramatização e jornalismo, contando ainda com a participação dos telespectadores para denunciar suspeitos apresentados no programa (MENDONÇA, 2010). Na Internet uma ferramenta pode ser considerada o divisor de águas no que concerne à participação do público por meio de vídeos: o *Youtube*, lançado em 2005⁷. Após sua consolidação, emissoras fazem uso irrestrito dos vídeos disponibilizados pelos usuários.

Considerada uma referência no telejornalismo mundial, a rede norte-americana *Cable News Network* (CNN) também aderiu à onda de interatividade com o público, propondo inicialmente em seu *site* uma seção na qual os internautas enviam vídeos, posteriormente inseridos na página virtual da empresa: o *iReport*⁸, iniciativa criada em agosto de 2006. Os vídeos não são editados, apenas são verificados por jornalistas e os que contenham fatos urgentes e considerados relevantes são transmitidos também na

7 Disponível em <http://www.youtube.com/t/about_youtube>. Acesso em 17 fev. 2013.

8 Pode ser acessado em <<http://ireport.cnn.com>> Acesso em 4 set. 2012.

TV. Este modelo seria, portanto, uma das ações pioneiras da participação do público pela qual os internautas e telespectadores podem não só enviar um conteúdo audiovisual que será transmitido no *site*, como também pode ser exibido na emissora de TV internacional.

No Brasil, uma das ações voltadas para a prática do jornalismo participativo em telejornais é o quadro “Outro Olhar”⁹, transmitido no telejornal Repórter Brasil, da TV Brasil. Criado em dezembro de 2007, no quadro são exibidos vídeos de temas variados, enviados por telespectadores de várias partes do país. Os vídeos podem ser enviados pelo *site* do telejornal ou ainda por e-mail. O material enviado também é disponibilizado no *site* do quadro e em seu canal no *Youtube*¹⁰. Embora o *site* oficial do quadro aparentemente esteja desatualizado, sua página no *Youtube* continua recebendo novos vídeos.

No caso do uso do jornalismo participativo no telejornalismo, nota-se que esse tipo de iniciativa ocorre mais em telejornais regional e local do que nos telejornais de transmissão em rede, exibidos a nível nacional. Os telejornais de nível regional e/ou local, além de evocar a proximidade junto ao público, atendem à comunidade na resolução de problemas diários (COUTINHO, 2008). Essa inserção do público no telejornal regional e/ou local reconfigura o papel do telespectador no processo de produção e consumo da notícia.

A proximidade desse veículo com os assuntos e problemas comunitários intensifica a iniciativa do público em fazer denúncias, reclamações, sugestões de pautas relacionadas aos interesses da comunidade. Assim, com o intuito de chamar atenção do poder público para a resolução dos problemas de sua rua, seu bairro, sua cidade, o cidadão confirma a reconfiguração de seu papel perante o telejornal. (SILVA, 2012, p. 11)

Dos primórdios da televisão até hoje o telespectador passou por uma reconfiguração no que diz respeito a seu posicionamento sobre o conteúdo recebido. O perfil do telespectador aqui encarado como comum reformulou-se inclusive nas discussões científicas. De acordo com teorias como a da Agulha Hipodérmica (MATTELART & MATTELART, 2007), por exemplo, e as demais que dialogam com a perspectiva de análise dos efeitos dos meios de comunicação, acreditava-se que o espectador (público em geral dos *mass media*) apenas recebia o conteúdo transmitido, incapaz de compreender, de interpretá-lo, passível, portanto, de manipulação. Com os Estudos Culturais passa-se, então, a vislumbrar outro receptor, capaz de compreender as mensagens e conteúdo repassado pelos meios de comunicação de massa. Pressupõe o indivíduo que, considerando aspectos como grau de instrução, profissão e classe

9 Acesso em <<http://tvbrasil.ebc.com.br/outroolhar>>. em 4 set. 2012.

10 Disponível em <<http://www.youtube.com/user/outrolhar?feature=watch>>. Acesso em 4 set. 2012.

social, por exemplo, constrói sentidos a partir do conteúdo repassado pelos meios de comunicação (GOMES, 2001).

Sobre o telespectador contemporâneo, Soares & Becker (2011) o intitulam como telespectador-repórter ou leigo que também colabora na produção da notícia para a TV. Dan Gillmor (2004), por sua vez, elenca duas expressões para designar as pessoas que participam da produção noticiosa, sendo elas fazedores de notícia e fontes, uma vez que não só colaboram na produção do conteúdo como também são, em alguns casos, a referência inicial no desdobramento dos fatos. Aqui, no entanto, é necessário definir outro conceito. A partir do momento que são capacitados não podem ser somente encarados como telespectadores comuns. No entanto, apesar de não possuir formação acadêmica na área, ao olhar dos órgãos fiscalizadores, os participantes do quadro não podem ser considerados jornalistas. Nesse sentido, ao ocupar por determinado tempo um cargo e ser capacitado para isso, aqui este participante é definido como telespectador capacitado.

De acordo com a tradição sociológica no estudo das profissões (KUNCZIK, 2002) há uma diferenciação sobre o que seria um emprego, uma ocupação e uma profissão. O termo ocupação é aplicado nos estudos de classe social; não se constitui apenas como um meio de ganhar dinheiro, mas uma atividade que para ser exercida precisa de capacitação e educação prévias. O emprego, no entanto, é definido como um trabalho casual, no qual o indivíduo dedica parte da vida para ganhar dinheiro à sua subsistência. Já a profissão exige três fatores: conhecimento especializado com base teórica; o cumprimento de regulamentação profissional e a constituição de órgãos representativos desse profissional, como os sindicatos (KUNCZIK, 2002).

Desse modo, os participantes do quadro também podem ser chamados pelo o que se conceitua como telespectador capacitado, uma vez que: dispõem de treinamento e capacitação básicos para o exercício da ocupação; são supervisionados por jornalistas, responsáveis por suas atividades e matérias; e são remunerados pela ocupação, que tem um período de duração pré-estabelecido pela direção do telejornal. Em virtude do aprendizado decorrente dos treinamentos aos quais foram submetidos, possuem um olhar diferente da notícia, consumindo-a de uma maneira distinta de um telespectador comum. Esse olhar considerado diferenciado se deve ao fato de que o telespectador aqui visto como capacitado dispõe de conhecimento sobre determinadas técnicas no que diz respeito à produção da notícia em telejornalismo, o que altera, portanto, o modo como irá consumir as notícias após sua capacitação/treinamento.

“Parceiro do RJ”: a capacitação do telespectador como produtor de notícias

Uma das iniciativas que chama a atenção nessa perspectiva é a proposta do “RJTV 1ª Edição”. Criado em 1983, inicialmente em uma única versão transmitida no turno da noite, o “RJTV”, exibido pela “Rede Globo Rio de Janeiro”, tem como objetivo apresentar notícias locais e regionais com matérias de prestação de serviço e outros comentários a

respeito dos fatos mais importantes do dia sobre a região metropolitana do Rio de Janeiro e também sobre municípios do interior do estado. O telejornal investe desde 1999 no fortalecimento do jornalismo dedicado em especial à comunidade¹¹. O público passou, então, a ser convidado a participar por meio de telefonemas, e-mails e comentários via *site*. Uma das ações promovidas que ganhou maior destaque foi a estreia em 2011 do quadro “Parceiro do RJ”, no qual telespectadores de nove comunidades atuavam como repórteres. A fim de compreender como se deu a capacitação dos participantes do quadro em sua primeira edição, bem como eram realizadas as atividades desempenhadas pela equipe de jornalistas que os supervisionaram, foram realizadas entrevistas semiestruturadas – com roteiro de perguntas previamente elaborado, porém com resposta aberta (MANZINI, 2004) –, junto à direção da “TV Globo Rio”. Um dos entrevistados, à época o Diretor Executivo de Jornalismo da TV Globo Erick Bretas, responsável por idealizar o quadro, explica a motivação da criação do “Parceiro do RJ”¹²:

A gente queria algum tipo de contribuição que não fosse tão esporádica, e especialmente em lugares da periferia ou favelas em que a gente percebia que pra levar a nossa mensagem aquelas pessoas queriam o nosso jornalismo, mas queriam de um jeito diferente. Elas não se identificavam tanto com o repórter que chegava com o figurino tradicional, com a linguagem tradicional. (...) Acho que a maneira da gente levar a mensagem genuinamente próxima a elas é que elas próprias façam esse conteúdo. (BRETAS, 2012)

Na primeira edição do quadro o processo de seleção dos participantes foi estruturado em quatro fases: aplicação de prova de conhecimentos gerais, raciocínio lógico, português e redação sobre um tema específico relacionado à comunidade em que o participante residia. Após a prova e a pré-seleção de alguns candidatos, foram aplicadas dinâmicas de grupo, produção de vídeos feitos pelos próprios candidatos e, posteriormente, entrevistas com a equipe de profissionais da TV Globo. As entrevistas foram, em seguida, analisadas por meio de um painel composto por profissionais e direção do RJTV, bem como membros da Direção Geral de Jornalismo e Esportes da TV Globo.

A gente teve um cuidado de formar duplas com perfis complementares. Nem em todos os casos a gente conseguiu isso, mas as melhores duplas foram aquelas que a gente tinha perfis complementares. De repente alguém mais de classe média tinha um pouco mais de conhecimento das ferramentas de vídeo, e alguém que tinha mais identificação com a comunidade, com as lideranças comunitárias; então essas foram as duplas mais interessantes. Não teve uma regra. (BRETAS, 2012)

11 Informações disponíveis no site <<http://memoriaglobo.globo.com/>>. Acesso em 17 set. 2012.

12 Por meio do Globo Universidade foi permitida a concessão de entrevistas junto aos responsáveis e participantes do quadro. As entrevistas foram realizadas presencialmente na sede de Jornalismo da TV Globo, no Rio de Janeiro, em 22 de outubro de 2012.

Para um dos participantes selecionados, Thiago Ventura, representante da região do Complexo do Alemão, o conhecimento acerca dos acontecimentos recentes do Brasil e principalmente das regiões que integraram a primeira edição do projeto foi essencial para que os participantes se destacassem nas provas realizadas.

A prova de conhecimentos gerais tinha sido feita um dia antes, eles rodaram na madrugada do dia seguinte. Ou seja: se você não é uma pessoa que lê dificilmente você teria passado no processo. (...) Na minha dinâmica, pra 14 pessoas disputando a vaga, a gente tinha que falar sobre o quanto a gente conhecia da nossa região, quanto tempo morava ali, o que achava das coisas que estavam acontecendo. Enfim, mostrar que você conhece realmente a região, porque eu tive essa sensação que de repente as pessoas poderiam estar só querendo aparecer na televisão e não participar do projeto de fato com a proposta dele. (VENTURA, 2012)

Concluída a fase de testes, foram anunciadas as duplas que iriam representar as oito comunidades iniciais. A dupla representando a Rocinha foi escolhida mais tarde, entre os meses de outubro e novembro de 2011, uma vez que no início do projeto esta região ainda não havia sido pacificada pelas autoridades locais (BRETAS, 2012). As duplas passaram por um treinamento inicial com duração de dois meses, com reforços periódicos por meio de oficinas técnicas e teóricas.

Eles foram treinados tecnicamente no manuseio da câmera; foram treinados com noções de produção de roteiro; tiveram treinamento de segurança também (...). E tem uma parte que a gente considera que é o treinamento deles pra vida que são questões éticas, conversas com pessoas importantes, com jornalistas, com personalidades de várias áreas que vieram aqui. Em uma frequência de quinze em quinze dias nós fazíamos uma palestra pra eles. (BRETAS, 2012)

Para o exercício das atividades as duplas receberam uma câmera de vídeo e um microfone para realizar gravações de matérias. O trabalho era supervisionado por jornalistas e profissionais dos departamentos de arte e edição de imagem. A primeira transmissão do quadro foi ao ar no dia 1º de março de 2011. Um dos diferenciais era o blog¹³ mantido e atualizado pelos participantes, onde contavam detalhes dos bastidores de determinadas matérias realizadas. Em alguns casos, colocavam-se como personagens dos acontecimentos noticiados.

Os jovens foram contratados temporariamente e remunerados pelas atividades. Trabalhavam quatro horas diárias, de segunda a sexta-feira. O “Parceiro do RJ” poderia ser considerado com o que Silva (2011, p. 6) chama de “profissionalização do jornalismo participativo”, quando as empresas noticiosas capacitam e instrumentalizam os

13 Disponível em: em <<http://g1.globo.com/platb/rio-de-janeiro-parceiro-do-rj/>>. Acesso em 24 jan. 2012.

indivíduos integrantes do público para auxiliar os jornalistas e colaborar na produção da notícia. Em outra vertente, esta iniciativa também poderia ser encarada como um modo de “alfabetização midiática” (CAPRINO & SANTOS, 2012), apoiada no conceito de *media literacy*¹⁴.

Nos meses iniciais do projeto, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro (SJPMRJ) e a Associação Profissional dos Repórteres Fotográficos e Cinematográficos do Estado do Rio de Janeiro (Arfoc) se pronunciaram em comunicado contestando a iniciativa. As entidades formularam uma carta de repúdio enviada à TV Globo. Em um dos trechos a indignação foi disposta como “precarização inadmissível do mercado de trabalho” (SINDICATO..., 2011). Em resposta, a Central Globo de Comunicação emitiu nota informando que a proposta do projeto é “dar voz às comunidades para que elas retratem o seu dia a dia, naquilo que consideram importantes, com a supervisão de nossos jornalistas.” Informaram, ainda, que os jovens contratados não ocuparam vagas de profissionais, mas sim que novos postos de trabalho foram gerados (SINDICATO..., 2011). Segundo Bretas (2012) legalmente os participantes foram enquadrados profissionalmente como “parceiros”. Apesar das críticas dos sindicatos, foi dada continuidade ao projeto. O quadro permanece no ar, porém com novas duplas e áreas abrangidas.

Durante o período de exibição da primeira edição¹⁵ foram veiculadas 187 matérias em 2011 e 131 em 2012, totalizando 318 matérias em vídeo, inseridas posteriormente no *site* do “Parceiro do RJ”¹⁶. A fim de rotular os temas trabalhados nas matérias, recorreu-se ao uso de editorias para classificá-las. Foram formuladas sete editorias¹⁷, com a proposta de adequar o objetivo que se propõe observar durante a análise dos vídeos, sendo elas:

Serviço: matérias sobre infraestrutura precária dos locais, incluindo atendimento da saúde, transporte e educação ofertados à população de cada região; **Esporte:** práticas esportivas nas comunidades representadas; **Cultura:** a cultura local (música, festas, dança, religião); **História:** aspectos sobre a história dos locais ou empreendimentos nestas regiões; **Curiosidades:** perfis de moradores conhecidos na região; **Cidadania:** projetos voluntários promovidos na comunidade pelos próprios moradores ou por terceiros; **Economia:** aspectos econômicos da região.

14 O conceito, abordado em estudos de Pérez Tornero (*apud* CAPRINO & SANTOS, 2012), seria designado para descrever ações nas quais os usuários devem possuir um conjunto de habilidades e competências em sua atuação no campo comunicacional.

15 Análises quantitativas posteriores foram realizadas em outros estudos, a citar Soares & Becker (2011) e Guimarães (2012), porém de períodos distintos. O que se propõe é apresentar uma análise quantitativa mais ampla, compreendendo o início e fim de produção das matérias feitas pelos participantes.

16 Foram excluídas da contagem as matérias sobre a seleção de novos participantes e da despedida destes da primeira edição, uma vez que essas reportagens foram produzidas por jornalistas da própria emissora.

17 Com base nas classificações adotadas por Soares & Becker (2011) e Coutinho (*apud* GUIMARÃES, 2012).

Das mais de 300 matérias veiculadas durante o período de exibição da primeira edição do quadro, 166 estão inseridas na editoria de Serviço. Outra editoria com quantidade elevada de matérias foi Cidadania (50 matérias) seguida de Cultura (48 matérias). As demais tiveram menor representatividade.

A produção elevada de matérias inseridas na editoria de Serviço é compreensível se considerar o papel social atribuído à televisão e, conseqüentemente, telejornais, na ausência do poder público. “É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser” (SARLO, 2000, p. 77).

As duplas com maior produção durante a primeira edição foram Campo Grande, com 48 matérias, seguida do Complexo do Alemão, com 44 matérias. Por ter sido escolhida tardiamente e tendo sua produção divulgada em 2012, a dupla da Rocinha foi a que menos produziu matérias.

Análise dos vídeos: buscou-se identificar aspectos que comprovassem a capacitação dos participantes (e a falta de) no material produzido. O corpus foi constituído de dois vídeos, sendo um da dupla de Campo Grande (maior produção durante o período) um da Rocinha (menor produção). Veiculados no segundo semestre de 2012, os vídeos disponibilizados no *site* do quadro foram escolhidos aleatoriamente. Neste contexto, com base no depoimento do idealizador do projeto (BRETAS, 2012), bem como do participante (VENTURA, 2012) entrevistados, a análise do material compreende detalhes técnicos e teóricos/éticos: técnicos porque os participantes tiveram noções básicas e operacionais de produção da notícia em telejornal e teóricos e éticos tendo em vista que os telespectadores capacitados eram supervisionados por profissionais da emissora, responsáveis por apurar e acompanhar a edição do material recebido.

Veiculada em 26 de julho de 2012 a matéria “Parceiro do RJ conhece história da ocupação da Rocinha”¹⁸ explica como se deu a fundação da localidade. Com duração de três minutos e cinquenta segundos (incluindo a cabeça feita pela apresentadora), ao invés de um dos participantes ser o repórter e o outro o cinegrafista, ambos revezaram os papéis. Houve o uso abusivo de passagens, enquanto o *off* foi pouco utilizado. Ao todo, seis fontes foram ouvidas. Destas, quatro do recurso “povo fala”. Uma das fontes, considerada principal para comprovar o relato histórico, foi identificada. Já outra não, que aparece no início da matéria. Os telespectadores capacitados destacados para representar a comunidade, a jornalista responsável e o editor de imagens foram devidamente identificados por meio do Gerador de Caracteres (GC).

O registro histórico contou com o depoimento de uma fonte ligada ao antigo proprietário das terras. Ao indagar à fonte em uma segunda sonora sobre como se deu a criação do Largo do Boiadeiro, a participante, então repórter, sequer cita o nome da fonte, impossibilitando ao telespectador saber se o entrevistado era um pesquisador,

18 Disponível em <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-conhece-historia-da-ocupacao-da-rocinha.html>>. Acesso em 24 jan. 2013.

autoridade ou morador antigo de bairro. Não foram identificados problemas graves quanto ao som ambiente, sonoras, tampouco com iluminação. A locação das passagens estava adequada ao conteúdo (grande parte feita em uma feira e ruas da Rocinha). O diálogo entre participante e fonte é informal, com uso irrestrito de linguagem coloquial e gírias.

O uso da informalidade em excesso era permitido pela direção do telejornal, uma vez que a proposta era fazer com que os participantes reportassem os fatos sem a obrigação de serem neutros na condução da matéria:

Nós não queríamos neutralidade. E eles não podem ser neutros, eles são parte. Eles têm que fazer bom jornalismo. Se eles estão abordando um assunto polêmico, em que tem dois ou mais lados envolvidos, eles têm que ouvir todos os lados. (BRETAS, 2012)

Produzida pela dupla de Campo Grande a matéria de 18 de julho de 2012 cuja manchete é “Parceiro do RJ mostra universidade em espaço provisório há sete anos”¹⁹ possui uma proposta distinta. Inserida na editoria de Serviço, aborda uma denúncia feita por estudantes da “Universidade Estadual da Zona Oeste (Uezo)”. Em formato tradicional, a matéria foi explorada com uso de várias fontes (dez no total), apesar de a maioria (nove) ser apontada como fonte denunciante do problema apresentado na matéria: quatro usadas no recurso do “povo fala”, cinco alunos da instituição e uma fonte representando as autoridades (assessoria de imprensa da Secretaria Estadual de Ciência e Tecnologia). O relato do segundo lado do fato foi apresentado em forma de nota-pé pela apresentadora do telejornal. A argumentação apresentada pelo participante que atuou como repórter foi amparada tanto pelas imagens de apoio feitas por celular quanto pelas fontes consultadas.

Não foi identificado por GC qual a origem das imagens feitas por celular (se pelas próprias fontes ou telespectador capacitado). As fontes, exceto as encaixadas dentro do “povo fala”, foram identificadas por meio de GC, assim como os próprios telespectadores capacitados, a jornalista responsável e o editor de imagens. A qualidade das imagens captadas por celular não era boa, porém utilizável, e o som ambiente também poderia ter sido diminuído na edição, já que em alguns momentos sobrepunha às sonoras. A linguagem, apesar de coloquial, estava mais formal.

Comparando as matérias, notou-se que os participantes da dupla de Campo Grande, há mais tempo no quadro, já haviam se apropriado das funções de “repórter” e “cinematógrafo”, portando-se como tal e tentando minimizar problemas na condução da reportagem. De todo modo, a técnica adotada é semelhante à usada por jornalistas, exceto o estilo empregado na abordagem das fontes e no conteúdo (com clara existência de traços de ligação entre participantes e áreas de cobertura do fato tais como vestimenta

19 Disponível em <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/parceiro-rj/noticia/2012/07/parceiro-do-rj-mostra-universidade-em-espaco-provisorio-ha-7-anos.html>>. Acesso em 24 jan. 2013.

e linguajar). A respeito da supervisão do material produzido pelos participantes, Bretas (2012) diz que: “Naturalmente que a gente tinha uma flexibilidade maior com a matéria dos parceiros, até o equipamento era diferente (...), mas isso não significa que vamos colocar qualquer coisa no ar. (...) E em muitos casos era necessário refazer”.

A fim de resguardar o padrão de qualidade adotado pela emissora, a “TV Globo Rio” passou a destacar profissionais que já atuavam no referido telejornal para ocupar cargos como os de “jornalistas responsáveis” por assinar as matérias, uma gerente de desenvolvimento responsável pelo treinamento dos participantes, coordenadora do projeto, além de outras funções já existentes como os editores de imagem e arte, por exemplo. (BRETAS, 2012).

Especificamente para o cargo de “jornalista responsável”, as profissionais supervisionam o material produzido pelos participantes do projeto, monitorando as atividades exercidas por eles e auxiliando desde a reunião de pauta à edição do material, feita em conjunto com a dupla responsável por executar a pauta, além de editor de imagem e artes (quando se utiliza o recurso). Também é requisitada a supervisão de outros profissionais no que diz respeito a aspectos éticos do trabalho produzido (no caso de matérias contendo denúncias há a necessidade, portanto, de conceder o direito de resposta sempre que necessário; e, quando feito, fica a cargo dos jornalistas concederem esse espaço, dar voz às fontes cabíveis, de acordo com o que foi identificado durante a análise dos vídeos).

Considerações finais

No quadro analisado se constatou que a inserção do telejornalismo nessas comunidades seria um modo de possibilitar um jornalismo de proximidade e com o padrão de qualidade da emissora, salvo a questão do distanciamento. Além de, ainda, abrir espaços ao público telespectador para interagir com o telejornal de um modo diferenciado.

Para que o jornalismo tenha responsabilidade social e princípios éticos, é necessário que a mediação da informação seja garantida pelos jornalistas. No caso do praticado no quadro “Parceiro do RJ” o indicado seria dar continuidade à supervisão feita pelos jornalistas da emissora, pois de modo geral a capacitação dos jornalistas nas faculdades de Jornalismo não preenche apenas técnicas para o exercício da prática, mas também saberes específicos, tanto deontológicos quanto cognitivos, necessários para a construção de valores profissionais e éticos pertinentes à profissão (BENEDETI, 2009). Abrir espaço para o público, e aqui em especial o telespectador, é atualmente um caminho repleto de incertezas; enquanto no campo científico há esforços para analisar o fenômeno e buscar pistas para a resolução do impasse, na prática é possível notar que emissoras tentam se adequar a este cenário, requisitando a participação do público de formas variadas.

Referências

BENEDETI, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística: do conceito à prática**. Florianópolis: Insular, 2009.

BRETAS, Erick. Erick Bretas: depoimento em áudio [22 out. 2012]. Entrevistadora: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro.

CAPRINO, Mônica Pegurer; SANTOS, Marli dos. Alfabetização midiática e conteúdo gerado pelo usuário no telejornalismo. In: **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo/SP: Universidade Metodista de São Paulo, v. 34, n. 1, jul./dez. 2012, p. 109-130.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: VIZEU, Alfredo (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 91-107.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2004.

GOMES, Itania Maria Mota. **A atividade do receptor, um modo de se conceber as relações entre comunicação e poder**. In VIII Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, Vitória/ES/Brasil, 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/viii-sipec/gt03/37-Itania%20Gomes%20-%20trabalho%20completo.htm>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

GUIMARÃES, Lara Linhalis. **As novas aproximações entre telejornal e audiência: a participação do público no quadro Parceiro do RJ**. 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba/PR: PUC, nov. 2012. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1961/160>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo – Norte e Sul: Manual de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MANZINI, Eduardo José. Entrevista semiestruturada: análise de objetivos e de roteiros. In: **Seminário Internacional de Pesquisa e Estudos Qualitativos**, 2. Anais do II Seminário Internacional de Pesquisa e Estudos Qualitativos: “A pesquisa Qualitativa em Debate”. Bauru: SIPEQ, 2004. Disponível em: <<http://www.sepq.org.br/IIsipeq/anais/pdf/gt3/04.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2012.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

MENDONÇA, Kleber. Em “Linha Direta” com os novos padrões para o telejornalismo. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart [et al.]. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010, p. 259-277.

ROTHMAN, Paula. TV do futuro terá tablet como segunda tela. **Info**, 16 de janeiro de 2013. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/tecnologia-pessoal/tv-do-futuro-tera-tablet-como-segunda-tela-16012013-15.shl>>. Acesso em: 18 de janeiro de 2013.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

SINDICATO contesta precarização da mídia. Associação Brasileira de Imprensa, 2 de maio de 2011. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/sindicato-contestaprecarizacao-da-midia/>>. Acesso em: 14 de agosto de 2012.

SILVA, Cláudia. **iReport: uma análise do jornalismo participativo no site da CNN** [CD-ROM]. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, ECO, novembro de 2011, CD-ROM: sound, color, 4 3/4 in.

SILVA, Juliana Ângela da. **O Telejornalismo e a Coprodução de Notícias: as várias faces da participação do público**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, CE, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0791-1.pdf>>. Acesso: 2 de setembro de 2012.

SOARES, Louise Christina de Andrade Silva; BECKER, Beatriz. **Participação da audiência e qualidade do telejornal: um estudo do quadro Parceiros do RJ** [CD-ROM]. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo e 1º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, ECO, novembro de 2011, 19p. CD-ROM: sound, color, 4 3/4 in.

VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0. In: ROJAS ORDUÑA, Octavio I. (*et al.*). **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. São Paulo: Thomson Learning, 2007, p. 41-98.

VENTURA, Thiago. (2012). Thiago Ventura: depoimento em áudio [22 out. 2012]. Entrevistador: Samira Moratti Frazão. Rio de Janeiro.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. In: **Revista Famecos**, n. 40, Porto Alegre/RS/Brasil, p. 77-83.

História e trajetória do *Jornal da Band*: um estudo do papel do apresentador na construção do perfil do noticiário

Florentina das Neves Souza¹
Vanessa Tolentino²

Resumo: Este artigo está vinculado a um subprojeto de pesquisa em telejornalismo da instituição e tem o intuito de recuperar a história do *Jornal da Band*, que é exibido pela *Rede Bandeirantes* desde 1967, e é tido como o telejornal mais antigo do país que ainda se mantém em exibição, e retratar as transformações no perfil do noticiário a partir da troca de apresentadores. Para o estudo, foram selecionados quatro apresentadores mais representativos e relevantes no cenário nacional e na trajetória do programa jornalístico desde o seu surgimento até a atualidade. Além do suporte bibliográfico, foram utilizados na investigação, periódicos, entrevistas e estudo exploratório nas diversas fases do telejornal. Com a pesquisa, pretende-se entender e evidenciar o papel fundamental do apresentador na construção do perfil do *Jornal da Band*, um dos destaques da história do telejornalismo brasileiro e ainda pouco estudado pelos pesquisadores.

Palavras-chave: História do telejornalismo; *Jornal da Band*; comunicação; apresentadores.

Introdução

O *Jornal da Band* é o telejornal mais antigo que ainda é exibido no país. Está no ar desde a fundação da *TV Bandeirantes*, de São Paulo em 1967, sendo até hoje o principal telejornal da emissora.

Neste artigo, pesquisamos importantes momentos na trajetória do telejornal que podem ser entendidos como parte da história do telejornalismo no Brasil. O perfil dos apresentadores e o direcionamento da linha editorial de cada um é o foco deste trabalho. Buscando uma recuperação histórica dos momentos importantes vividos pelo tele-

1 Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora do curso de Jornalismo e do Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. E-mail <floranevessouza@gmail.com>.

2 Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela UEL. Integrante do grupo de pesquisa em Telejornalismo e Linguagens, coordenado pela Prof^a Dr^a Florentina das Neves Souza. E-mail <vanessatolentino@outlook.com>.

jornal por meio da mudança de apresentadores, mais especificamente de quatro deles, têm-se as transformações no estilo do telejornal.

Os apresentadores são fundamentais na estrutura dos telejornais e exercem um papel no qual de acordo com Bara (2013) “são vistos como a cara e a voz do telejornal que apresentam – ou representam”. Para Fachine (2008), a força do apresentador diante do público influencia na credibilidade do telejornal, que está atrelada à confiança que os espectadores depositam nos apresentadores.

Para a pesquisa utilizou-se periódicos, bibliografia, entrevistas e estudo exploratório do telejornal nas diversas fases. O recorte do trabalho é o perfil de quatro apresentadores: Joelmir Beting, Marília Gabriela e Paulo Henrique Amorim, além de Ricardo Boechat, que é o atual âncora do *Jornal da Band*. O critério de escolha foi a representatividade e relevância de cada um deles no cenário nacional, visto que todos, antes de assumirem a apresentação do telejornal, estiveram na *Rede Globo*, a maior emissora do país.

Preende-se com o estudo evidenciar a mudança do perfil do telejornal em função da troca de apresentadores. Cada um com sua particularidade acrescentou o próprio estilo ao noticiário, com isso, podemos afirmar que todos contribuíram para as mudanças ocorridas no perfil do telejornal e no modo como era e ainda é construído. Para a pesquisa, utilizamos as referências com o intuito de descobrir o que se comenta sobre os apresentadores escolhidos. O artigo divide-se pelos apresentadores estudados, os quais são organizados por uma linha histórica. Desse modo, partimos do antigo ao atual.

História

A *Rede Bandeirantes* foi fundada no ano de 1967 em São Paulo por meio de concessão do então presidente Artur Costa e Silva. O fundador da Rede, João Jorge Saad³, assumiu a *Rádio Bandeirantes* em 1948, a qual pertencia ao sogro, Adhemar de Barros, na época, governador de São Paulo e um dos políticos mais influentes do país. Com a emissora de rádio, João Saad deu início ao que hoje é o *Grupo Bandeirantes*, englobando diversos veículos de comunicação, dentre eles, a *TV Bandeirantes*.

No mesmo ano da criação da emissora, entrou no ar o *Jornal da Band*. Com transmissão apenas em São Paulo, pelo menos até a metade da década de 80, o telejornal levou o nome de *Jornal Bandeirantes* até o ano de 1997, quando passou por uma reformulação, apostando na credibilidade do apresentador e alterando o nome para o atual *Jornal da Band*.

Desde o início, o noticiário e a rede passaram por diversas mudanças. Mas foi no ano 1981 que a *Bandeirantes* passou a seguir uma linha fundamentalmente focada na

3 João Saad era comerciante em São Paulo quando adquiriu concessões de rádio e televisão.

produção jornalística, isso porque Walter Clark⁴ assumiu a diretoria geral da *Rede* e determinou que o jornalismo passasse a ser o foco da emissora, que teria seis horas diárias de Jornalismo (BEUTTEN MULLER, 1981). Segundo José Neumanne Pinto (1981), a nova fórmula da *Bandeirantes* apoiava-se em uma linguagem mais informal, em uma edição mais relaxada e “na costura entre as matérias”, que mantinham ligação umas às outras, fazendo parte de um única corrente, além dos comentários ao final das notícias. O *Jornal da Bandeirantes* era o principal noticiário da emissora e foi o principal alvo das transformações propostas por Clark.

Investindo nessas mudanças, na modernização e em um telejornal “que não seja substantivo em excesso”, Walter Clark trouxe também uma figura até então inusitada para o telejornalismo brasileiro, o chamado âncora, nome derivado do termo norte-americano “*anchorman*”. Segundo Squirra (1993), nos Estados Unidos o âncora não é somente apresentador do noticiário, mas principalmente editor-chefe. O âncora é o “que orienta os temas a serem cobertos; [...] que elimina assuntos; que inclui novas abordagens e que redireciona o texto na hora da introdução dos assuntos no estúdio”.

2.1. Joelmir Beting

O *Jornal Bandeirantes* e Clark foram os responsáveis por aplicarem o trabalho de âncora pela primeira vez no Brasil, mais especificamente em São Paulo, quando Joelmir Beting⁵ conhecido por se dedicar ao jornalismo econômico e pelo seu trabalho na *Folha de São Paulo* e na *Tv Gazeta*, assumiu a bancada do telejornal. Boris Casoy é quem afirma: “A posição de âncora não é uma novidade no Brasil [...] durante o regime militar, na *Bandeirantes*, o Joelmir Beting fez esse tipo de trabalho” (CASOY, 1994: 41).

Segundo Joelmir Beting, a figura do âncora deriva de uma cultura americana que necessita de uma “grande estrela” e na qual o triunfo individual carrega extrema importância, diferentemente do que acontece no jornalismo brasileiro. Para o jornalista, no nosso país a valorização ao trabalho em equipe se sobrepõe ao indivíduo e a “luz própria” não seria respeitada pela empresa. Quando é o jornalista que fala e não a empresa, ele pode ficar fora do controle político e não comprometer o trabalho em equipe, mas no Brasil, “essa luz própria” não se ganha, ao contrário, deve ser arduamente conquistada. Ainda para Beting, “o âncora é então um americanismo num caldo de cultura de rejeição, não vai longe e não funciona”. (BETING In VIEIRA, 1991).

4 Em 1956 iniciou a carreira como assessor comercial na *TV Rio*, de onde saiu em 1965 para assumir a direção da *Rede Globo* até 1977. Voltou à televisão em 1981, quando se tornou o diretor geral da *Rede Bandeirantes* e permaneceu até o ano seguinte. Morreu em 1997 no Rio de Janeiro, aos 60 anos.

5 Joelmir Beting foi um importante jornalista econômico no país. Começou no rádio, passou pela *Folha de São Paulo* como editor de economia, apresentou um telejornal com o mesmo assunto na *TV Gazeta* e chegou à *Bandeirantes* em 1975, onde permaneceu até 1985. Retornou em 2004 com uma participação expressiva em programas jornalísticos da emissora. Morreu em março de 2012.

O diretor de Jornalismo da *Bandeirantes* tinha o objetivo de adotar a fórmula integral de Walter Cronkite⁶, reunindo em uma mesa todos os editores, fazendo com que cada um apresentasse seu noticiário enquanto o âncora ia costurando o telejornal como um todo. (NEUMMANNE, 1981)

No período (1975-1985) em que Beting ancorou o *Jornal Bandeirantes* ao lado de Ferreira Martins, havia a necessidade de se trabalhar com o improvisado. De acordo com suas próprias recordações, o telejornal era editado “na marra”:

Era uma ancoragem cirúrgica, porque às vezes eu tinha dois minutos de vazio no jornal e precisava preenchê-lo no papo [...] A exigência de criatividade era um absurdo, eu perdia adrenalina toda noite (por mais que o resultado pudesse ser bom). Não era experiência pela opção de um modelo e sim por uma deficiência operacional da empresa. Aquilo era um “tampão” ao vivo, com a nossa cara sob o risco de fazer ou dizer besteiras, como andou acontecendo. (Beting, In: VIEIRA, 1991: 122-3).

Ao assumir o telejornal em 1975, Beting levou do jornalismo impresso a linguagem fácil e clara e empregou o seu senso de humor ao fazer jornalístico. Foi reconhecido como o jornalista que possuía a capacidade de traduzir a linguagem econômica para o entendimento de todos. Para Beuttenmuller (1981), Beting tinha um estilo no qual utilizava de frases curtas e irônicas e aproveitava da informação do dia a dia para fazer seus comentários econômicos em uma linguagem simples, criando um novo tipo de jornalismo. Para o apresentador e comentarista, era preciso “criar um hábito do debate, do comentário político e econômico, com uma linguagem fácil, que todos entendam”. (BEUTTENMULLER, 1981)

No começo da década de 80, o telejornal era dividido em quatro blocos e tinha duração de 30 minutos, indo ao ar às 19h30. (NEUMMANNE, 1981). Beting ancorou o telejornal que contava o apresentador Ferreira Martins, que esteve na *TV Tupi* e na *Rede Globo* antes de apresentar o *Jornal da Band*. A bancada era separada e ao fundo o cenário fazia alusão a um mapa e continha o logotipo da *Rede Bandeirantes*.



Imagem 1 – Joelmir Beting e Ferreira Martins na apresentação do *Jornal da Bandeirantes*

6 Walter Cronkite foi o “mais importante âncora da CBS (rede norte-americana de televisão e rádio) e da história do telejornalismo norte-americano, foi o primeiro jornalista que – além de ter a incumbência de apresentar de forma crível e segura [...] também recebeu o título de editor chefe” (Squirra, 1993 p. 67)

Com a presença de Joelmir Beting o jornal contava com assuntos de relevância para a população, mas que não eram de fácil entendimento. O apresentador, ao utilizar uma linguagem mais simples que tentava traduzir assuntos de difícil compreensão, como política e economia, se aproximou da audiência fazendo com que tais assuntos fossem entendidos por grande parte dos telespectadores.

2.2. Marília Gabriela

Em 1985 a *Rede Bandeirantes* contratou Marília Gabriela, que antes estava na *Rede Globo*, onde começou como estagiária e desenvolveu diversos trabalhos, como repórter do *Jornal Nacional* e correspondente na Europa para o *Fantástico*, já no *Jornal da Band* continuou com a função de âncora. Segundo Marília, ela não se limitava a apresentar o telejornal, mas sim participava de quase todo o processo de construção da notícia, colhendo informações, checando-as, editando e entrevistando (MARÍLIA In VIEIRA, 1991: 78).

Com Marília Gabriela, o telejornal ganhou mais opinião, contudo, segundo Rezen-de (2000), a apresentadora não escondia o “constrangimento de ordem ética” que a emissão de opinião lhe causava. Para ela era muito delicado emitir opinião: “você não pode perder de vista o pluralismo que um jornal diário de televisão deve ter”. Marília afirmava que, em muitos casos, emitir opinião era inevitável, mas ainda assim considerava não opinar quando o assunto era muito controverso (MARÍLIA In VIEIRA, 1991, p. 78).



Imagem 2 – Marília Gabriela à frente do *Jornal Bandeirantes* em 1989

Além da emissão clara de opinião, de acordo com Arruda (1988), com Marília Gabriela o *Jornal Bandeirantes* ganhou uma roupagem mais informal, que se distanciou do padrão impessoal e americano de telejornalismo e foi durante a ancoragem exercida por Marília Gabriela que a *Rede Bandeirantes* apostou e consolidou o jornalismo com

10 horas diárias de jornalismo. Na época, Fernando Mitre⁷ assumiu a superintendência⁸ de jornalismo e tinha o intuito de radicalizar o jornalismo ao vivo, “com as notícias sendo passadas imediatamente para o telespectador, em qualquer momento da programação” e dar um tratamento visual mais apurado com relação às imagens mostradas no telejornal. (SANTOS, 1989).

Para Mitre “o âncora era fundamental no telejornalismo, porque ele dá mais personalidade à notícia”. Com isso, a apresentadora passou a ter uma ancoragem mais abrangente, se integrando mais ao processo jornalístico e tornando sua participação no telejornal cada vez mais pessoal. Enquanto apresentava o *Jornal Bandeirantes*, Marília Gabriela também comandava um programa de entrevistas na emissora, o “Cara a cara”. Conhecida por suas entrevistas, Marília levou essa habilidade para o *Jornal Bandeirantes*, que ganhou um espaço dedicado a entrevistas, feitas por ela.

Em março de 1992, de acordo Stycer (1992), Marília Gabriela assume o cargo de editora-chefe do telejornal, nessa mudança a jornalista queria transformar totalmente a cara e a forma do *Jornal Bandeirantes*. Em fala publicada ela diz que desejava “o jornal como uma alternativa a tudo que há por aí, que tenha inteligência, humor e profundidade”. A jornalista criticava os jornais da época dizendo que esses eram superficiais, demasiadamente ilustrados e pouco reflexivos. Indo na contra mão disso, gostaria de “fazer as pessoas refletirem mais sobre determinadas questões”. (STYCER, 1992).

A jornalista como editora-chefe, pretendia diminuir o número de matérias e selecionar mais assuntos para aprofundá-los, dedicando 10 minutos do telejornal para discutir um único assunto, discussão essa que contaria com a presença de especialistas e autoridades.

Enquanto Marília Gabriela permaneceu no *Jornal Bandeirantes* este passou por diversas mudanças que foram construindo um perfil único ao jornal. A apresentadora consolidou a função de âncora no diário emitindo mais opinião e conquistando espaço no telejornal e na emissora. Além disso, a figura conhecida pelas entrevistas mudou a cara do telejornal ao incluir a participação de mais comentaristas na bancada, que segundo a própria Marília, algumas vezes se utilizavam de uma linguagem sofisticada aos olhos do público, mas ela, ao objetivar as perguntas, tornou as notícias mais atrativas para todos. (MARÍLIA In VIEIRA, 1991, p. 79).

7 Antes ser convidado a atuar no telejornalismo, Fernando Mitre auxiliou na criação do *Jornal da Tarde* em São Paulo. Atualmente é diretor nacional de Jornalismo da *Bandeirantes*, comentarista político do *Jornal da Band* e entrevistador do Canal Livre, da *Tv Bandeirantes*, além de apresentador da coluna A Notícia, da *BandNews*.

8 O departamento de Jornalismo se transformou em superintendência de Jornalismo, isto significava que o jornalismo da *Rede Bandeirantes* não era mais dependente da estrutura da emissora para funcionar.

2.3. Paulo Henrique Amorim

No final da década de 90, Rubens Furtado⁹ confiava que o público valorizava a credibilidade dos apresentadores de telejornais e apostava no jornalismo. Segundo Furtado, a emissora “[...] sempre fez, mais ou menos, quatro horas de jornalismo por dia e nunca fugiu muito disto [...]. Nós acreditamos no jornalismo”. Seguindo essa convicção e com o foco na audiência, a *Rede Bandeirantes* contratou Paulo Henrique Amorim, que antes disso trabalhava como correspondente da *Rede Globo* nos Estados Unidos. Em dezembro de 1996, Amorim assumiu o *Jornal da Band* e acumulou as funções de editor, repórter e apresentador do diário. Segundo Amorim, o telejornal deveria ser “um jornal do Brasil inteiro, com sotaque do Brasil inteiro. [...] Queremos contribuir para a pluralidade de opiniões, para a diversidade. O jornal vai ser do contra e do pró e eu pretendo ser um mediador que não dá palpite” (Imprensa, jan. 1997, p. 15).



Imagem 3 – Paulo Henrique Amorim Apresenta o *Jornal da Band* em 1998



Imagem 4 – Paulo Henrique Amorim no *Jornal da Band*

9 Tornou-se superintendente da *Bandeirantes* em 1989.

Paulo Henrique Amorim apresentava o *Jornal da Band* sozinho e contava com o recurso de um telão, no qual fazia contato com correspondentes e repórteres do programa jornalístico.

De acordo com Souza (1997), o jornalista tinha um salário no qual 10% eram acrescidos a cada ponto de audiência adquirido pelo *Jornal Bandeirantes*. Amorim chegou a *Bandeirantes* e expôs que um dos seus objetivos era enfrentar o líder de audiência, o *Jornal Nacional*, da *Rede Globo*, abrindo brecha para a discussão de que o jornalista tinha o *ibope* como o seu foco.

Segundo Tão Gomes Pinto (1999), Paulo Henrique Amorim produziu um noticiário com “alta densidade” em discussões econômicas e políticas, para ele, um dos erros cometidos por Amorim, já que boa parte da população não se preocupa com tais assuntos. Outro erro foi o de Amorim querer enfrentar o *Jornal Nacional* na sua “própria faixa de horário”.

Paulo Henrique Amorim dizia que o *Jornal da Band* mostrava a realidade, ao contrário do *Jornal Nacional*, que possuía entretenimento demasiado. Segundo ele “Se você sair na rua, você vê o que está no *Jornal da Band* e não no *Jornal Nacional*, que se transformou numa mistura de Epcot Center com circo Orlando Orfei” (Amorin In: KLINKE, 1998)

Durante pouco mais de dois anos que Paulo Henrique Amorim permaneceu na *Band* gerou polêmicas. A personalidade irreverente do jornalista e a luta pela audiência fizeram o *Jornal da Band* ser comentado por outros veículos da imprensa. Em reportagem publicada na Revista *Isto é* o título era “Ele irrita a Globo”, isto porque Amorim conquistou a audiência em um episódio das eleições de 1998, no qual, segundo Angela Klinke (1998) “numa cobertura abrangente do segundo turno das eleições ele incrementou o debate. Colocou no ar políticos de vários partidos, divulgou resultados das urnas que chegavam pela internet, confrontou ideias [...]”.

Paulo Henrique Amorin permaneceu na *Bandeirantes* por três anos e saiu em 1999 depois de não concordar com o possível corte de gastos da emissora. Para Gomes (1999), a saída do jornalista do *Jornal da Band* encerrava “assim mais uma vez (talvez a última) experiência de uma grande rede de combater a hegemonia da Globo no setor de telejornalismo em horário nobre”.

O jornalista entrou na *Bandeirantes* em uma fase de transformação do *Jornal Bandeirantes*, que nessa época passou a se chamar *Jornal da Band*, como é conhecido atualmente. Amorim focou sua ancoragem em assuntos de política e economia, elitizando o noticiário. Ao mesmo tempo, lutou pela audiência com uma linguagem do espectador, que segundo Amorim aprendeu enquanto vivia nos Estados Unidos como correspondente, ouvindo o conselho de Hedyll Valle Jr, que dizia “Fale com o povão”. (SOUZA, 1997).

2.4. Ricardo Boechat

Ricardo Boechat foi para *Rede Bandeirantes* para assumir o cargo de diretor de Jornalismo no Rio de Janeiro, mas no ano de 2006 mudou-se para São Paulo quando foi convidado a ancorar o *Jornal da Band* a fim de substituir Carlos Nascimento. Segundo Castro (2006) “a *Band* teve que improvisar com Ricardo Boechat”, no entanto, Boechat permanece à frente do noticiário até a atualidade.

Boechat também desempenha a função de âncora na rádio *BandNews FM*, mas, para o jornalista, o papel dele no rádio é “bem diferente da televisão, lá eu falo, critico [...], compro brigas e de fato ancoro”. Na televisão, o fator tempo é “muito limitante” para interagir e interferir. Segundo Boechat (2011), os jornalistas televisivos são muito mais apresentadores que âncoras, para ele, o formato dinâmico da ancoragem “não está na natureza do telejornalismo do Brasil”.

Apesar disso, Boechat exerce a função de âncora do telejornal, emite opinião e comenta diversas notícias no programa. Conhecido pelo seu jeito irreverente e bem-humorado procura imprimir essas características à apresentação. Em um episódio no qual demonstrou tal irreverência, Boechat fez piada e abriu um guarda-chuva no final do telejornal ao noticiar sobre um satélite que voltaria à terra sem local exato para cair.



Imagem 5 – Boechat faz piada ao ler notícia. Na bancada, Ticiano Villas Boas e Joelmir Beting

O apresentador diz considerar os telejornais brasileiros “caretas” e acredita ser necessário que os apresentadores sejam menos “durões e engessados”. Neste caminho, Boechat tenta no *Jornal da Band* transmitir um estilo mais dinâmico e natural na apresentação e diz esperar que no futuro os telejornais brasileiros se desfaçam da apresentação rígida e artificial. (BOECHAT, 2011).

Considerações finais

O *Jornal da Band* como o telejornal mais antigo ainda em exibição e um dos mais reconhecidos do país, passou por muitas mudanças ao longo de sua trajetória. Muitas dessas transformações foram motivadas pelos apresentadores da época, visto que podemos entender o apresentador como a imagem de alguém que representa o telejornal, desse modo, suas características são projetadas no noticiário. Isso é evidente quando o jornalista ocupa a posição de âncora, apresentador que não apenas lê as notícias diante de uma câmera, mas participa de boa parte do processo de produção jornalística e é considerada a pessoa mais informada em relação ao telejornal.

Por meio da pesquisa nas referências foi possível perceber as impressões deixadas pelos apresentadores em cada época do telejornal estudado. Em comum, todos saíram da *Rede Globo*, adentraram na *Rede Bandeirantes*, assumiram o papel de âncora do *Jornal da Band* e emprestaram suas características ao estilo e perfil do telejornal em questão que transformou-se a partir da especialidade de cada um.

Isso nos leva a acreditar que o apresentador tem papel fundamental na construção do perfil de um telejornal. Sua imagem, suas características e particularidades estarão sempre vinculadas ao noticiário, que algumas vezes acaba por se adaptar ao estilo do jornalista, construindo uma nova “cara” a cada mudança de apresentador.

Referências

ARRUDA, Carlos. Bandeirantes saem pra rua. **O estado de S. Paulo**, São Paulo, 28 jan. 1988. Caderno 2, p. 3.

BARA, Gilze. **Apresentadores de telejornais e os vínculos tecidos com o público**: os olhares da recepção antes e após a troca de apresentadora no *Jornal Nacional*. Trabalho apresentado no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Juiz de Fora, 2013.

BEUTTENMULLER, Alberto. A *Bandeirantes* é notícia. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 16 ago. 1981. Caderno B, p. 8.

BOECHAT, Ricardo. Agora é Tarde. São Paulo, *Rede Bandeirantes*, 28 set. 2011. Entrevista a Danilo Gentili.

CASOY, Boris. O carisma do âncora. In: Rezende, Sidney e Kaplan, Sheila (orgs.). **Jornalismo eletrônico ao vivo**. Petrópolis, Vozes. P. 33-41.

CASTRO, Daniel. À *Band*, âncora diz que pode fazer o ‘SBT Brasil’. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 14 fev 2006. Ilustrada, p. E6.

FECHINE, Yvana. **A nova retórica dos telejornais**: uma discussão sobre o éthos dos apresentadores. Trabalho apresentado ao GT Estudos de Jornalismo do XVII Encontro da Compós. São Paulo, 2008.

- GOMES, T. Pinto. **Paulo Henrique e as dificuldades do jornalismo nas redes**. In: *Imprensa.*: Ano XII, n. 137: p. 44-5. São Paulo, fevereiro de 1999.
- KLINKE, Angela. Ele irrita a Globo. **Isto é**, São Paulo, 4 nov. 1998. p. 38.
- MEMÓRIA GLOBO. **Walter Clark**. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/walter-clark/trajetoria.htm>>. Acesso em 30 jan. 2014.
- NEUMANNE, J. Pinto. Telejornalismo da Bandeirantes. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 19 abr. 1981. Caderno B, p. 8.
- Outras redes também mexem nos programas. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 23 jun. 1990.
- PORTAL DOS JORNALISTAS. **Fernando Mitre**. Disponível em <<http://www.portaldosjornalistas.com.br/perfil.aspx?id=2460>>. Acesso em 30 jan. 2014.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **60 anos de jornalismo na Tv brasileira: percalços e conquistas** In Iluska Coutinho, Flávio Porcello e Alfredo Vizeu (orgs.). **60 anos de Telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Editora Insular, 2010.
- REZENDE, Guilherme Jorge. **Telejornalismo no Brasil, um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- SANTANA, José Carlos. Estilo de Amorim interfere na notícia. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 23 mar. 1997.
- SANTOS, Wilson R. Aperfeiçoar e consolidar. Objetivo de Mitre. **O Estado de S. Paulo**, 19 fev. 1989. Caderno 2,
- SOUZA, Ana C. A notícia quer virar notícia. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 15 fev. 1997.
- SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1993.
- STYCER, Daniel. Marília Gabriela produz novo telejornal diário. **O Globo**, Rio de Janeiro, 16 mar. 1992.
- VIEIRA, Geraldinho. **Complexo de Clarck Kent: são os super-homens os jornalistas?** São Paulo: Summus, 1991.

Experimentações com *Phytotypes*: resultados parciais¹

Andréa Brächer²

Resumo: Este artigo apresenta os resultados parciais da pesquisa “Experimentações com *Phytotypes*: cruzamentos entre fotografia e bioquímica”, que se encontra em seu terceiro ano, na FABICO/UFRGS. Os *Phytotypes* são emulsões fotográficas que tem também como elementos sensíveis à luz pigmentos vegetais oriundos de flores, frutas e legumes. Este processo fotográfico histórico foi apresentado cientificamente pela primeira vez em 1842 por Sir John Herschel, e em 1845, por Mary Somerville. Procura-se através de seu estudo alargar os horizontes do fazer fotográfico através do conceito de Fotografia Expandida de Rubens Fernandes Júnior. Problematiza-se o uso de pigmentos naturais e a longevidade das imagens e também sobre as consequências práticas e teóricas ao lidarmos com permanência e impermanência neste processo. A pesquisa, parte histórica, parte experimental já começa a apresentar resultados, descritos neste texto, como artigos, séries fotográficas e exposições.

Palavras-chave: Processos Fotográficos Históricos; Fotografia; *Phytotypes*; Emulsões Fotossensíveis Vegetais.

1. Introdução

O presente trabalho apresenta os resultados parciais da pesquisa “Experimentações com *Phytotypes*: cruzamentos entre fotografia e bioquímica”, iniciada em 2011 no âmbito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e cuja previsão temporal é de três anos e meio de pesquisa. Estamos no terceiro ano da mesma e já é possível divulgar alguns dos procedimentos metodológicos empregados e os resultados parciais obtidos até o momento.

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestre em História, Teoria e Crítica pelo PPGAVi/UFRGS (2000). Doutora em Poéticas Visuais pelo PPGAVi/UFRGS (2009). Docente do departamento de Comunicação Social da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Pesquisa processos fotográficos históricos e suas relações e aplicações nas práticas fotográficas históricas e contemporâneas. Faz parte do Grupo de Pesquisa História da Comunicação (FABICO/UFRGS). Endereço eletrônico: <andrea.bracher@terra.com.br>.

Esta pesquisa, da área teórico-prática da fotografia, pretende dar continuidade a duas investigações que desenvolvi a partir de 2003³ sobre processos fotográficos históricos. Ela está de acordo com as linhas de pesquisa “Linguagem e Culturas da Imagem” (do PPGCom/UFRGS) e “História da Comunicação” – este último, grupo de pesquisa da UFRGS, que estabeleceu-se em 2012.

A pesquisa está centrada no processo dos *Phytotypes*, que são fotografias feitas com a emulsão fotossensível de sucos de vegetais e descrita pela primeira vez em 1842, por Sir John Herschel, no artigo *On the Action of the Rays of the Solar Spectrum on Vegetable Colours, and on some new Photographic Processes*⁴.

Além de Sir John Herschel pesquisá-lo inicialmente na Inglaterra, também Mary Somerville o fez, na primeira metade da década de 1840, na Itália. Sua pesquisa foi apresentada sob o título *On the Action of the Rays of the Spectrum on Vegetable Juices*⁵. Baseada nestes dois artigos iniciou-se a pesquisa atual.

Como material bibliográfico primário também estão sendo consultados os manuscritos *Experiments on Various Subjects, Viz: Optical, Chemical, Nonsensical and Queer Things Miscellaneously Arranged for the Benefit of Posterity*. Vol. 3. p. 200-566⁶ e *Photographic Memoranda (1839-1859)*⁷, de Sir John Herschel; e *Experiments on Light*, Rome, 1845, de Mary Somerville. Nestes manuscritos há a descrição, experimento a experimento, dos materiais fotossensíveis utilizados por ambos para a obtenção dos exemplares fotográficos a partir de emulsões com o suco de vegetais.

Também foram realizadas duas visitas a museus que abrigam os *Phytotypes* remanescentes de Herschel. A primeira visita técnica foi realizada em 2008, antes de esta pesquisa iniciar-se, ao *Museum of the History of Science*, Oxford (GB). Encontram-se nesta instituição pelo menos 10 exemplares. Dentre eles alguns já bastante apagados e outros em perfeito estado de conservação.

A segunda visita em janeiro de 2013 foi empreendida ao *Harry Hansom Center*, Universidade do Texas, Austin (EUA), que abriga os 43 exemplares fotográficos (*Phytotypes*, *Cyanotypes*, *Chrysotypes*, *Thermocyanotype*, *Kelaenotypes* e *Argentotypes*), exibidos à *Royal Society* em 1842. Pelo menos 15 são *Phytotypes*. Assim como os de Oxford,

3 Entre os anos de 2003-2004 desenvolvi o projeto Fotografia Experimental e Aplicada: Estudos na Captura e Processamento Analógico e Digital, e resultou em um trabalho fotográfico denominado Ilex Matetype – cuja emulsão fotográfica era baseada em álcool e erva-mate. Detalhes podem ser lidos no texto “Anthotypes e o limite da visibilidade: segredos, coleção e sombras”. A outra pesquisa, de 2005-2009, resultou na tese de doutorado “Assombr(e)amentos: poéticas do imaginário infantil através de processos fotográficos históricos” (PPGAVi/UFRGS).

4 26 de junho de 1842, Royal Society, Londres, Grã-Bretanha. In: *Philosophical Transactions of the Royal Society of London*, p. 181- 215. Disponível em: <<http://www.royalsociety.org/>>. Acesso em: 1 jul. 2008.

5 *Philosophical Transactions of the Royal Society of London*, vol. 136, 1846. Transcrito em RECORD, James A. *Collected Works of Mary Somerville*. Vol 1: Scientific Papers and Reviews. Bristol: Thoemmes Continuum, 2004. p. 111-120.

6 *The Science Museum, Swindon*, Grã-Bretanha.

7 *Harry Hansom Center*, Universidade do Texas, Austin, Texas, EUA

alguns estão muito bem conservados, e outros em processo de desaparecimento. Tal evidência possibilita levantar alguns questionamentos: mesmo sob as mesmas circunstâncias museológicas há alguns exemplares que são mais duradouros à passagem do tempo que outros. Seus emulsionamentos não tendem a desaparecer com a passagem do tempo. Seria devido aos componentes químicos de tais emulsões? Que outros componentes entrariam em seu desaparecimento?

2. Tradução e Sistematização dos Experimentos de Herschel e Somerville

O primeiro grande objetivo do projeto⁸ foi traduzir os *papers* de Herschel e Somerville, etapa já quase concluída (iniciada em 2011). Os dados dos *papers* já foram sistematizados. A partir destes dados, foram realizados novamente alguns dos experimentos de ambos os pesquisadores (2012 e 2013). Na terceira etapa da pesquisa, que se encontra em andamento, é a realização dos emulsionamentos vegetais utilizando-se exemplares da vegetação brasileira (2013 e 2014).

A tradução está organizada através de quadros. Neles figuram os materiais utilizados por cada um dos pesquisadores, divididos nas categorias: materiais vegetais, materiais químicos, tempo de exposição, resultados, localização textual (número da página no texto). Através desta visualização podemos derrubar por terra o mito de que tais processos são “ecologicamente” corretos. Em sua origem, nos experimentos originais, foram empregadas substâncias químicas de variadas toxicidades. São descritos por John Herschel (1842) o emprego de: ácido sulfúrico e ácido muriático. Por Mary Somerville (1846)⁹: nitrato de prata, ácido sulfúrico, bórax e ácido nítrico, apenas citando alguns.

Em seu manuscrito *Photographic Memoranda* (1839-1859)¹⁰, Herschel descreve muitos produtos vegetais nos experimentos que não foram relatados no artigo de 1842, como: cereja vermelha, repolho vermelho, pele do rabanete e folhas de aipo, por exemplo. Em seu manuscrito de 1845, Mary Somerville¹¹ descreve também o emprego do suco da pele de laranja, café, nozes, ruibarbo e suco de limão, entre outros.

Também foram construídas tabelas correspondentes aos nomes científicos ou comuns das plantas empregadas por ambos os pesquisadores. Percebe-se o emprego de exemplares de jardim: íris, mal-me-quer, dalias, rosas, tulipas, goivo amarelo, cravos, papoulas, violetas, amor-perfeito e o açafraão, entre outros (Herschel). E romanzeira, jasmim azul, zínia, verbena, hortelã, cardo amarelo, gerânios, beterraba, dalias, entre outros (Somerville).

8 Sobre o projeto, quando iniciava-se, escreveu -se e apresentou-se o artigo “Experimentações com Phytotypes”, no 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas – ANPAP, 2011. Também foi publicado o artigo “Fotografia no campo expandido: emulsões vegetais” nos anais do 4º Encontro Gaúcho de História da Mídia, São Borja, RS, 2012.

9 RECORD, 2004, p. 111-120.

10 *Harry Hansom Center*, Universidade do Texas, Austin, Texas, EUA.

11 SOMERVILLE, 1845-1851, s/n.

3. Emulsionamentos, suportes e permanência

Procura-se, através do processo fotográfico *Phytotype*, mesclar processos analógicos e digitais, problematizando o uso das tecnologias primitivas e contemporâneas.

Também se busca uma solução para o desaparecimento das imagens obtidas através deste processo e sua permanência efetiva.

Em muitos processos fotográficos históricos as imagens são copiadas por contato, como nos *phytotypes*. No século XIX, John Herschel, em seus experimentos, empregava o papel como suporte para seus “positivos”. Ao contrário de outros processos inventados por ele, as emulsões vegetais tendem a desaparecer em contato com a luz, apagam-se. Portanto, usavam-se positivos para obterem-se imagens positivas. Encontram-se exemplares “positivos” de Herschel no *Museum of the History of Science*, em Oxford (GB). Trata-se de uma paisagem e de um retrato feminino.

O manuscrito de Mary Somerville não continha imagens fotográficas. Em 2008, quando examinado, foi possível identificar 5 tiras de papel: sendo duas levemente coloridas de azul, com as inscrições “2+ Carb. Potash”, “2 + Sa. Amoniacal”, “2 + Exp. 5”, “2 + Nitrato Potash”, “2 + R.S.”. Não foi possível, até o momento, encontrar a relação das tiras com o manuscrito. Não conhece-se imagens fotográficas de Somerville, como as de Herschel, seja por contato, ou por uso de câmera fotográfica.

Tal estratégia de usar o papel como negativo ou positivo, assim como Herschel o fez, vem sendo adotada nesta pesquisa. Constatou-se, em experiências prévias, que certos sucos vegetais geravam imagens positivas a partir de negativos, estes últimos foram adotados em todas as experiências da segunda etapa.

Durante o primeiro ano da pesquisa foram empregadas imagens de minha pesquisa anterior relativa ao imaginário infantil e imagens de cristais de gelo apropriadas do trabalho do pesquisador Kenneth Libbrecht (com sua autorização). Nestas, algumas são negativadas em acetato transparente (maior transparência e detalhamento), outras em papel vegetal (leve interposição da textura do papel na cópia final).

Na segunda etapa, quando refazíamos os experimentos de Herschel e Somerville, como negativos foram utilizadas imagens – retratos – dos dois pesquisadores. As imagens foram apropriadas da internet.

Na terceira etapa, em andamento, ora apropria-se de uma imagem da internet e/ou desenha-se estes vegetais¹². Depois os mesmos são impressos em negativos e/ou positivos.

Ao invés de negativos capturados na câmera, Herschel preferia gravuras já impressas em livros da época – por conseguinte, também se apropriava de material alheio advindo de sua própria cultura. Mike Ware no livro *Cyanotype* reproduz a lista de gravuras

12 Conta-se com a colaboração da bolsista Luisa Kuhn desde agosto de 2013 (PIBIC CNPq-UFRGS).

empregadas por Herschel em seus negativos/positivos, as quais chama de *diaphanes*¹³. Este termo tem origem grega, significando *through-showing* ou mostrar através. Segundo Ware, as gravuras pertencem as edições de 1830, 1831, 1836, 1837, 1838, 1839 e 1840 de *Friendship's Offering*, um dos muitos livros vitorianos conhecidos como *gift-book* ilustrado, contendo versos, estórias e ensaios¹⁴.

O uso repetitivo de uma imagem possibilitava a comparação da mesma em diferentes emulsionamentos químicos. Tal afirmação é baseada na observação e comparação das imagens fotográficas de Austin e Oxford. Um exemplo é a paisagem do navio no mar, "Square rigged ship"¹⁵, em Austin sob o número 16 (cianótipo e phytotype de *Corchorus Jap.* + F3/2Cpot.) e os phytotypes nos. 19321 e 95939 (*Potato Leaf*) de Oxford.

Após Herschel recortava as gravuras, algumas eram feitas transparentes através da utilização de óleo (*oiling*), cera (*waxing*) ou verniz (*varnishing*). Ainda havia o cuidado que não houvessem nada impresso no verso. Os papéis finos eram os melhores, por deixar a luz passar com mais facilidade. Também entravam questões tais como a textura do papel e as marcas d'água. Para fazer cópias mais fortes também empregava a utilização de dois negativos sobrepostos¹⁶. A esse processo de passar a gravura/positivo para outro papel através de um processo fotográfico, chamava de *re-transfers*¹⁷.

O tamanho dos trabalhos de Herschel que encontram-se em Oxford, por exemplo, são em sua maioria de 8 x 9,5cm, 8 x 11,3cm, 7,5 x 10cm. Os papéis emulsionados da pesquisa também são pequenos, em torno de 10 x 15cm ou 12 x 15cm.

Em nossa pesquisa, logo após o emulsionamento dos *phytotypes* e secagem, os papéis são escaneados antes de sua exposição à luz. E novamente escaneados depois de sua exposição à luz. Assim é possível fazermos quadros comparativos entre as cores anteriores e posteriores à exposição solar. Também são emulsionados mais de um papel por experimento, a fim de fazermos dupla testagem. Entregam-se a duas pessoas diferentes, que os expõem em dias, horários e por tempos de exposições distintos.

Os experimentos replicados de Herschel ou Somerville tentam serem idênticos o mais possível. Inclusive, se disponível, usam-se produtos químicos idênticos ou com função similar.

Os emulsionamentos foram feitos, até o momento, em papel Canson desenho e aquarela, de fabricação nacional e estrangeira e Water Colour Paper da Winsor & Newton. Pode-se dizer que é um grupo menor de papéis se comparados ao grande número de escolhas, detalhadas por Herschel em *Photographic Memoranda (1839-1859)*¹⁸, ao qual só tive acesso e cópia após iniciar os experimentos do segundo ano.

13 WARE, 1999, p. 73.

14 Idem, p. 75.

15 Os nomes das gravuras foram identificadas por Mike Ware durante a sua Mellon Research Fellowship, 1999.

16 SCHAAF, 1992, p. 96.

17 Idem, p. 59.

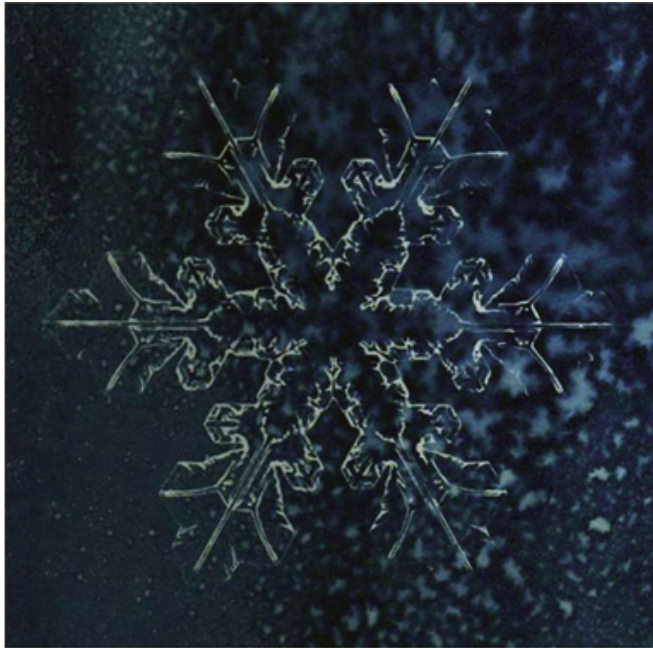
18 Harry Hansom Center, Universidade do Texas, Austin, Texas, EUA.

4. Resultados parciais

A fim de contribuir para a reflexão sobre o uso na contemporaneidade dos processos fotográficos históricos foram escritos os seguintes textos: sobre a fotógrafa americana Sally Mann¹⁹, sobre o artista brasileiro Kenji Ota²⁰, sobre o fotógrafo guatemalteco Luis Gonzales Palma²¹ e sobre a artista brasileira Cris Bierrenbach (que usa daguerreótipos em sua produção fotográfica). Acerca de uma fotografia emblemática na historiografia do meio no século XIX escreveu-se sobre Julia Margaret Cameron²².

Com as imagens fotográficas obtidas ao longo dos anos da pesquisa pensa-se em refletir sobre o uso de suportes/emulsionamentos fotográficos históricos e sua estética na contemporaneidade. Para escrever sobre este ponto, já foram realizadas duas séries fotográficas por mim, correspondentes a primeira e segunda etapas da pesquisa. São elas:

1. “**Snow Queen**”, imagens digitalizadas de cianótipos sobre papel para aquarela, tamanho original 25.4 x 17.8cm, após escaneamento 10 x 10cm ou 15 x 15cm, 2011-2012. Imagem abaixo.



-
- 19 “Sally Mann e a prole que guardamos na memória.” Apresentado no GI 2 Historia de La Comunicacion, ALAIC, 2012. A fotografia trabalha com o processo do colódio.
- 20 “Kenji Ota: um olhar sobre a materialidade em processos fotográficos.” Apresentado no III Congresso Internacional Criadores sobre outras Obras, Lisboa, 2012. O fotógrafo trabalha com diversos processos fotográficos históricos em suas fotografias.
- 21 “Luis Gonzales Palma: fotografia e mestiçagem”. Apresentado no IV Congresso Internacional Criadores sobre outras Obras, Lisboa, 2013. O fotógrafo trabalha com processamentos em preto e branco, viragens e betume da judeia, nas fotografias analisadas.
- 22 “Julia Margaret Cameron e a fotografia de Madonas”. Apresentado no 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas – ANPAP, Rio de Janeiro, 2012. Analisou-se uma série de fotografias de Madonas executadas na técnica do colódio.

Em “Snow Queen” ou “Rainha da Neve” as imagens de microfotografia dos cristais de gelo são apropriadas da internet. Foram cedidas pelo pesquisador Dr. Kenneth Libbrecht de sua pesquisa “The Physics of Crystal Growth and Pattern Formation in Ice” (California Institute of Technology, departamento “Physics”, EUA). Os trabalhos foram abordados através do artigo “Experimentações com Phytotypes: analisando a série fotográfica ‘A Rainha da Neve’.

2. “**Abdução**”, imagens digitalizadas de *phytotypes* (beterraba sobre papel artesanal), tamanho original 15 x 12 cm, 2011. Imagem abaixo.



Dentro do campo teórico da fotografia, adoto o conceito de Fotografia Expandida, conforme Rubens Fernandes Junior²³ articula em sua tese: a partir das estratégias propostas por Andreas Müller-Pohle²⁴ e os diversos procedimentos que as ampliam. A fotografia é processual, experimental e construída.

Dentro dos conceitos de *fotografia expandida* (ou fotografia experimental, construída, contaminada, manipulada, criativa, híbrida, precária, entre tantas outras deno-

23 FERNANDES JUNIOR, 2002.

24 Encontram-se no artigo do autor sob o nome de *Information Strategies*, originalmente publicado como “Photography: Today/Tomorrow”.

minações) devemos considerar todos os tipos de intervenções que oferecem à imagem final um caráter perturbador, a qual aponta para uma reorientação dos paradigmas estéticos, que ousam ampliar os limites da fotografia enquanto linguagem, sem se deter na sua especificidade²⁵.

Um dos níveis de intervenção ou estratégias, segundo Müller-Pohle, é entre o “artista e o objeto”. É a forma como o artista escolhe interferir no mundo visível; são os procedimentos para a construção de uma imagem que rompa com a tradição visual fotográfica e, ao mesmo tempo, amplie a órbita conceitual dessa linguagem fotográfica. Dentre esses procedimentos está a produção de imagens por apropriação de outras imagens.

A segunda série fotográfica, “Abdução” também foi realizada a partir de imagens apropriadas da internet de um *site* de busca de crianças desaparecidas. As fotos ali postadas são imagens dos álbuns familiares. Algumas, devido ao tempo decorrido, são montagens digitais em programas especiais de computador, para “atualizar” a aparência das crianças, depois de anos de buscas sem sucesso.

Outras séries fotográficas decorrentes da pesquisa foram realizadas durante a disciplina de Laboratório de Fotografia 2, por mim ministrada em 2011/2, na FABICO/UFRGS. O resultado final da disciplina foi apresentado na exposição “Alquimia”, que teve lugar na Galeria Clébio Sória da Câmara Municipal de Porto Alegre, de 9 de julho a 03 de agosto de 2012. As técnicas experienciadas pelos 11 alunos foram de Marrom *Vandycke*, *Phytotypes* e Cianotipia. Ao final do semestre os alunos escolhiam uma técnica a fim de realizar um projeto pessoal.

Em “O *Herói* pintado com cianótipo” (cianótipo, 2011) Leonardo Ferreira emprega em suas imagens fotográficas imagens *still* (*screenshots*) de cenas do filme *Ying xiong* (*Herói*, 2002), do diretor Zhang Yimou. O aluno ao usar o conceito de fotografia expandida, procurou a passagem de um suporte a outro; nesse caso, de um suporte tecnológico atual de imagem em movimento, o vídeo, para a rudimentar fotografia em papel emulsionado com cianótipo. O formato das imagens é diferente dos tradicionais formatos de fotografia; a proporção utilizada é a mesma do filme, de 2.35:1, diferente até da proporção a que estamos acostumados, de 16:9 e algumas variações. Portanto, também “atualiza” o tamanho das imagens fotográficas, ditadas pelos formatos da indústria fotográfica²⁶.

Já Nathália dos Santos Silva em “Mãos” (cianotipia, marrom *vandycke* e suco vegetal de beterraba, 2011) propôs a não utilização do aparato fotográfico. As imagens foram captadas a partir de um escaner doméstico: o repouso das mãos e cabelos da aluna, sob a superfície, é registrado pela varredura de um feixe de luz. Diversos elementos são apropriados pela cena: as poeiras ou impressões digitais, que estiveram sujando o vidro

25 FERNANDES JUNIOR, 2006, p. 16-17.

26 Informações contidas no texto escrito pelo aluno em seu projeto final.

do aparelho, são achatadas junto à imagem; a captação não se dá de uma única vez, e sim em uma variação descontínua, promovida pela captação em “faixas” durante os 33 segundos de varredura. Outra característica está relacionada à profundidade de campo, responsável pela atmosfera “misteriosa” das imagens: o escaner focaliza apenas o que está em primeiríssimo plano, encostado na superfície do aparelho, e os planos seguintes são desfocados. Sobre as possibilidades de enquadramento, o espaço de representação é sempre o mesmo, o que muda é o próprio objeto em relação a esse espaço²⁷. Nathália dos Santos Silva emprega a estratégia existente entre o “Artista e o Aparelho”: no sentido de usar a câmera fotográfica contrariamente à sua função preestabelecida, ou seja, ao seu programa de funcionamento. Nesta estratégia o fotógrafo está empenhado em obrigar o aparelho a revelar novas potencialidades, neste caso, tem-se a fotografia sem o aparelho (sem câmera) e sim o escaner²⁸.

Maurício Rodrigues Pereira realizou a série fotográfica “Criaturas Fantásticas e Mitológicas” (marrom *vandycke*, 2011), nela se propõe a representar seres não fotografáveis. O aluno subverte a técnica do marrom *vandycke*, que contém nitrato de prata em sua fórmula. Ao emulsionar o papel, o prepara com o excesso de nitrato de prata encontrado no fundo do vidro que o guarda. O resultado final são manchas cintilantes prateadas em torno das imagens, criando uma “aura fantástica”. Tais procedimentos e resultados vão ao encontro dos objetos representados: unicórnios, medusa, sereia, fauno, minotauro, por exemplo²⁹.

Patrícia Cruz (cianótipos pintados com sucos vegetais, 2011). Em imagens de seu arquivo a aluna tem registrado as faces, maquiagens e cenários da época de *halloween*, captadas em um túnel do terror. As fotografias resultantes em tons frios, ciano, bastante contrastadas, enfatizam a dramaticidade da temática do ensaio. A pintura com diferentes emulsões vegetais dá maior veracidade às cenas. Da beterraba e do vinho, o vermelho sangue; do espinafre, erva-mate e chá-verde, tons de verde amarelado como o bolor; e do café, um marrom alaranjado terra, sujeira. Testou-se três formas de pintura distintas: a tonalização da imagem toda, a pintura com uma emulsão em algumas áreas e a pintura com diferentes emulsões. O resultado foram 18 fotografias únicas, que transmitem a atmosfera proposta pelo túnel do terror³⁰.

Todos utilizam a estratégia entre o “Artista e a Imagem”: interferindo na própria fotografia. Todos fazem uso de negativos em transparências, e não os tradicionais filmes. A fotografia passa a ser um “organismo visual” mais complexo, quando se transfere a outros suportes, como o papel para aquarela.

27 Informações contidas no texto escrito pela aluna em seu projeto final.

28 FERNANDES JUNIOR, 2006, p. 17-18.

29 Informações contidas no texto escrito pelo aluno em seu projeto final.

30 Informações contidas no texto escrito pela aluna em seu projeto final.

No caso de Patrícia e Nathália há a combinação de diferentes procedimentos em busca de um esgaçamento da linguagem. Maurício trabalha também com as alterações dos processos químicos, além da reprodução de suas imagens em processos históricos.

5. Considerações finais

Levando em consideração o objetivo principal desta pesquisa, que é realizar os experimentos de Herschel e Somerville (*Phytotypes*) com espécies da flora brasileira (prático-experimental), esta etapa está em andamento no momento. Os resultados obtidos serão apresentados ao final do projeto.

As traduções dos manuscritos e sua sistematização encontram-se quase finalizadas. Há uma cuidadosa descrição de todos os materiais vegetais e químicos utilizados. Sabe-se de antemão que a longevidade das fotografias não é certa, então, está se procurando torná-las permanentes, neste momento, através de suas digitalizações.

Na medida do desenvolvimento do projeto acompanha-se uma revisão de literatura, onde se procura analisar a prática fotográfica atual e histórica envolvendo processos fotográficos históricos e fotógrafos. Nos artigos já enumerados aparece a fotografia relacionada aos conceitos da memória, mestiçagem, processos de criação e materialidade presentes nos processamentos históricos. O que denota uma riqueza em suas possibilidades visuais.

A metodologia que seguimos encontra respaldo nos procedimentos metodológicos já experimentados ao longo de minha tese de doutorado, que foi realizada na área de poéticas visuais, e que, no meu entender, enriquece a prática fotográfica com a reflexão contínua sobre o trabalho/fazer.

Levando em consideração as séries fotográficas desenvolvidas pelos alunos Leonardo Ferreira, Nathália dos Santos Silva, Maurício Rodrigues Pereira e Patrícia Cruz, percebe-se o uso das estratégias apontadas por Rubens Fernandes Júnior em relação à fotografia expandida. A apropriação de imagens, a migração de suportes, a atualização de formatos, o tempo estendido propiciado pelo uso do escâner, uma “nova profundidade de campo” obtida pelo uso daquele aparelho e os novos enquadramentos e espaços de representação advindos de seu uso. Verificamos o uso combinados de vários processos e o uso com fórmulas alteradas. As emulsões vegetais ganharam nova função, como também tinta a colorir as fotografias. Neste ponto repito as palavras de Rubens Fernandes Júnior que, neste caso, o trabalho com os processos fotográficos históricos nos leva para uma reorientação dos paradigmas estéticos e ousa ampliar os limites da fotografia enquanto linguagem³¹.

31 FERNANDES JUNIOR, 2006, p. 16-17.

Referências

BRÄCHER, Andréa. “Assombr(e)amentos: poéticas do imaginário infantil através de processos fotográficos históricos”. 2009, 260p. Tese (Doutorado em Poéticas Visuais), Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

_____. Anthotypes e o limite da visibilidade: segredos, coleção e sombras. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAP, 14, 2005, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: ANPAP, FAV/UFG, 2005. Disponível em: <http://www.anpap.org.br/anais/2011/pdf/cpa/andrea_bracher.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2013.

_____. Experimentações com Phytotypes. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAP, 20, 2011, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAP, 2011. p. 3202-3216. Disponível em: <http://www.anpap.org.br/anais/2011/pdf/cpa/andrea_bracher.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2013.

_____. Experimentações com Phytotypes: analisando a série fotográfica “A Rainha da Neve”. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAP, 22, 2013, Belém. **Anais eletrônicos...** Belém: ANPAP, 2013, p. 1253-1267. Disponível em: <<http://www.anpap.org.br/anais/2013/ANAIS/comites/pa/Andrea%20Bracher.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2014.

_____. Fotografia no campo expandido: emulsões vegetais. In: ENCONTRO DO NÚCLEO GAÚCHO DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 4, 2012, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: Associação Brasileira de Pesquisadores da História da Mídia, 2012. Disponível em: <http://porteiros.s.unipampa.edu.br/gphm/files/2012/05/gtmidiaaudiovisualevisual_Andrea_Bracher.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2013.

_____. Julia Margaret Cameron e a fotografia de Madonas. In: ENCONTRO DA ANPAP, 21, 2012, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAP, 2012. Versão eletrônica. Disponível em: <http://www.anpap.org.br/anais/2012/pdf/simposio8/andrea_bracher.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2013.

_____. Luis Gonzales Palma: fotografia e mestiçagem. In: **Revista Croma Estudos Artísticos**. Vol. 1, No. 1 (jan.- jun. 2013); p. 20 -25. Versão eletrônica. Disponível em: <<http://www.croma.fba.ul.pt/CROMA1.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2013.

_____. Kenji Ota: um olhar sobre a materialidade em processos fotográficos históricos. In: **Revista Estúdio: artistas sobre outras obras**. N. 5 (verão 2012); p. 50-54.

_____. Sally Mann e a prole que guardamos na memória. In: CONGRESO LATINOAMERICANO DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN, XI, 2012, Montevideo. **Anais eletrônicos...** Montevideo: ALAIC, 2012. Disponível em: <http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gi_2_bracher_andrea.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2013.

FERNANDES JUNIOR, Rubens. **A Fotografia Expandida**. 2002, 275p. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

_____. Processos de Criação na Fotografia: apontamentos para o entendimento dos vetores e das variáveis da produção fotográfica. **FACOM**, São Paulo, FAAP, n. 16, p. 10-19, 2. Semestre 2006.

HERSCHEL, John F. W. **Experiments on various subjects, viz. optical, chemical & nonsensical and queer things miscellaneously arraganged for the benefit of prosperity**. 4 vol. Manuscrito. 1813–1870. The Science Museum, Swindon, Grã-Bretanha.

_____. **Gernsheim Collection**, Harry Ransom Center, Universidade do Texas, EUA. Disponível em: <<http://www.hrc.utexas.edu/>>. Acesso em: 09 fev. 2009.

_____. **On the action of the rays of the solar spectrum on vegetable colours, and on some new photographic processes.** Philosophical Transactions of the Royal Society of London, 1842, p. 181-215. Disponível em: <<http://www.royalsociety.org/>>. Acesso em: 1 jul. 2008.

_____. **Photographic Memoranda (1839-1859).** 1 vol. Manuscrito (WO 268). Harry Hansom Center, Universidade do Texas, Austin, Texas, EUA.

_____. **Vegetable Products of the Cape. Chemical Notes.** 1 vol. Manuscrito (M-W0011). Harry Hansom Center, Universidade do Texas, Austin, Texas, EUA.

HERSCHEL PHYTOTYPES, John F. W. Harry Hansom Center, Universidade do Texas, Austin, Texas, EUA. 961:0002:0001-0043 Box 2.

_____. Museum of the History of Science, Oxford, Grã-Bretanha. M S Museum 113, envelope 29.

MÜLLER-POHLE, Andreas. Information strategies. European Photography 21, *Photography: Today/Tomorrow*, v. 6, n. 1, Jan./Fev./Mar. 1985. Disponível em: <<http://www.muellerpohle.net/>>. Acesso em: 26 abr. 2009.

ROURKE, John; WARNER, Brian. **Flora Herscheliana. Sir John and Lady Herschel at the Cape 1834-1838.** Houghton: The Brenthurst Press, 1996.

SCHAAF, Larry J. **Out of the Shadows: Herschel, Talbot and the Invention of Photography.** New Haven & London, Yale University Press, 1992.

SOMERVILLE, Mary. **Experiments on light.** Manuscrito, 1845-1851. Bodleian Library, University of Oxford. M.S. Bodleian MSSW-13 dep. C. 354.

_____. **On the action of the rays of the spectrum on vegetable juices.** Philosophical Transactions of the Royal Society of London, vol. 136, 27 Nov. 1845 (1846), p. 111-120. In: SECORD, James A (org.). *Collected works of Mary Somerville.* Vol. 1: Scientific Papers and Reviews. Bristol: Thoemmes Continuum, 2004.

WARE, Mike. **Cyanotype: the history, science and the art of photographic printing in Prussian blue.** Bradford: National Museum of Photography, Film and Television, 1999.

A História do Cinema em Santa Catarina: Região do Vale do Itajaí¹

BONA, Rafael José Bona²

Resumo: O cinema sempre teve forte presença na vida social e cultural das pessoas. Desde o seu surgimento em 1895, na Europa, mostrou-se como algo merecedor de devida atenção por parte de espectadores e pesquisadores. Não muito diferente de outras partes do mundo, no Vale do Itajaí, em Santa Catarina (Brasil), há o surgimento do cinema no ano de 1900, com a primeira filmagem e, posteriormente, a primeira exibição pública no Estado. As pesquisas em torno da história do cinema nesta região são cada vez mais escassas. Dentro desta realidade, o artigo aqui apresentado teve como propósito fazer um levantamento dos trabalhos acadêmicos já realizados sobre o cinema catarinense (região do Vale do Itajaí), em que se fez um estudo sobre as principais informações apresentadas como: o primeiro filme catarinense, os cinemas de rua, os filmes já produzidos (1957-2011), os principais nomes que contribuíram para a história da Sétima Arte no Estado, entre outros dados. Espera-se que as informações apresentadas nesta comunicação científica possam suscitar outros estudos sobre a história do cinema em Santa Catarina.

Palavras-chave: História; Cinema Catarinense; Estado da Arte; Vale do Itajaí.

Introdução

O cinema, desde o seu surgimento, no final do século XIX, sempre teve papel importante na vida de uma comunidade, por meio de sua influência cultural, social e expressiva. Para Silva (2005), o cinema pode ser visto de forma artística ou industrial. Ou seja, como rica forma de arte, como já dizia Charles Chaplin, ou da forma industrial

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Docente da FURB (Universidade Regional de Blumenau) e da UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí). Doutorando em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) – Linha de Pesquisa: Estudos de Cinema e Audiovisual. Graduado em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda (FURB). E-mail: <bona.professor@gmail.com>.

pelo fato de haver produtores, que investem grandes quantias em dinheiro, para que as pessoas assistam a seus filmes e possam recuperar em forma de lucro. Para Sergei Eisenstein (2002 [1946], p. 11) “o cinema, sem dúvida, é a mais internacional das artes.” Plateias de todo o mundo conseguem assistir filmes produzidos em diferentes países e com diversos pontos de vista.

Assim que os irmãos Lumière, os inventores do cinema, lançaram o cinematógrafo para os franceses em 1895, não tardou muito para a invenção chegar às terras brasileiras. As primeiras exposições de filmes já ocorreram em 1896. Isso comprova a importância que o cinema, desde cedo, teve na vida da comunidade brasileira.

Ainda no final do século XIX, “o sucesso [...] cresce de tal modo que, para atender à insistente demanda de novos filmes, partem emissários para os Estados Unidos e Europa, a fim de adquirir novas vistas.” (SOUZA, 1998, p. 50). O cinema, enquanto produção e sala da exibição começa a ser visto como fonte rentável, e a todo vapor, começa a espalhar-se por várias cidades do Brasil e do mundo.

Não muito distante da realidade brasileira, o estado de Santa Catarina, começa a ter contato com o cinematógrafo apenas cinco anos após os irmãos Lumière inventarem o cinema. É no ano de 1900, portanto, que os catarinenses conhecem a encantadora máquina projetadora de imagens por meio de Eduard Von Shultz, na cidade de Blumenau, no Vale do Itajaí, que exibiu 28 curtas-metragens para a população. Entre eles, *Vista de Brusque, Itajaí e Arredores* (1900), considerado o primeiro filme (documental) rodado no Estado.

Desde os primórdios do cinema no Brasil, por volta da primeira década de 1900, Trusz (2013), esboça a seguinte realidade:

A campanha de promoção da prática “ir ao cinema” como expressão de cosmopolitismo, civilidade e modernidade foi conduzida por exibidores e imprensa, sobretudo pela imprensa periódica ilustrada. Tratava-se de construir o cinema como sociabilidade urbana moderna, paralelamente à sua transformação interna mundial como indústria e comércio e à qualificação dos filmes como produtos culturais. (TRUSZ, 2013, p. 115).

A comunicação científica aqui apresentada teve por objetivo fazer um estado da arte sobre a história do cinema no Vale do Itajaí, em Santa Catarina. É importante (re) conhecer o passado para projetar os caminhos do cinema catarinense.

Entende-se por “estado da arte” os estudos que mapeiam e discutem certa produção acadêmica de diversas áreas do conhecimento, para tentar responder aspectos e dimensões em evidência que são privilegiadas em diferentes lugares e épocas nas pesquisas (FERREIRA, 2002). Sentiu-se a necessidade de mapear o que já foi realizado sobre a história do cinema em Santa Catarina, mesmo sendo poucos os trabalhos existentes, mas que contribuirão para futuros pesquisadores.

Segundo Silva (2005, p. 18) “o relacionamento entre os membros de uma comunidade e o cinema sempre foi muito grande, sobretudo nos pequenos centros, onde parte dos seus habitantes gostava de aplaudir os seus novos ídolos [...] por meio dos filmes que eram exibidos num ambiente, as salas de cinema”, local no qual frequentavam pessoas comuns ou figuras importantes da sociedade.

O cinema em Santa Catarina

Por meio dos estudos dos historiadores percebeu-se o quão importante o papel o cinema tinha nas cidades brasileiras. Com isso entra-se de acordo com Silva (2005, p. 17) ao dizer que “está suficientemente provado o papel do cinema como forma de arte e a sua influência na vida de uma comunidade”.

De acordo com Kormann (1996), no jornal da época, *Blumenauer Zeitung*, Blumenau exibiu seus primeiros filmes no dia 11 de agosto de 1900³, quando Eduard Von Schultz projetou no *Teatro Frohsinn*, demolido na década de 1930, o cinematógrafo Apollo, despertando a curiosidade de toda a população da cidade.



Teatro *Frohsinn*, em 1900

Fonte: Acervo Histórico José Ferreira da Silva – Blumenau/SC

O cartaz continha os seguintes dizeres, conforme Kormann (1996):

3 Sobre esta informação há controvérsias pois, em outro artigo de Kormann, existe a data 21 de abril de 1900.

TEATRO “FROHSINN”
GRANDE APRESENTAÇÃO DO CINEMATÓGRAFO “APOLLO”
PROGRAMA:
SÁBADO, 11 DE AGOSTO

1ª Parte

1. Ethardo Jongleuse
2. Ballet das 5 irmãs Barrison
3. Cavalos banhando-se
4. Rua em Mailand
5. Imperador Guilherme II em Stettin
6. Escola Hípica Militar
7. Antes do banho das damas

2ª Parte

8. No atelier
9. Pista aquática
10. Liliputianos
11. Os rapazes Maus
12. Forte de Tugela
13. Rainha Victória da Inglaterra assiste à Parada
14. Enfim Sós

3ª Parte

Fata Morgana – fotos
Vistas de Blumenau, Joinville e arredores
Depois da apresentação, danças.

No dia 12, domingo, nova apresentação com o seguinte programa:

1ª Parte

1. Jiggs, o Desenhista Rápido
2. Mercado de Gado em Viena
3. No Hipódromo
4. Ballet
5. Stapellauf S. M. S. “Hertha”
6. Um ladrão
7. O Elefante Amestrado no Jardim

2ª Parte

8. Chegada e Saída do Trem
9. Imperador Guilherme II em Stettin
10. Pista de Patinação em Berlin
11. Rainha Victória da Inglaterra Assiste à Parada
12. Rua em Mailand
13. No guarda-roupa do Teatro
14. Enfim Sós Zoológico

3ª Parte

Fata Morgana – Fotos
Vistas de Brusque, Itajaí e arredores. A marinha alemã.

Esta mesma programação foi apresentada na cidade de Indaial, uma semana depois, nos dias 18 e 19 de agosto no Salão de Arnold Lueders. Esses filmes chegaram a Florianópolis em 02 de setembro de 1900. O estado de Santa Catarina já foi polo de produção de cinema documental no passado, e estes eram exibidos para a população local e tinham grande aceitação por parte do público. Segundo Pires (2000) é possível perceber isso em cidades do interior do estado em que se produziam filmes documentais e ama-

dores. Aos poucos, a produção destes filmes acabou perdendo a força, e a chegada do cinema com narrativa foi tomando cada vez mais conta dos espaços, e o cinema amador foi perdendo espaço. Porém, nas primeiras cinco décadas do século XX houve bastante produção cinematográfica amadora no Estado e de forma documental. As cidades, as pessoas e o cotidiano eram documentados por câmeras de cinema adquiridas, na maior parte das vezes, por ricos empresários. O cinema, como cita Jean-Claude Bernardet (2006, p. 23), “é algo que foi se construindo aos poucos; [...] levou tempo para encontrar sua localização na sociedade, suas formas de produção, sua (ou suas) linguagem(ens)”. E foi dentro desta realidade que Santa Catarina também começou a entrar em contato com o cinema: aos poucos, até se criar uma cultura para isso.

Por volta do final da década de 1950, enquanto o mundo assistia a consagração de *A Ponte do Rio Kwai* (1957), *Doze Homens e Uma Sentença* (1957) e *Cinderela em Paris* (1957), a ascensão cada vez maior do cinema europeu e estadunidense fazia-se presente por todas as partes do planeta. Foi também no ano de 1957 que, um produtor chamado Armando Carreirão, resolveu rodar o primeiro longa-metragem catarinense: *O Preço da Ilusão* (1957) na cidade de Florianópolis. Segundo Pires, Depizzolatti e Araújo (1987) o filme recebeu muitos elogios pela fotografia, porém, a crítica local ajudou a atacar a péssima qualidade da cópia em 35 mm rodada na exibição oficial. Era o início da produção de cinema profissional com temáticas e com cunho narrativo ficcional em longa metragem no Estado.



Fotogramas do filme *O Preço da Ilusão* (1957)

As produções amadoras continuaram a ser produzidas dos anos 1950 em diante também. Alguns filmes comerciais foram rodados no Estado posteriormente a isso como: *Férias no Sul* (1967), *Aleluia*, *Gretchen* (1976), até o recente *A Antropóloga* (2011). Santa Catarina não tem a cultura de produzir cinema. Porém, sua fragmentada história merece devida atenção, para um possível entendimento da realidade atual, arcada na maior parte das vezes por produtoras de cinema e vídeo digitais ou por Instituições de

Ensino Superior, nas quais são produzidas imagens em movimento por meio de seus cursos na área de Comunicação ou de Realização Audiovisual.

O estado da arte sobre o cinema catarinense (Vale do Itajaí)

Ao se pensar em cinema, acredita-se que há a necessidade também de se pensar essa mídia audiovisual, enquanto estudos no campo da comunicação. Conforme Autran (2013), o cinema começou ter sua institucionalização universitária, em terras brasileiras, apenas na década de 1960, por meio do curso de Cinema da UnB (Brasília/DF). Porém, as reflexões em torno da Sétima Arte surgiram muitos anos antes, na década de 1920, com os cineclubes em que se discutiam a estética, a questão industrial e ideológica, a formação cultural do cinema, etc. Com o passar dos anos, cinematecas e muitos outros cineclubes foram sendo fundados em várias partes do país.

Em Santa Catarina, o primeiro curso superior em Cinema foi o da UNISUL (Universidade do Sul de Santa Catarina), implantado em 1998 e, o segundo, na UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina), em 2005.

É difícil separar a história do cinema catarinense do Vale do Itajaí, região composta por 54 municípios. Foi nesta região que tudo foi iniciado no ano de 1900. É sabido que poucas pesquisas acadêmicas já foram realizadas sobre o cinema catarinense num panorama geral (de acordo com uma busca realizada em outubro de 2013 na plataforma Lattes/CNPq). O objetivo foi mapear apenas os estudos realizados sobre a história na região do Vale do Itajaí. Desta busca, encontrou-se sobre a história de 10 cidades: Blumenau, Rodeio, Pomerode, Rio dos Cedros, Brusque, Itajaí, Balneário Camboriú, Gaspar, Indaial e Timbó.

A obra base e referência para toda a pesquisa no estado sobre o assunto é a de Pires, Depizzolatti e Araújo (1987): “O Cinema em Santa Catarina”, publicada pela Editora da UFSC, em coedição com a EMBRAFILME. Outra importante historiadora foi a professora da FURB, Edith Kormann, que publicou pesquisa realizada sobre os primórdios do cinema em Blumenau, em Kormann (1996).

Sobre os estudos da história do cinema no Vale do Itajaí há publicado: Bona (2008), que é a exposição dos dados da pesquisa realizada em 2004 e 2005, no Centro Universitário Leonardo da Vinci (UNIASSELVI), em Indaial, em pequenas cidades do interior de Santa Catarina, na região do Médio Vale do Itajaí, como: Pomerode, Rio dos Cedros e Rodeio.

Em relação a cidade de Pomerode, não se sabe a data correta de quando se iniciaram as projeções de cinema na cidade. Relatos apontam entre 1954 e 1955. Os filmes em 16 mm eram exibidos no Hotel Pomerode, atual Restaurante Pomerode. Assim como em outras cidades vizinhas, eram exibidos filmes clássicos e conhecidos do público, como os filmes de *O Gordo e o Magro*. O responsável por trazer o cinema ao município foi José Julianelli. Os filmes de circuito comercial tinham mais aceitação pelo público. Uma das

maiores causas da decadência do cinema em Pomerode pode estar envolvida em conflitos culturais, no qual se dava prioridade, não menos importantes, a outras coisas. Com a chegada da televisão, aos poucos, o cinema começou a ficar em segundo plano na diversão dos habitantes. Em 1986, entidades locais tentaram reativar um cinema antigo, o Cine Mogk, mas as lentes estavam muito deterioradas e o custo era muito alto para a restauração. O prédio foi demolido por volta da década de 1990. (BONA, 2008). Sobre a cidade de Pomerode também é possível encontrar dados em Corrêa e Reis (2010), em pesquisa realizada na Universidade Regional de Blumenau (FURB) em 2009.

Sobre a cidade de Rio dos Cedros, o contato com o cinema foi na década de 1960. Amélia Nardelli Beber e Tercílio Berri, são considerados os pioneiros do cinema na cidade⁴. O maquinário foi comprado de José Julianelli. O cinema, em 35 mm funcionava num galpão, que existe até hoje no centro da cidade. As sessões de cinema eram aos sábados e domingos. Os filmes eram alugados em Curitiba/PR, local em que era também comprado o carvão das máquinas, no Cine Teatro Guaira. Em 1966 ocorreu a venda das máquinas de projeção para a cidade de Rodeio. A maior parte dos documentos históricos dessa época foi perdida na enchente de 1992. Atualmente, a rua transversal na qual funcionava o cinematógrafo de Tercílio Berri leva seu nome.

No final da década de 1950 até metade de 1970, também funcionou um cinema no Salão Paroquial da Igreja Imaculada Conceição, no centro da cidade de Rio dos Cedros. Inicialmente, o Salão paroquial era todo de madeira. Por meio de depoimentos do Pároco Adriano Cemin, em 2005, o mesmo foi um dos projetistas de cinema, entre 1958-1960, e foi até 1967. Os filmes eram alugados na cidade de Ibirama/SC e todos eles eram em 16 mm.

Em 1969, em Rio dos Cedros, surge o cinema em 35 mm no qual eram projetados filmes para alunos salesianos internos e externos da congregação, no atual Instituto Pastorino. Um dos responsáveis pelo cinema nesta época foi o Padre Teobaldo Heck. Nada mais se sabe sobre o cinema em Rio dos Cedros; não foram encontrados dados após a década de 1970 sobre o cinema no município. (BONA, 2008).

A história do cinema na cidade de Rodeio é muito curiosa, pois se iniciou com uma “rixa” entre vizinhos no final da década de 1940. O ano foi 1948 (pelo que se tem conhecimento em manuscritos da época). De acordo com o Livro do Tombo, número 2, da Paróquia São Francisco de Assis, nos últimos meses do ano de 1948, começou-se a projetar cinema em 16 mm na residência do Sr. Finardi, na sala de seu restaurante. Não haviam muitos espectadores. Eram projetados filmes de uma a duas vezes por semana. A história conta que havia uma pequena “rixa” entre o Sr. Rigo e seu vizinho Finardi. O Sr. Rigo quis abrir uma concorrência ao instalar também um projetor de cinema no rancho de sua casa (que era ao lado da casa do Finardi). O Sr. Rigo dizia, conforme manuscrito no Livro do Tombo, que não precisava de cinema para viver, ele só queria

4 Todas essas afirmações foram baseadas em entrevistas realizadas com moradores locais entre os anos de 2004 e 2005, pelo autor deste artigo.

acabar com o cinema do vizinho. O cinema na casa do Sr. Rigo permaneceu por pouco tempo, passando o projetor de cinema para Joaquim Rigo, que fiscalizava os filmes e, assim que foi aberto o Salão Paroquial de Rodeio, o mesmo doou todo o material para os padres franciscanos. (BONA, 2008).

No ano de 1951, é inaugurado o “Cine Rex”, no Salão Paroquial Cristo Rei, com exibições semanais, orientadas pelo padre vigário da época. O objetivo era evitar que entrasse outro cinema sem fiscalização em Rodeio. A primeira exibição de filme em 16 mm ocorreu na Páscoa do mesmo ano. As exibições geralmente eram aos domingos às 19 horas. Uma parte dos filmes passava às 16 horas, aos domingos, para as crianças. Em 1967 é inaugurado o cinema de 35 mm com o filme *A flecha de ouro*. O Cine Rex funcionou até o ano de 1978. O salão Cristo Rei foi demolido nos anos 1990. (BONA, 2008).

Sobre a cidade de Blumenau, pioneira no Estado na questão cinematográfica, foi realizada pesquisa na Universidade Regional de Blumenau (FURB) e, posteriormente publicada em Bona (2009). Fez-se um levantamento dos nomes e pequena biografia dos cinegrafistas nascidos na cidade (José Julianelli, Alfredo Baumgarten e Willy Sievert), os filmes produzidos (*Férias no Sul*, *Aleluia*, *Gretchen* e *Os Trapalhões no Reino da Fantasia*), o diretor (Sylvio Back), e as cinco atrizes blumenauenses com renome nacional ou que fizeram parte do cinema nacional (Magrit Siebert, Rita Cléos, Paula Braun, Tyhana Perckle e Vera Fischer). Além disso, foi feito levantamento de todos os cinemas de rua já existentes no município. Autores que contribuem na busca sobre a história do cinema em Blumenau são: Pires, Depizzolatti e Araújo (1987); Kormann (1996); Pires (2000); Baumgarten (2001). Além de um documentário produzido por Laine Milan (2006), sobre a história do cinema em Blumenau e sobre a vida de Herbert Holetz, falecido em 2013. A autora e jornalista Magali Moser (2006), também dedica obra em livro sobre a vida de Holetz.

Sobre a história do cinema em Brusque, encontrou-se Adami (2007) e Barni e Bona (2009). Nestes relatos há um panorama geral dos primeiros filmes documentais rodados na cidade, além de um relato de pesquisa de campo no qual foram feitas fotografias atuais da cidade de Brusque e comparadas com as imagens dos filmes produzidos no começo do século XX no município.

Ainda em 2009, começou-se uma investigação acerca da história dos cinemas nos municípios de Itajaí e Balneário Camboriú na Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Os dados desta pesquisa foram publicados em Bona e Linsmeier (2010) e Linsmeier e Bona (2010). Há um levantamento dos principais cinemas das duas cidades e os primórdios das exibições. Sobre a cidade de Balneário Camboriú há necessidade de uma pesquisa mais aprofundada. Neste relato tem-se apenas a história do cinema por meio da família Delatorre, pioneira na área. O nome de Orlandivo Honório de Souza, ator e compositor do cinema nacional, natural de Itajaí, também foi encontrado nas buscas e estudado. Linhares (1997) é outra obra que contribui para o entendimento do cinema e sua história na cidade de Itajaí.

Sobre as cidades de Gaspar, Indaial e Timbó, os autores Corrêa e Reis (2010) fazem um levantamento de informações por meio de depoimentos, documentos e entrevistas com historiadores e profissionais que atuaram no ramo do cinema em décadas passadas nestes municípios. A pesquisa constatou que o cinema teve grande influência na cultura e nos hábitos dos habitantes destas cidades, sendo, por vezes, a única opção para entretenimento. Foi pontuado também que a escassez dos estudos sobre essa temática ameaça a preservação da história.

Para melhor visualização do leitor, teceu-se um quadro com os principais autores e referências sobre a história do cinema em alguns municípios catarinenses:

Quadro 1 – História do Cinema nos municípios (SC) e autores

Municípios catarinenses	Autores
Blumenau	Pires, Depizzolatti e Araújo (1987) Kormann (1996) Pires (2000) Baumgarten (2001) Milan (2006) Moser (2006) Bona (2009)
Rodeio	Bona (2008)
Pomerode	Bona (2008) e Corrêa e Reis (2010)
Rio dos Cedros	Bona (2008)
Brusque	Adami (2007) e Barni (2009)
Itajaí	Linhares (1997), Bona e Linsmeier (2010)
Balneário Camboriú	Linsmeier e Bona (2010)
Gaspar	Corrêa e Reis (2010)
Indaial	Corrêa e Reis (2010)
Timbó	Corrêa e Reis (2010)

Fonte: o autor.

Em 2012, foi iniciada outra investigação na Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) acerca dos filmes (de ficção e rodados em películas) já produzidos no Estado, a partir de 1950. A pesquisa catalogou e analisou todos eles. No total, foram encontrados 11 filmes (sendo o último: *A Antropóloga*, de 2011). Fez-se levantamento de fotografias, sinopses, fichas técnicas etc. Essas informações podem ser consultadas em Bona e Egídio (2012). Os resultados (em formato de resumo) foram apresentados em Bona e Egídio (2013). Para melhor visualização dos filmes rodados, optou-se por inserir o título, o(s) diretor(es) e o ano de produção num quadro para facilitar a leitura e as buscas:

Quadro 2 – Filmes produzidos em Santa Catarina (1957-2011)

Título do filme	Diretor	Ano da produção
O Preço da Ilusão	Nilton Nascimento	1957
Férias no Sul	Reynaldo Paes de Barros	1967
Aleluia, Gretchen	Sylvio Back	1976
Os Trapalhões no Reino da Fantasia	Dedé Santana	1985
O Mentiroso*	Werner Schünemann	1988
Calibre 12	Tony Vieira	1988
O Homem sem Terra	Francisco Cavalcanti	1996**
As Procuradas	Zeca Pires e José Frazão	2004
Aos Hespahnóis Conphinantes	Ângelo Clemente Sganzerla	2008
Segurança Nacional	Roberto Carminati	2010
A Antropóloga	Zeca Pires	2011

Fonte: Bona e Egídio (2012).

* *O Mentiroso* é uma produção gaúcha, filmada grande parte em Santa Catarina.

** Informações pesquisadas divergem, a data catalogada é a oficial da produtora do filme em questão.

Considerações finais

O cinema, sem dúvida, é uma das mais importantes formas de artes dos últimos tempos. Conhecer sua história e seus processos comunicacionais é tão válido quanto entender as mídias de massa da atualidade. Dentro desta realidade é que surgiu este estudo, que teve como objetivo relatar as principais pesquisas já realizadas sobre a história do cinema no Vale do Itajaí, em Santa Catarina, assim como fazer uma exposição dos principais dados como os filmes realizados, a exibição nas pequenas cidades, etc.

Foi importante observar e estudar que Santa Catarina teve uma bonita e rica história cinematográfica pelos grandes cinemas de rua, pelos filmes exibidos e produzidos. Isso comprova o potencial que o Estado tem artisticamente e possui competência para que sejam realizados mais filmes.

Néstor García Canclini (2010) diz que o século XX foi responsável por criar o “espectador de cinema”. Foi a partir de 1905, com a construção de salas, que a cultura cinematográfica começou a se consolidar. Era possível distinguir o real e o imaginário por parte da população. Aprendeu-se a ir às salas de cinema e desfrutar delas todas as impressões proporcionadas pelos filmes. “Deste modo, chegou-se a seleção dos filmes pelos nomes dos atores ou diretores, reconhecidos numa história do cinema ou num conjunto de ofertas publicitárias das páginas de cultura e espetáculos.” (CANCLINI, 2010, p. 159). Todas essas explanações abordadas pelo autor encontram-se na história

do cinema em Santa Catarina, na qual o público também usufruía das sensações provocadas pelas poucas salas de cinema no Estado, em que “os astros” da moda embalavam o desejo de estar presentes numa sala escura. Isso tudo é percebido nos relatos das pessoas entrevistadas em vários momentos da pesquisa, em que nomes como Charles Chaplin, Clark Gable e *O Gordo e o Magro* são citados.

Espera-se que este estudo possa suscitar mais pesquisas na área no Estado e que o cinema catarinense passe a ter seu merecido destaque na história do cinema brasileiro. Alguns Festivais de Cinema, que já estão sendo realizados no Estado, também contribuem para esse registro histórico, no qual são exibidos filmes (em película e digital) produzidos em Santa Catarina e no mundo, palestras sobre as produções locais e sobre a história do cinema catarinense como ocorrido no 1º Festival de Cinema de Blumenau (2012) e no 3º Festival Internacional de Cinema de Balneário Camboriú (2013). Encerra-se este estudo nas palavras de Herbert Holetz (2008), ao dizer que o cinema é a expressão de cultura mais importante dos tempos modernos.

Referências

ADAMI, Saulo. **Brusque vai à guerra**: Novas visões da história. Itajaí: S&T Editores, 2007.

AUTRAN, Arthur. O cinema no campo da comunicação. In: LIMA, João Cláudio Garcia R.; MARQUES DE MELO, José. **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**: 2012/2013. Brasília: IPEA, 2013. p. 275-291.

BARNI, Roger dos Santos; BONA, Rafael José Bona. **A História do cinema no município de Brusque**: Panorama de Brusque Cidade Industrial e de Progresso. Trabalho de Graduação (Comunicação Social – Publicidade e Propaganda), UNIASSELVI/ASSEVIM, Brusque/SC, 2009.

BAUMGARTEN, Christina. **O mágico de três continentes**: A história de Walter Mogk. Blumenau: Hb, 2001.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

BONA, Rafael José. O cinema no Médio Vale do Itajaí: a história dos cinemas nos municípios de Pomerode, Rio dos Cedros e Rodeio/SC. **Revista Leonardo**. v. 6, n. 17, jul./dez. 2008, p. 35-39.

_____. Do Teatro Frohsinn aos cinemas do shopping: a história do cinema em Blumenau. In: REIS, Clóvis (Org.). **Realidade regional em comunicação**: perspectivas da comunicação no Vale do Itajaí. Blumenau: Edifurb, 2009.

_____; LINSMEIER, Juliana. A História do cinema no município de Itajaí/SC. In. **Anais... XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Novo Hamburgo /RS, 17 a 19 de maio de 2010.

_____; EGÍDIO, Ana Rosa. **Cinema em Santa Catarina**: os filmes produzidos nos estados a partir da década de 1950. Relatório de Pesquisa – Artigo 170/ Governo do Estado de Santa Catarina. 50 p. Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), 2012.

_____; _____. Cinema em Santa Catarina: os filmes produzidos nos estados a partir da década de 1950. In: **Anais... XII Seminário de Iniciação Científica da UNIVALI**, Itajaí/SC, 09 e 10 out., 2013.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8. ed. 1ª reimp. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

CORRÊA, Lorena das Chagas; REIS, Clóvis. A história do cinema em Gaspar, Indaial, Pomerode e Timbó (SC). In. **Anais...** XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Novo Hamburgo/RS, 17 a 19 de maio de 2010.

EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

FERREIRA, Norma Sandra de Almeida. As pesquisas denominadas “estado da arte”. **Educação & Sociedade**, ano XXIII, n. 79, Ago. 2002, p. 257-272.

HOLETZ, Herbert. Antigo gerente do Cine Busch e Cine Blumenau. **O cinema em Blumenau**. Entrevistado por Rafael José Bona. Entrevista não publicada. 21 jan. 2008.

KORMANN, Edith. **Blumenau: Arte, cultura e as histórias de sua gente (1850-1985)**. Volume IV. Paralelo 27: Florianópolis, 1996.

LINHARES, Juventino. **O que a memória guardou**. Itajaí: Editora da Univali, 1997.

LINSMEIER, Juliana; BONA, Rafael José. A História do cinema no município de Balneário Camboriú/SC. In. **Anais...** XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Novo Hamburgo /RS, 17 a 19 de maio de 2010.

MILAN, Laine. **Vida de Cinema**. Montagem de Érica Milan, Heloisa Dutra e Laine Milan. 05 de julho de 2006. Duração 01 hora e 35 minutos. (Longa metragem em DVD).

MOSER, Magali. **A vida pelo cinema: Herbert Holetz entre a realidade e a ficção**. Blumenau: Nova Letra, 2006.

PIRES, José Henrique Nunes. DEPIZZOLATTI, Norberto Verani. ARAÚJO, Sandra Mara de. **O cinema em Santa Catarina**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1987.

PIRES, Zeca. **Cinema e história: José Julianelli e Alfredo Baumgarten, pioneiros do cinema catarinense**. Edifurb: Blumenau, 2000.

SILVA, Bertino. **No mundo fantástico do cinema**. Brasil: Ed. Massangana, 2005.

SOUZA, Carlos Roberto de. **Nossa aventura na tela: a trajetória fascinante do cinema brasileiro, da primeira filmagem a “Central do Brasil”**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1998.

TRUSZ, Alice Dubina. Cinema nos anos 1910: conexões entre exibição, distribuição e produção. In: **Anais...** XVI Estudos de Cinema e Audiovisual Socine, São Paulo: Socine, 2013.

A construção da imagem pública do PEC 37 nos telejornais locais¹

Elaine Javorski²
Igor Iuan³
Liege Scremin⁴
Liriane Kampf⁵

Resumo: Este artigo pretende analisar a cobertura midiática das audiências públicas realizadas no Paraná para discutir a Proposta de Emenda à Constituição de número 37. Para isso, foram observados os telejornais vespertinos de âmbito estadual das emissoras RIC/Record, Band, SBT e RPC/Globo veiculados entre os dias 8 e 12 de abril de 2013. Nove peças tratam do assunto e mostram uma diversidade de conflitos entre poderes institucionalizados como as polícias militar e federal e as esferas executiva, legislativa e judiciária. As matérias estão assim distribuídas: Band Cidade, dia 12 de abril; RIC Notícias, dia 8 e 12 de abril; Paraná TV 2ª Edição, dia 9, 10, 11 e 12 de abril; SBT Notícias, dia 11 e 12 de abril. Para o estudo do enquadramento dessas notícias nos telejornais, primeiramente é necessária a exposição de determinados pressupostos teóricos pertinentes à análise das reportagens televisivas. Dentre as temáticas, serão discutidas as relações entre mídia e política; a conexão entre o poder político e os meios de comunicação; e a construção da imagem pública diante de assuntos relevantes ao panorama político e midiático. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo sob a perspectiva do enquadramento jornalístico proposto por Tuchman e Entman. Foram observadas variáveis de forma, conteúdo e discurso com o intuito de levantar os principais recortes utilizados pela mídia para tratar o assunto.

Palavras-chave: mídia audiovisual; PEC 37; análise televisiva;

1 GT História da Mídia Audiovisual e Visual.

2 Doutoranda pela Universidade de Coimbra, Portugal. Professora-pesquisadora da UniBrasil; <elainejavorski@hotmail.com>.

3 Graduado em Jornalismo pela UniBrasil e mestrando em Comunicação pela UFPR; <igorluan@hotmail.com>.

4 Graduada em Jornalismo pela UniBrasil; <liscremin@hotmail.com>.

5 Graduanda do curso de Jornalismo da UniBrasil; <liriane.kampf@gmail.com.br>.

A PEC 37

A proposta de Emenda à Constituição de número 37, de autoria do deputado federal e também delegado de polícia civil do Maranhão, Lourival Mendes, foi apresentada à Câmara dos Deputados no dia 8 de junho de 2011. A PEC tinha o objetivo de acrescentar ao artigo 144 da Constituição Federal o propósito de impossibilitar a apuração de infrações penais por uma instituição específica como o Ministério Público. Dessa forma, as investigações criminais ficariam sob responsabilidade das polícias civil e federal. “A apuração das infrações penais de que tratam os §§ 1º e 4º deste artigo, incumbem privativamente às polícias federal e civis dos Estados e do Distrito Federal, respectivamente”⁶. Antes de submetida à deliberação do plenário, a proposta foi encaminhada para a Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania, responsável pelo exame técnico da proposta. Em outubro de 2011, o relator da Comissão apresentou parecer favorável à proposta que seguiria para a aprovação ou não na Comissão. No dia 20 de dezembro de 2011 o parecer foi aprovado e publicado no Diário da Câmara dos Deputados. Em março de 2012 foi criada Comissão Especial que tinha como tarefa dar um parecer ao projeto. Foram realizadas quatro audiências públicas entre abril e maio de 2012 com representantes de entidades públicas e privadas, incluindo o próprio Ministério Público e as polícias civil e federal. Em junho, foi proferido o parecer inicial pela aprovação da PEC, mas com uma emenda substitutiva, com um texto mais amplo, que regulamentava as ações do Ministério Público de forma subsidiária às polícias civil e federal. Em 25 de junho de 2013, a proposta foi votada na Câmara dos Deputados com 430 votos contrários e 9 favoráveis.

Caso a PEC 37 fosse aprovada, o Ministério Público perderia a autonomia para investigar infrações penais sem requisição de um delegado. Assim, se a polícia entendesse a não necessidade de apuração, o crime poderia prescrever e a denúncia, deixar de ser feita. Com o projeto de lei aprovado, o trabalho do Ministério Público em conjunto com as polícias seria paralisado, bem como os casos em andamento como, por exemplo, a Lei da Ficha Limpa. A defesa da PEC 37 tem como interlocutores principais o Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e a Associação dos Delegados de Polícia do Brasil (Adepol). Segundo argumentos da OAB, as investigações criminais promovidas pelo Ministério Público contrariam o artigo 144 da Constituição Federal, já que esse órgão não pode produzir provas pois é também titular da ação penal. Com isso, entende-se que o Estado estaria no papel de investigador e acusador ao mesmo tempo, o que inviabilizaria a igualdade entre a acusação e a defesa no processo criminal⁷.

6 PEC 37/2011 disponível em <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=507965>>.

7 <<http://www.oab.org.br/noticia/23699/oab-apoia-pec-que-mantem-poder-de-investigacao-criminal-so-na-policia>>.

Mídia, política e a construção da imagem pública

De acordo com Lima (2001), mídia é o conjunto das instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana. Já a ideia de política, para o mesmo autor, está associada ao exercício do poder tanto na relação entre soberanos e súditos, como entre governantes e governados, e entre autoridade e obediência. No entanto, é importante salientar como a emergência da mídia modificou sensivelmente a existência prática da política. Antes do desenvolvimento dos meios de comunicação, a publicidade dos governantes vinha de sua aparição física diante dos outros em contextos de copresença:

Os governantes usaram os novos meios de comunicação não apenas como um veículo para a promulgação dos decretos oficiais, mas também como um meio de construir uma autoimagem que poderia ser levada a outros locais distantes. Gradualmente, a publicidade dos governantes políticos e outros, a visibilidade de suas ações, de suas falas e, na verdade, deles próprios, era promovida separadamente de sua aparição diante de outros reunidos num mesmo local espaço-temporal. (...) Essas foram as condições que facilitaram o surgimento do que poderíamos chamar de *sociedade da automanifestação* – uma sociedade em que foi possível e, na verdade, se tornou cada vez mais comum, aos líderes políticos e a outros indivíduos aparecer diante de públicos distantes e desnudar algum aspecto de si mesmos ou de sua vida pessoal (THOMPSON, 2002, p. 66-69).

Dessa maneira, a mídia tornou visível arenas de ação que estavam antes escondidas do olhar e criou um campo complexo de fluxos de imagens e informação difíceis de controlar. Assim, a visibilidade midiática transformou-se também em uma armadilha. Ademais, a mídia também passou a ser transformada em um ator político (LIMA, 2004) – o que constituiu um desafio para a exposição de sua própria imagem pública sobre assuntos de seu interesse.

Formar uma imagem é reconhecer um conjunto de propriedades como características de determinadas instituições e atores políticos, um “reconhecimento” que, a bem da verdade, é uma atribuição (GOMES, 2004). Trata-se de um processo de construções e desconstruções de verdades, realidades e legitimidade, tanto de quem fala sobre si, como aos próprios espelhos – é um movimento dialético de pactos e disputas entre mídias, espaços, palcos e poderes (WEBER, 2004). Essa luta pela projeção de tal construção imagética, que pode ser interpretada como imagem pública, é mantida, segundo Weber, como fator vital à visibilidade e reconhecimento de “instituições e sujeitos da política” (partidos, governos, políticos, ideologias, governantes) – os denominados “sujeitos políticos”.

Portanto, o que traz o fenômeno da imagem pública ao centro da cena é a sua vinculação à esfera da visibilidade pública e a sua relação estreita com os meios de comunicação de massa (GOMES, 2004, p. 262). Além disso, a respeito da construção da imagem pública e sua interdependência em relação à mídia, é possível afirmar que o processo é marcado por uma convergência de dispositivos:

Neste exercício sobre imagens públicas e institucionais, mostra-se o caminho da difusão de um conceito desejado e estrategicamente formatado, passível de traduções simbólicas e, como tal, apropriado e vigiado em todas as instâncias de visibilidade política, dominadas em grande parte pelas mídias, como suportes de fabricação e difusão de quaisquer modalidades de imagem. A imagem pública da política, enquanto dispositivo acionado pelos pactos e disputas de poder, entre sujeitos, instituições e mídias, é o fator axial de funcionamento da comunicação contemporânea, entre organizações, indivíduos e sociedades que necessitam de visibilidade favorável nos planos pessoal, institucional, político e mercadológico. A imagem pública é resultante da imagem conceitual, emitida por sujeitos políticos em disputa de poder e recuperada na soma das imagens abstratas (o intangível, a imaginação), com as imagens concretas (o tangível, os sentidos) (WEBER, 2004, p. 261-262).

Assim, pode-se falar das imagens públicas do presidente da República, do Congresso Nacional, da Federação das Indústrias, da CUT, do MST e do ministro X ou Y (GOMES, 2004, p. 255); – ou até de um tema como a PEC 37 – e identificá-las com determinados conceitos, derivados da formatação deste ou daquele dispositivo. Em outras palavras, no caso específico deste estudo, os telejornais Paraná TV, Band Cidade, SBT Paraná e RIC Notícias constroem a imagem pública sobre a PEC 37 associando-a a dadas conceituações e operam este processo justamente por meio da definição de seus respectivos enquadramentos destinados a este tema.

Outro fator relevante na construção da imagem pública é a plataforma na qual a mensagem é emitida (neste caso, a televisão). É preciso considerar a montagem técnica do telejornal – edição de imagens, palavras, cortes e colagens:

A produção e a edição do telejornal implicam a escolha e a determinação do que vai ser visto e dito, do como e do quando, mas na verdade o noticiário é um produto fabricado por aqueles que nele trabalham, como funcionários de uma engrenagem maior, que sofrem pressões e exigências, das quais nem sempre se dão conta. Imbuídos da obrigação do cumprimento da tarefa, executam-na, mas possivelmente pagando um preço alto, pois é o caso de se pensar se cada um daqueles funcionários poderia editar outras matérias, de forma diferente, com outro nível de criatividade, enfatizando outros assuntos e sob um ângulo diferente, ainda que seguindo regras de um contrato sobre modos de dizer (SZPACENKOPF, 2003, p. 215).

Dessa forma, a televisão, como forma de interação midiática, envolve o emprego de um meio técnico que possibilita a transmissão da informação e do conteúdo simbólico às pessoas que não partilham o mesmo local espaço-temporal (THOMPSON, 2002). Essa conjuntura de fatores altera decisivamente o sentido que é fornecido pelo telejornalismo a respeito de um assunto – por exemplo, a PEC 37.

Também é relevante observar a lógica mercadológica presente na atividade jornalística. Além da competência profissional e das exigências inerentes às tarefas, no jornalismo funcionam mecanismos que facilitam não só informar, quanto vender (SZPACENKOPF, 2003, p. 203). Além disso,

[...] o jornalismo começou a perder a demarcação ética que havia conquistado nos anos 1970 devido à criação de centenas de empresas de assessoria de imprensa formadas por jornalistas e à contratação de jornalistas pelo setor público como assessores de imprensa. Isso se deu sem que fossem separadas as duas profissões, criando-se uma promiscuidade de valores no interior do jornalismo que abriu caminho para uma nova modalidade de corrupção, mais ideológica e sutil. [...] Alguns sindicatos de jornalistas também se aproximaram mais das grandes empresas, buscando patrocínio para certos projetos (KUCINSKI, 2005, p. 60).

Sendo assim, a informação midiática atende a dois objetivos contraditórios: o do fazer-saber e o da captação, produzindo e incentivando um objeto de consumo mercadológico, para captar o maior número de leitores/espectadores para sobreviver à concorrência (SZPACENKOPF, 2003). Isto interfere direta e indiretamente na construção da imagem pública da mídia e dos atores políticos manifestados em seus discursos por meio da construção dos enquadramentos referentes às temáticas noticiadas.

De acordo com Gramsci (*apud* LIMA, 2001), o Estado desempenha um papel na divulgação da visão de mundo, mas o sistema cultural legitimador, decisivo para o poder político, é mantido principalmente por instituições privadas, autônomas e, em muitos casos, não políticas: a família, a igreja, o partido político e, naturalmente, a mídia (p. 145-146). E isto se reflete na política:

A mídia desempenha o papel de manutenção da ideologia política dominante: ela divulga, celebra, interpreta o mundo nos seus termos e, em alguns momentos, a altera para adaptá-la às demandas de legitimação num mundo em mudança. Ao mesmo tempo, o conceito de hegemonia é empregado para explicar o comportamento da mídia, o próprio processo de produção cultural. A mídia, ela mesma, está sujeita ao processo hegemônico. A ideologia dominante conforma a produção de notícias e entretenimento; isto explica por que podemos esperar que a mídia funcione como agente de legitimação, apesar do fato de que ela é independente do controle político (HALLIN *apud* LIMA, 2001, p. 168).

Nesse mesmo sentido, Kucinski (2005) aponta para uma “ética” que ele chama de “ideologia do jornalismo”, segundo a qual o jornalista é responsável por todos os seus atos, mas não pode ser responsabilizado pelas consequências de ter revelado verdades – uma espécie de “proteção” fornecida pelo status de sua condição profissional.

Ademais, notícias (especialmente imagens) podem operar como fontes de estímulos equivalentes à experiência vivida – ansiedade, ódio, medo, euforia e alta exaltação são particularmente estimulantes e também são mantidos na memória de longo prazo (CASTELLS, 2009). E as estratégias de enunciação nas notícias, seja sob a forma de comentário ou não, provocam uma projeção mais ou menos importante do imaginário social sobre o fato relatado, tal que este é moldado pelas relações de formas existentes numa sociedade dada (SZPACENKOPE, 2003, p. 171-172). Essa comunhão de fatores reforça o poder midiático na construção da imagem pública, sobretudo em assuntos que envolvem política.

O enquadramento de temas na mídia: o caso da PEC 37

Para entender de que forma os noticiários televisivos paranaenses apresentaram a discussão sobre a PEC 37, foram analisados os telejornais Band Cidade, Paraná TV 2ª Edição, RIC Notícias e SBT Paraná. A amostra consistiu na observação das edições da semana compreendida entre os dias 8 e 12 de abril de 2013. Foram encontradas nove peças relativas ao tema, analisadas por meio de seu conteúdo com a utilização de variáveis de forma (data, gênero jornalístico, espaço ocupado), conteúdo (personagens apresentados, cargos que ocupam, tema principal da matéria) e discurso (narrativa, tom e argumentação dominante da peça, fontes) (FERIN, 2012).

A análise dessas variáveis seguiu a perspectiva proposta por Goffman (2002; 2012), relativa ao conceito de enquadramento, ou *frame*. Para o autor, o enquadramento definiria o contexto ou marco de interpretação por meio do qual as pessoas se detêm em alguns aspectos da realidade e ignoram outros. O mesmo aconteceria com os jornalistas quando da seleção dos aspectos que deveriam compor a notícia. Aplicado diretamente ao jornalismo por autores como Entman e Tuchman, o conceito foi chamado de *news frame*. Tuchman (1978) defende o enquadramento como uma característica essencial das notícias que definem a compreensão da vida cotidiana. Entman (1991) caracteriza esse “enfoque” das notícias como esquemas de processamentos de informações por meio dos quais algumas propriedades específicas das notícias estimulariam percepções e compreensões particulares sobre determinados eventos, mas não sobre outros. Esses enquadramentos seriam construídos por meio de palavras, metáforas, conceitos, símbolos e imagens visuais que a narrativa noticiosa enfatiza. Assim, palavras e imagens específicas que integrem a notícia podem identificar uma narrativa que carrega significados preexistentes, resultado de repetições e reforços de um recorte do acontecimento. Desta forma, como sugere Scheufele (1999), os meios de comunicação constroem a

realidade social por meio de um enquadramento da realidade e suas imagens. Nessa ação o jornalista acaba por focar uma parte da realidade em detrimento de outra. Os enquadramentos podem, ainda, expressar a forma como o poder social e político estão distribuídos e de que forma isso pode levar à construção de uma hegemonia ideológica (Carrage e Roefs, 2004). Determinados fragmentos de realidade podem dominar a narrativa midiática de tal forma que passam a ser entendidos como senso comum ou descrições de fatos e não interpretações deles. Carrage e Roefs atribuem importância principal às análises de questões referentes ao poder social e político pois entendem que os enquadramentos são estimulados por diversos atores sociais, entre eles os políticos. Assim, a imagem pública de um fato ou instituição pode ser construída por meio do enfoque que a mídia utiliza na sua divulgação. No que diz respeito à PEC 37, os telejornais analisados tomaram partido do assunto posicionando-se de forma bastante clara. Durante a semana entre 8 e 12 de abril, as matérias encontradas corroboram com essa constatação. As peças desse período correspondem aos atos promovidos pelo Ministério Público para discutir publicamente as implicações da proposta de emenda. Diversas audiências públicas foram realizadas entre abril e maio, meses que antecediam a votação na Câmara ocorrida em junho.

A semana analisada culminou em uma audiência pública na sexta-feira em Curitiba. Por isso, durante todo esse período diversas matérias foram exibidas nos telejornais locais, principalmente sobre as audiências prévias realizadas em outras cidades do estado. Na segunda-feira, 8 de abril, apenas o RIC Notícias adianta o assunto por meio de uma entrevista em estúdio com o procurador de Justiça Bruno Galatti. A âncora Alessandra Consoli apresenta o tema com a afirmação de que a PEC 37 tiraria o poder de investigação do Ministério Público e com a observação dos jogos de poder que estariam em curso. A primeira pergunta enfatiza justamente a possível retaliação do corpo político ao MP. O procurador responde que a PEC 37 é um desserviço à nação e coloca o Brasil entre os únicos três países no mundo que não permitem que o MP realize investigações. Ao comentário do entrevistado sobre as investigações que passariam a ser exclusividade das polícias civil e federal, a jornalista lembra-se da falta de estrutura desses organismos. O procurador cita dados relativos ao número de condenados por crime de corrupção que hoje, no Brasil, corresponderia a 0,12% do total de presos e questiona se a mudança na lei seria para melhor ou pior. Afirma ainda que o MP tem sofrido ataques políticos intensos nos últimos anos, já que sua função é executar a Constituição de 88, criada para dar fim à impunidade e evitar a distinção da lei depois do período militar. Ressalta que o MP é autônomo, ou seja, não está vinculado a nenhum dos três poderes. Como a polícia estaria vinculada ao Executivo, as investigações exclusivas passariam, portanto, a ter um controle político. Segundo o entrevistado, no Paraná o MP proporcionou diversos eventos informativos sobre as consequências da aprovação da PEC 37. A apresentadora termina a entrevista lembrando sobre a assinatura eletrônica contra a PEC 37 que está disponível na internet e que pode ser acessada por meio do portal da RIC.

Nos dias 9 e 10, foram realizados atos públicos em diversas cidades do estado, mas somente o Paraná TV apresenta o tema. Na terça-feira, uma reportagem comenta sobre a assinatura do governador Beto Richa e do arcebispo da cidade de Curitiba, Dom Moacyr Vitti, em documento contra a PEC 37. Em seguida, o VT mostra um protesto na associação comercial de Paranaíba contra a proposta de emenda e o abaixo-assinado que já continha mil assinaturas e seria enviado a Brasília. A única fonte utilizada é o promotor Marcelo Gobbato que afirmava ser a população a maior prejudicada caso o projeto fosse aceito. Em nota final, o apresentador do telejornal diz que o telespectador pode votar contra a PEC no *site* do programa. No dia seguinte, uma suíte sobre os protestos gerados pela PEC 37 traz em uma nota coberta imagens da Câmara de Vereadores de Maringá que ficou lotada de manifestantes. A fonte é o procurador geral do Paraná, Gilberto Giacoia, que diz que a PEC 37 é retrocesso, um golpe contra a democracia. Também são mostradas imagens da Câmara de Vereadores de Ponta Grossa, onde houve protestos.

O assunto tem novamente repercussão no telejornal da RPC na quinta-feira com uma nota coberta sobre a o terceiro dia seguido de protestos contra a PEC 37 em Guapuvava, Londrina e Foz do Iguaçu. Foram montadas barracas em diversas cidades e realizadas plenárias para discutir o assunto. Segundo o texto, 1.500 processos em fase de investigação de corrupção podem ser perdidos caso a proposta seja aprovada. O apresentador diz em nota-pé que o telespectador pode participar do abaixo-assinado virtual na página web da emissora. O SBT também traz uma reportagem sobre a mobilização em Londrina e que se espalha pelo estado. O texto aponta que promotores e procuradores apostam na pressão popular. As fontes, em repúdio à proposta, são Bruno Galatti, procurador do MP no Paraná; Cláudio Esteves, coordenador do Grupo de Atuação Especial de Combate ao Crime Organizado (Gaeco); Alexandre Kireff, prefeito de Londrina; e Flávio Balan, presidente da Associação Comercial e Industrial de Londrina.

Na sexta-feira o Ministério Público promoveu um ato público em repúdio à PEC 37 na sua sede em Curitiba. Todos os telejornais das emissoras analisadas fizeram a cobertura do evento. O RIC Notícias exibiu reportagem sobre as diversas manifestações ocorridas durante a semana. As imagens mostram o evento oficial na capital que teve a presença de representante dos três poderes. O objetivo era pressionar o congresso nacional e finalizar a série de eventos realizados durante a semana pelo MP. Como fonte foram utilizados o procurador Bruno Galatti, enfatizando a importância da Constituição que impediu que as investigações fossem controladas politicamente, o que poderia voltar a acontecer caso a PEC fosse aprovada; e Denilson de Almeida, coordenador do Gaeco, que comentou a aprovação da PEC como forma de acabar com a essência do MP e com suas investigações. Na nota retorno, a apresentadora informa o endereço eletrônico do MP e diz que qualquer um pode assinar a petição eletrônica. Em seguida, no estúdio, o comentarista da emissora, Paulo Gomes, faz uma análise do surgimento da PEC 37. Para ele, a verdadeira razão para a criação da proposta é a retirada dos promotores das

investigações, porque eles “pegam mais pesado, têm autonomia de ação” e muitos políticos desonestos temem suas ações. Fala também sobre as influências políticas que ainda atuam nas polícias. Segundo ele, um delegado que investigue um caso de corrupção pode ser transferido por pressão política, já um promotor de justiça não está sujeito a esta ameaça. Gomes diz enfaticamente que é contra a PEC 37, que seria um retrocesso e não acredita na sua aprovação.

O Jornal da Band também exibiu neste dia reportagem sobre os protestos contra a proposta de emenda constitucional que ocorreram no Centro Cívico, em Curitiba. As imagens mostram a sede do MP e as autoridades presentes, representantes da sociedade civil organizada e comunidade em geral que participou do ato público. A reportagem teve como fonte o promotor de justiça Bruno Galatti, que convocou a comunidade a participar para entender suas implicações, e o promotor de justiça Rodrigo Chemin, para quem a aprovação da PEC legitimaria a corrupção e inviabilizaria o efetivo combate a desvios de comportamento no trato da coisa pública. O texto da matéria lembra que a proposta foi aprovada em 2012 e que agora a ideia é mobilizar o público para que ela não siga adiante.

Já a RPC e o SBT deram menos destaque ao caso neste dia. No PRTV a informação do ato público foi exibida em uma lapada que trazia alguns fatos policiais. Na nota de retorno, o apresentador lembra que o abaixo-assinado contra a emenda já tem mais de 100 mil assinaturas e que o telespectador também pode participar na página da internet da emissora. O SBT também mostra o evento em uma lapada com notícias policiais, na sequência de acidentes de trânsito. O texto fala também do abaixo-assinado que será enviado ao congresso.

Conclusão

A análise dos telejornais e o enquadramento que deram ao assunto da PEC 37 permitiu observar alguns aspectos importantes do jogo de poder entre diferentes esferas públicas. A proposta de emenda levantou conflitos políticos entre instituições como as polícias militar e federal e os poderes legislativo, executivo e judiciário. A PEC 37, juntamente com a PEC 33 que impõe limites à atuação do Supremo Tribunal Federal, foram entendidas como ações do parlamento e do Executivo contra o Poder Judiciário e contra o Ministério Público, que possui prerrogativas de poder ainda que muitos juristas não o considerem desta forma. Mesmo aparecendo como defensor dos direitos de uma sociedade democrática, também essa esfera sofre influências tanto da parte dos outros poderes quanto da opinião pública. O Ministério Público assume esse papel combativo, ampliado pela possibilidade de controle externo da polícia, e tem alcançado uma maior importância política e visibilidade na mídia⁸. Com a prerrogativa de que não havia um

8 Exemplo disso foi o caso da condenação de 25 réus do chamado “Mensalão” em novembro de 2013, julgado pelo STF, de grande repercussão midiática.

controle sobre o MP, os parlamentares submeteram a proposta de emenda para análise. O apoio ao MP por parte dos meios de comunicação demonstra essa confiança na instituição. A argumentação dominante das peças é favorável à campanha instaurada pelo órgão. Das emissoras analisadas, a RPC e a RIC foram as que mostraram maior apoio às manifestações contra a PEC 37 tanto na amplitude de sua cobertura (tempo de duração das matérias e número de vezes que aparecem) como no incentivo aos telespectadores na assinatura do abaixo-assinado disponível nas suas páginas na internet. O posicionamento é visível também no uso das fontes, já que não foram ouvidos, por exemplo, representantes das polícias militar ou federal ou membros da OAB.

Assim, na observação das fontes utilizadas, é possível entender uma união geral diante do fato por parte dos promotores de justiça e procuradores além de representantes do executivo, como o prefeito de Londrina ou o governador do Paraná, da sociedade civil organizada por meio de associações comerciais, e até da igreja católica. Há também a repetição de fontes que utilizam um discurso conveniente para a mídia, como foi o caso do promotor Bruno Galatti, ouvido em quatro das nove reportagens analisadas. Essa escolha se dá pela credibilidade da autoridade e, portanto, quanto mais alta a posição do informador, mais ampla será sua informação. “Essa afirmação segue o seguinte raciocínio: a posição de autoridade confere credibilidade. Algumas pessoas, pela posição que ocupam, sabem mais que outras pessoas; daí devem ter acesso a mais fatos e, então, a sua informação deve ser, em princípio, mais correta” (TRAQUINA, 1999, p. 172). A escolha de fontes diversas, ainda que nesse caso todas convirjam para um mesmo ponto de vista, demonstra a relação simbólica entre o jornalismo e a democracia. Esse fato confere aos meios de comunicação, certo poder que, portanto, lhe coloca também na relação com o jogo suscitado pela PEC 37. Esse poder pode ser entendido como algo que representa a investigação, o não delito, o compromisso com a verdade, que justamente pode ter surgido pela preocupação, desconfiança e insegurança com o poder político. Neste ponto também a mídia aparece como ator político (LIMA, 2004) já que assume uma posição dentro do contexto de conflito.

O enquadramento do assunto passa pelo uso das fontes, não somente pela escolha delas, mas também pela representação que a mídia lhes confere. Assim, os meios de comunicação utilizam o que Goffman (2002) chama de “papéis” representados pelas fontes para exercer o convencimento sobre determinado assunto. Neste caso, todos representavam o papel de defensores da proposta, já que a mídia, estimulada pelo Ministério Público, a colocava como algo benéfico para a sociedade. Assim, políticos e outros atores sociais se propuseram a representar seu repúdio à emenda, mostrando desta forma sua contribuição à sociedade e ao bem comum. A posição dos meios de comunicação foi clara no teor informativo e reforçada pelo jornalismo opinativo que tem espaço em algumas emissoras, como foi o caso da RIC com a opinião mais enfática no repúdio à PEC 37, feita na intervenção de seu comentarista. A emissora enquadrou o assunto como uma questão de cidadania e não política, por isso do posicionamento

adotado. O importância do Gaeco como fonte para pautas facilitou a inserção do assunto. A RPC também entendeu o assunto como um cerceamento à liberdade de investigação e um problema de caráter social. Por isso, a decisão editorial era mostrar a importância do Ministério Público nas investigações criminais. A agenda criada pelo órgão com os eventos públicos promovidos também desencadeou ações que a mídia não pode descartar. A equipe da Band relatou que, em alguns momentos, não percebeu que poderiam estar sendo usados para levantar uma “bandeira” que pudesse favorecer algum órgão em específico. Antes desse período de discussão sobre a PEC, notaram uma intensa divulgação de ações do Gaeco, por exemplo, que foram levados adiante como pautas para os telejornais. Mas isso só foi percebido mais tarde. O SBT aproveitou o assunto pelo viés policial, já que o perfil do telejornal está mais ligado a essa editoria. Foram utilizadas notícias sobre crimes para contextualizar a ação do Ministério Público na resolução de casos e, dessa forma, mostrar a necessidade de investigação do órgão.

Esses aspectos também são visíveis na situação das peças dentro do telejornal, já que foram tratadas, na maioria das vezes, na sequência de fatos policiais.

A relação com as fontes mostra aqui uma via de mão dupla, na qual um ajuda na divulgação midiática sobre investigações importantes e o outro oferece apoio quando necessário. A campanha feita junto do Ministério Público tem, portanto, relação direta com a necessidade dos meios em utilizar pautas geradas pelo órgão. Essa relação interfere de forma clara no enquadramento do assunto e na divulgação dessa realidade social condicionada pelo poder político (Scheufele, 1999). O discurso dominante constrói um significado particular das questões, o que leva à hegemonia ideológica referida por Carra-gee e Roefs (2004). Os atores políticos patrocinam, portanto, esses enquadramentos que são empregados pelos jornalistas na produção das notícias, não somente nas que se referem especificamente ao Ministério Público, mas também nas que têm ligação com seu trabalho (como as matérias sobre crimes, por exemplo). A estratégia de utilizar as peças sobre a PEC 37 na sequência de fatos policiais para justificar a importância do MP mostra de que forma se constrói o discurso, não somente baseado no fato em si, ou seja, a campanha contra a proposta de emenda, mas de forma a tornar o assunto um senso comum. Comprova-se, portanto, que os atores sociais, em especial os políticos, estimulam os enquadramentos e os utilizam de forma a intervir na construção da realidade social.

Referências bibliográficas

CARRAGEE, K. M. e ROEFS, W. **The Neglect of Power in Recent Framing Research**. Journal of Communication, Volume 54, n. 2, p. 214-233, 2004.

CUNHA, Isabel Ferin. **Análise dos media**. Coimbra: Imprensa da Universidade, 2012. ENTMAN, R.M. **Framing US coverage of international news: contrasts in narratives of the Kal and Iran incidents**. Journal of communication, autumn, p. 6-27, 1991.

- CASTELLS, M. **Communication power**. Oxford/Nova Iorque: Oxford University Press. 2009.
- GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Editora Vozes: Petrópolis, 10. ed., 2002.
- GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis: Editora Vozes. 2012.
- KUCINSKI, B. **Jornalismo na era virtual: Ensaio sobre o colapso da razão ética**. 1. ed. Unesp, 2005.
- LIMA, V. A. de. **A Rede Globo e a transição para a democracia: 1982-1985**. Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LIMA, V. A. de. **Sete teses sobre mídia e Política no Brasil**. Revista USP, 2004.
- SCHEUFELE, D. A. Framing as a theory of media effects. **Journal of Communication**, New York, v. 49, n. 1, p. 103-122, mar. 1999.
- SZPACENKOPF, M. I. O. **O Olhar do Poder: A montagem branca e a violência no espetáculo tele-jornal**. Civilização Brasileira, 2003.
- THOMPSON, J. B. **O Escândalo Político: Poder e visibilidade na era da mídia**. Editora Vozes, 2002.
- TRAQUINA, N. **As Notícias**. In: TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999, p. 167-176.
- TUCHMAN, G. **Making News: a study in the construction of reality**. New York: Free Press, 1978.
- WEBER, M. H. **Imagem pública**. In: RUBIM, A. A. C. (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Editora da UFBA. São Paulo: Fundação Editora da UNESP (FEU), 2004, p. 259-308.

A performance como estrutura de sentimento e ferramenta política no filme *Tatuagem*¹

Ana Luiza Coiro Moraes²
Alisson Machado³
Tainan Pauli Tomazetti⁴

Resumo: O artigo analisa o filme *Tatuagem* (Hilton Lacerda, 2013), buscando entender as formas pelas quais esta narrativa fílmica, ao mostrar uma relação homossexual entre um soldado e um ator, aborda um sistema de vida amplamente organizado e sistematizado em função da lógica ditatorial militar em oposição a um contexto teatral artístico-anárquico, performático, dúbio e contestador das formas sociais estabelecidas. Para tanto, utilizamos como ferramenta metodológica o conceito de estrutura de sentimento, proposto por Raymond Williams, no esforço em perceber como as distintas performances apresentadas pelo filme podem ser lidas tanto como dominantes, na afirmação do regime militar, quanto como emergentes, nas formas pelas quais os personagens, utilizando principalmente o corpo como ferramenta política, se opõem ao sistema vigente, postulando a liberdade como direito universal dos indivíduos.

Palavras-chave: cinema *queer*; memória social; estruturas de sentimento; performance.

Introdução

O longa-metragem de ficção *Tatuagem* (Hilton Lacerda, 2013) narra a história de um grupo de teatro, “Chão de Estrelas”, localizado na periferia entre duas cidades do nordeste do Brasil. A história acontece em 1978, quando a ditadura militar⁵ começa a

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Audiovisual e Visual, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Professora no Mestrado em Memória Social e Bens Culturais do Centro Universitário La Salle (UNILASALLE), doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), com pós-doutorado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mails <anacoiro@unilasalle.edu.br> e <anacoiro@gmail.com>.

3 Graduado em Comunicação Social: Hab. Jornalismo. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: <machado.alim@gmail.com>

4 Graduado em Comunicação Social: Hab. Jornalismo. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria/RS. E-mail: tainanpauli@gmail.com. Bolsita Fapergs.

5 O regime ditatorial militar governou o Brasil de 1º de abril de 1964 até 15 de março de 1985.

dar sinais de esgotamento. O filme conta como essa trupe de teatro, juntamente com alguns intelectuais e artistas e seu público (majoritariamente formado por homossexuais), ensaiam um tipo de resistência política a partir de performances fundadas no deboche e na anarquia (TATUAGEM FILME)⁶.

O filme se alinha à prática de cinema *queer*⁷ que, como propõe Karla Bessa (2009), critica o binarismo das diferenças sexuais e destaca a sexualidade, os gêneros e os transgêneros como formas construídas culturalmente e articuladas em complexas e ambíguas tramas sociais. O termo *queer*, como esclarece a autora, surgiu como gíria pejorativa para nomear *gays* e lésbicas, mas, resignificado, passou a denominar formas de representação alternativas a respeito do gênero e da sexualidade. Para ela, “a soma de diversas identidades como legítimas, se antes eram tidas como fora da humanidade possível, monstruosa, agora adquirem o status de humanamente possível” (BESSA, 2009, p. 298).

O filme trata de personagens cujas identidades são ambíguas, mutáveis e plurais, explorando o corpo como maneira de opor-se às configurações sociais amparadas no modelo ditatorial. Dessa forma, as performances dos personagens podem ser pensadas, na proposição de Juliana Gonzaga Jayme (2005, p.158), como desterritorializadas, amparadas em territórios simbólicos construídos pelos próprios sujeitos nos contextos onde vivem, indo ao encontro “das afirmações sobre identidades, que se constituem em fluxo, na ambiguidade, no entrecruzamento de significados”.

De acordo com João Silvério Trevisan (2007, p 37) o desejo homossexual, em uma dimensão política, partilha tanto de uma pluralidade libertária quanto dos paradoxos e padronizações culturais de cada período. Os parâmetros sociais vigentes, ainda que deslegitimem a homossexualidade nos mais diversos aspectos, encontram no próprio ser formas de oposição, seja através daquilo que inscreve no próprio corpo (performance), seja através da manifestação de sua sexualidade em tom político. Dessa forma, indica Trevisan (p. 35), “na subversão cultural se inscreve o deboche, a desmunhecação, a ironia e o riso”.

Destarte, o objetivo deste artigo é promover uma abordagem ao filme *Tatuagem*, para analisar como as diferentes performances apresentadas pelos personagens no contexto da narrativa filmica incluem sentidos de oposição ou afirmação ao poder hegemônico ditatorial. Trata-se de investigar a memória das expressões culturais vividas por esses personagens, no contexto de um grupo de atores marginais, portadores de identidades “desviantes” e “anárquicas”. Para tanto, utilizamos o conceito de estruturas de sentimento, como proposto por Raymond Williams (2003 [1961], 1979 [1977] e 2013 [1979]), na tentativa de compreender como as diferentes performances que a narrativa apresenta, pensadas enquanto emergentes, residuais e dominantes, caracterizam o

6 Essas informações, bem como o *trailer* do filme, podem ser acessadas no site <<http://www.tatuagemofilme.com.br>>.

7 Conforme Bessa (2009), o termo surgiu no final dos anos de 1970, posterior aos *gender studies*, justificado pela alta permeabilidade e artificialidade entre as identidades de gênero e de um cinema autodenominado *gay*.

relação entre a arte, principalmente o teatro marginal, cuja memória é resgatada pelo filme, em oposição às configurações sociais, nos âmbitos artístico e social, amplamente reguladas no decorrer do regime militar.

Estrutura de sentimento como paradigma investigativo

Raymond Williams desenvolveu a ideia de estrutura de sentimento para indicar certas características comuns a grupos de escritores que compartilham determinadas conjunturas históricas, por estar certo de que “atos criativos compõem, dentro de um período histórico, uma comunidade específica: uma comunidade visível em sua estrutura de sentimento e demonstrável, acima de tudo, em suas escolhas formais decisivas.” (WILLIAMS, 2011 [1980], p. 35). Entretanto, ainda que tenha sido na literatura que Williams desenvolveu boa parte de suas análises, é dele a observação: “À literatura devemos acrescentar as artes visuais e a música e, em nossa sociedade, as artes abrangentes do cinema, do rádio e da televisão.” (WILLIAMS, 2011 [1980], p. 62).

Paul Filmer (2003) registra que apesar das dificuldades Williams reconheceu na ideia de estrutura de sentimento, que ele continuou a “refiná-la para chegar a um conceito central e carregado de sentido” que operacionalizou “suas análises das relações entre as restrições estruturais das ordens sociais e as estruturas emergentes das formações interpessoais, sociais e culturais” (FILMER, 2003, p. 200). Itania Gomes (2011) resume a trajetória desse processo:

O conceito, um dos mais significativos na obra de Williams, aparece pela primeira vez em “Preface to film”, livro publicado em coautoria com Michael Orrom, em 1954, reaparece em alguns artigos posteriores, ganha uma versão poderosa em “The Long Revolution” (1961), no capítulo dedicado à análise cultural, e em “Marxismo e Literatura” (1977), no qual aparece como um capítulo autônomo dedicado à teoria cultural. Em “Politics and Letters” (1979), livro que reúne uma série de entrevistas do autor à *New Left Review*, o conceito é debatido e revisto. (GOMES, 2011, p. 38-39)

Nesse percurso, Filmer (2003) observa duas características constantes no conceito de estrutura de sentimento. Em primeiro lugar, está a sua especificidade empírica histórica: “A estrutura é sempre a do sentimento real, ligado à particularidade da experiência coletiva histórica e de seus efeitos reais nos indivíduos e nos grupos”. (FILMER, 2003, p. 303). Em seu esforço para descrever as estruturações do que é efetivamente vivido pelos sujeitos, isto é, sua experiência, que é social, material e histórica, Williams aponta, o *locus* de atuação do conceito estrutura de sentimento:

Colocando de outra forma, o lugar peculiar de uma estrutura de sentimentos é a equivalência sem fim que deve ocorrer no processo da formação da consci-

ência, entre o articulado e o vivido. “Vivido” é apenas uma outra palavra para experiência: mas temos que encontrar uma palavra para esse plano (WILLIAMS, 2013[1979], p. 164).

A segunda característica é o fato de ele ser mais facilmente acessado na arte e na literatura de um período, embora possa ser encontrado também nos registros da história social ou da cultura. Trata-se, contudo, da própria condição formante da literatura e da arte, formalizando em linguagem o que nem sempre está visível nas instituições e convenções: “A ideia de uma estrutura de sentimentos pode ser especificamente relacionada à evidência de formas e convenções – figuras semânticas – figuras semânticas que na arte e na literatura estão quase sempre entre as primeiras indicações que tal estrutura está se formando” (WILLIAMS, 1979 [19977], p. 134).

Em “The long revolution”, Williams (2003 [1961], p. 57) explica que escolheu a expressão estrutura de sentimento para operacionalizar suas análises da cultura porque ela é “tão sólida e definida como sugere a palavra ‘estrutura’, mas atua nos espaços mais delicados e menos tangíveis de nossa atividade.” Como já se comentou em outro momento, a conotação que Williams conferiu à palavra estrutura, qualificando-a com sentimento, agregou subjetividade ao termo tradicionalmente reconhecido como um conceito duro nas análises de cunho marxista, cuja finalidade seria aproximar as teorias sociais da objetivamente científica, fugindo de qualquer traço emocional e, mais do que isso, desqualificando-os (COIRO-MORAES, 2012, p. 105-106). Gomes (2011, p. 39) acrescenta que “‘sentimento’ aparece aí para marcar uma distinção em relação aos conceitos mais formais de visão de mundo, ideologia, consciência, para dar conta de significados e valores tais como são vividos e sentidos ativamente [...]”.

Para Cevasco (2001, p. 152) o que levou Williams à urdidura da ideia de estrutura de sentimento foi a sua tentativa de fugir à “armadilha” contida no conceito de ideologia. Nas palavras dela: “a aplicação mecânica de elementos externos aos produtos de significação; uma repetição, no nível da análise, do hábito de predefinir as características da base e buscá-las na superestrutura”. Na mesma direção aponta Higgins (1999), afirmando que a ideia de estrutura de sentimento foi concebida como um desafio direto à explicação marxista de reprodução cultural. Segundo o autor, quando Williams substitui por estrutura de sentimento os termos utilizados por Marx⁸, está justamente se contrapondo ao paradigma base e superestrutura. De *Preface to film*, ele destaca no texto de Williams:

Em princípio, parece claro que as convenções dramáticas de um determinado período são fundamentalmente relacionadas com a estrutura de sentimento nesse período. Eu uso a expressão estrutura de sentimento, pois ela me parece

8 Higgins está se referindo à frase citada por Williams em “Cultura e Sociedade”: “O modo de produção da vida material determina o caráter geral dos processos da vida social, política e espiritual” (MARX *apud* Williams, 2011 [1982], p. 291)

mais precisa, neste contexto, do que ideias ou vida em geral. Todos os produtos de uma comunidade em um determinado período estão, como hoje usualmente acreditamos, essencialmente relacionados, embora, na prática, em detalhes, isso nem sempre seja fácil de ver (WILLIAMS, 1954, *apud* HIGGINS, 1999, p. 40, tradução nossa).

Sintetizando, Hall (2003 [1980], p. 142-143) salienta a “deliberada condensação de elementos aparentemente incompatíveis” de Williams, incorporando sentimento a estrutura, para ultrapassar quaisquer abstrações analíticas que impliquem a “distinção entre instâncias e elementos” e considerar o “processo cultural em seu conjunto”.

Assim, em nosso esforço em apontar estrutura de sentimento como ferramenta teórica a serviço de análises de artefatos culturais, ela pode ser trabalhada de modo a demonstrar algumas das facetas que compõem o processo de seu refinamento (e multiplicidade) conceitual. Dessa forma, é possível contextualizar o conceito de estrutura de sentimento como ideia onde se vislumbra o *Zeitgeist* como elemento formador. Escreve Williams que esta é uma qualidade particular da experiência e do relacionamento social, historicamente distinta de outras formas e qualidades particulares, capaz de produzir sentidos referentes a uma situação ou período.

[...] Estamos falando sobre elementos característicos de impulso, restrição e tom; especificamente elementos afetivos da consciência e dos relacionamentos: não sentimento contra pensamento, mas pensamento como sentimento e sentimento como pensamento: consciência prática de um tipo de tempo presente, em vívida e inter-relacionada continuidade (WILLIAMS, 1979, p. 133).

Contudo, ainda que haja uma aproximação conceitual, nessa descrição, percebe-se que o conceito de estrutura de sentimento de certa forma laiciza o aspecto demiúrgico contido no *Zeitgeist*, conferindo o protagonismo histórico das mudanças sociais não à índole de uma época, mas à materialidade das experiências humanas, todavia considerando “o que é articulado” e “o efetivamente vivido” em um mesmo patamar hierárquico de concretude. Isso porque, também é possível pensar em estrutura de sentimento como forma de desvelar convenções, na leitura de Higgins (1999) a Williams, no sentido de consentimentos tácitos e de padrões de aceitação entre o que é dado na esfera da produção cultural e a consciência social que daí emerge.

Em “Marxismo e Literatura”, a articulação entre as diferentes temporalidades contidas no conceito de estrutura de sentimento, isto é, passado, presente e futuro, é dada através das noções de dominante, residual e emergente. Williams (1979 [1977]) preconiza que as manifestações culturais compreendem os resquícios dos modelos estabelecidos no passado – a perspectiva residual – o que emerge como novo, contrapondo-se ao modelo dominante – a perspectiva emergente; e o que no processo cultural se constrói como o modelo estabelecido e reconhecido pelos indivíduos, isto é, a perspectiva dominante ou hegemônica no momento observado.

No modo de ver de Bonnie Brennen (2003), estrutura de sentimento não se enquadra exatamente como um conceito, e sim como uma “uma hipótese cultural” que Williams prevê “não apenas como um constructo teórico, mas também como um método específico de análise”.

Por exemplo, em “The long revolution”, estrutura de sentimento articula os significados e valores específicos encontrados nas relações e elementos materiais da cultura, e esclarece o processo de desenvolvimento histórico através das quais estruturas sociais específicas emergem e mudam. É especificamente nas formas e convenções da literatura e arte, elementos de um processo social material, que as evidências de estruturas de sentimento, tanto dominantes quanto emergentes, podem mais facilmente ser encontrados (BRENNEN, 2003, p. 18, tradução nossa).

Finalmente, tendo em vista o intuito deste artigo, de explorar o alcance epistemológico do conceito de estrutura de sentimento, articulamos as noções de residual, emergente e dominante para a análise das processualidades das performances encontradas no filme *Tatuagem*. Através delas buscamos perceber as formas eleitas pela narrativa para colocar em cena os diferentes horizontes de sentido e sentimentos, inscritos em um período histórico específico, a ditadura militar brasileira, no qual os personagens, através da manifestação de sua liberdade e corporalidade, realizam atos performativos de resistência.

Corpo e performance como discursos contraculturais

Desde a segunda metade do século XX a atuação das artes e do(s) artista(s) tornou-se um meio/mídia para inscrição do indivíduo-sujeito no processo de transformação histórica, cujos sentidos passam a se esvaír do objeto ou peça artística para dar espaço ao próprio momento sistemático da ação: *a performance*. É no contexto pós-Segunda Guerra que ocorrem as primeiras expressões fomentadas por esse tipo de ação, ocorridas não ocasionalmente durante um período de verdadeira revolução cultural no ocidente.

Conforme aponta Cohen (2002) em seu livro, “Performance como Linguagem”, o estudo deste tipo de expressão artística deve levar em consideração o movimento de ruptura com o que se considera a “arte-estabelecida” em determinado momento histórico. Em suas palavras, “a performance acaba penetrando por caminhos e situações antes não valorizadas como arte. Da mesma forma, acaba tocando nos tênues limites que separam vida e arte” (COHEN, 2002, p.38). Para o autor, a performance está ontologicamente ligada à experiência e interação como os diferentes sentidos e modos de encarar a própria arte.

Ao encontro deste tipo de expressão artística floresce no mesmo período um movimento de contestação cultural, conhecido, de acordo com Roszak (1972), como movimento contracultural. Um fenômeno heterogêneo, disseminador de formas e práticas

contestatórias aos sistemas de opressão vigentes. O movimento contracultural tem seu início nos Estados Unidos, na segunda metade da década de 1960, no contexto da Guerra do Vietnã, principalmente através da atuação de jovens que buscavam formas de vida alternativa às expressões de uma sociedade baseada no consumo. Dessa maneira, não somente as artes formaram um campo privilegiado de contestação cultural, mas igualmente o (domínio) do corpo e do pensamento, inscrevendo nele uma diversidade de signos capazes de fazer frente às formas de dominação social.

De acordo com Cohen (2002, p. 43), a contracultura e o movimento hippie, nos anos 1960, são fortemente marcados pela experimentação cênica, como formas de atingir os princípios sociais e humanistas da época, visando libertar o homem das amarras impostas pelo sistema vigente. A performance, inscrita na prática teatral, desde sua origem preocupou-se em interpelar a plateia, mas, especialmente nesse contexto, foi pensada enquanto forma de intervenção e modificação, “que visa causar uma transformação no receptor” (COHEN, 2002, p.46).

A performance não se estrutura de forma aristotélica (apresentando começo, meio e fim em uma linha narrativa), mas apoia-se em uma *collage* de elementos. Em sua forma livre e anárquica, abriga diversas linguagens, “tornando-se uma espécie de legião estrangeira” (COHEN, 2002, p. 57), incorporando repertórios díspares e buscando escapar das delimitações disciplinares. O autor enfatiza a radicalidade da performance na qualidade de linguagem experimental, sem compromissos com a mídia, nem com expectativas do público ou engajamento ideológico. Porém, no contexto da performance teatral, em muitos casos, “existe uma identificação com o anarquismo que resgata a liberdade na criação, esta a força motriz da arte” (COHEN, 2002, p. 45), como forma de fazer frente ideológica de oposição.

No Brasil, de acordo com Coelho (2005, p. 39), a contracultura foi um movimento que procurou romper com a modernização da sociedade posta de forma autoritária pela ditadura militar, estabelecida a partir do Golpe de 64. Neste contexto, do Estado como ator principal e sujeito da vida social dos indivíduos, as formas de manifestação contracultural incidiam nas mais diferentes dimensões da vida cotidiana, articuladas à luta política, à ênfase na subjetividade, à aproximação com os contextos marginais e modos de vida alternativos, criticando a dependência cultural, política e econômica brasileira desde o “Descobrimento”.

Em termos de libelo da expressão artística da contracultura, podemos citar o “Manifesto Hippie”, de Luiz Carlos Maciel, publicado no jornal *O Pasquim*, em janeiro de 1970. Nele, o jornalista denuncia os limites da “velha razão” e apresenta “um novo tipo de sensibilidade, capaz de ultrapassar esses limites” (COELHO, 2005, p. 40). Dentre muitas, algumas formas artísticas de oposição à ditadura brasileira também podem ser citadas: a atuação da UNE (União Nacional dos Estudantes) e do CPC (Centro Popular de Cultura), manifestações na área da música, como as composições “Canção do Subdesenvolvimento”, de Carlos Lyra; “Roda Viva” e “Cálice”, de Chico Buarque; nas

artes cênicas podemos destacar os teatros *Oficina e Arena*, o grupo *Dzi-Croquettes*, e o *Vivencial*, teatro anarquista que teve força nos anos 70 colocando em cena discussões de gênero e inquietações políticas, motivo inspirador do cineasta para o longa-metragem.

Adentrando em outra perspectiva, as propostas artísticas contraculturais, no contexto de nossa pesquisa, são produzidas através da atuação dos personagens sociais/atores que performantizam utilizando o corpo como ferramenta política de oposição social às configurações vigentes. Quanto a isso, Foucault (2013, p. 65) esclarece que “o corpo é a superfície de inscrição dos acontecimentos”, e nele se inscrevem tanto os estigmas do passado, os desfalecimentos e os erros quanto às possibilidades de luta e de resistência. O lugar ambíguo que o corpo ocupa, em Foucault, pode ser entendido quando o autor escreve que seu domínio e consciência só foram possíveis através dos investimentos do corpo pelo poder. Embora, em função disso, os movimentos que o poder produziu no corpo tenham possibilitado a reivindicação do mesmo enquanto forma de contrapor-se ao poder.

Ferreira (2007, p. 293) afirma que o corpo assume um estatuto de operador social. Através do corpo o social torna-se possível e revela a sua eficácia perante o indivíduo. Para o autor, além de reprodutor estrutural da ordem do mundo, o corpo pode também ver vivido e agenciado intersubjetivamente, como um lugar de resistência e emancipação social. Dessa forma, o corpo revela sua dupla capacidade, de conformação e confrontação social, “de controle e resistência, de autoridade e subversão, de contenção e excesso, de disciplina e transgressão, de poder e evasão, de alinhamento e oposição, de reprodução e inovação, de dominação e agenciamento, de subordinação e emancipação.”

De acordo com Débora Krischke Leitão e Cornélia Eckert (2004), o homem propõe-se de forma científica e objetiva, mas também o faz afirmando-se em função de sua subjetividade. O princípio e valor central do mundo, a racionalidade, antes depositada sobre a religião, passa a centrar-se na liberdade dos sujeitos. A Revolução Francesa e a Declaração dos Direitos Humanos são, para as autoras, exemplos da liberdade tomada como um valor inquestionável do homem. Nesse sentido, o homem passa a manifestar a sua liberdade a partir do domínio do próprio corpo, bem como através das performances corporais como forma de presença e leitura do mundo, marcando “o momento alto de dominação do homem sobre seu corpo [...]. O corpo biológico estaria, assim, subordinado a uma vontade racional e emocional do indivíduo” (LEITÃO; ECKERT, 2004, p. 13).

Em função da narrativa analisada, destacamos que no nível individual, a tatuagem também é pensada como forma pessoal de afirmar a autonomia do sujeito sobre seu corpo. Como afirma Santaella (2003, p. 261), a tatuagem, bem como as demais expressões da *body art* possuem um sentido autobiográfico, utilizando do corpo como uma ferramenta particular e discursiva. A tatuagem é, portanto, uma performance imóvel, incrustada na pele. O corpo tatuado representa um espaço de ação no qual o indiví-

duo possui o incondicional direito de expressar-se, demarcando sua vontade e interesse perpétuo de posse e retorno, bem como efetivando-se enquanto marca visível de sua existência, confronto e resistência perante aqueles que o subjulgam.

Tatuagem: “A nossa arma é o deboche!”

O filme *Tatuagem* desenvolve sua trama em torno do relacionamento homossexual de um ator, Clécio, dono de um cabaré anarquista e líder de uma trupe de teatro, com Fininha, soldado do Exército pernambucano. A trama acontece no Recife, em 1978, último ano de vigor do Ato Constitucional número 5, o AI5⁹.

Na narrativa, o soldado vai até o cabaré “Chão de Estrelas”, onde entra em contato com um universo anárquico e burlesco, envolvendo-se afetivamente com Clécio em uma relação homossexual. Nesse ponto, o filme passa a explorar dois extremos, a organização de um novo espetáculo, censurado pela polícia local e a estrutura de sentimentos que traduz a experimentada pelo soldado, que se vê preso a estruturas organizadas anteriormente, o quartel e a um relacionamento heterossexual, mas deseja a vida errante do grupo e o amor do personagem Clécio.

O filme estabelece performances durante a narrativa, que podem ser lidas através das estruturas de sentimento propostas por Raymond Williams. Para tanto, destacamos alguns desses movimentos. Sublinhamos que esta análise compreende uma aproximação ao objeto, não tendo a intenção de vasculhar a totalidade da narrativa, mas sim os principais aspectos de leitura que elencamos, a fim de construir os sentidos expressos pelo filme de libertação do corpo como forma de oposição à ditadura militar.

Quanto às estruturas de sentimento que podem ser lidas através do filme, podemos destacar o sentido dominante das imagens que apresentam o quartel como extensão do poder militar. Em uma das cenas, as guardas das camas, no dormitório dos soldados, confundem-se com as celas de uma prisão. Vemos Fininha, um dos principais personagens do filme, aprisionado nesse sistema de vida dominante. Em outra cena, os soldados, enquanto um grupo de sujeitos, orientados dentro de uma estrutura prévia, performatizam de forma rígida e organizada o treinamento militar. Nas imagens, os vemos em linha reta, executando movimentos altamente organizados. Ouvimos, em coro, os soldados dizendo: “Respeitamos nossa mãe, mas amamos nossa pátria!” Em uma das cenas, o comandante indaga ao grupo a quem eles devem respeito. Ouvimo-os responder que somente à pátria. Podemos afirmar que esta é a estrutura de sentimento dominante que sintetiza o poder militar como hegemônico da sociedade no período histórico em que se circunscreve o filme. O universo do quartel como representação da organização militar, se opõe às cenas que representam o grupo de teatro.

9 Promulgado em 13 de dezembro de 1968, o AI5, dava poderes extraordinários ao Presidente da República, garantido poderes absolutos ao regime ditatorial, suspendendo as garantias constitucionais e o Congresso Nacional.

“Chão de Estrelas” é apresentado como um universo animado e burlesco, que borra as fronteiras entre o masculino e o feminino, entre a utopia e a realidade. Os personagens, muitos deles homossexuais, utilizam a dança, o canto e as performances em cena, bem como o próprio corpo, inscrito em signos ambíguos, como forma de discurso político fazendo apologia à liberdade. Liberdade não apenas de sua sexualidade, mas de todo e qualquer sistema de vida que possa opor-se às normas vigentes. Nesse sentido, a estrutura de sentimento sobre a qual o grupo se organiza é uma estrutura emergente, pois busca negar sentidos dominantes e trazer à vida um sentimento novo, manifestados nos desejos e ações desses sujeitos que não vislumbram lugar na estruturação social.

Nas cenas de apresentação da trupe, vemos imagens dos personagens em profunda desordem, cantando, dançando, rindo e encenando diferentes papéis em um ambiente festivo, onde assumem posicionamentos ambíguos e alegóricos. Ouvimos que a arma do grupo é o deboche (deboche da estrutura social vigente). O grupo se apresenta como o *Mouling Rouge* do subúrbio, como a *Broadway* dos pobres e o *Estúdio 54* da favela, fazendo referência a um estilo de vida artístico, burlesco e marginal. A própria existência e atuação do grupo representa uma estrutura de sentimento emergente. Na sociedade apresentada pelo filme, não há espaço para artistas homossexuais anarquistas que destoam dos valores dominantes.

Uma das principais performances do grupo, posteriormente censurada, é quando os personagens se apresentam completamente nus. A nudez, recorrente no filme, representa a liberdade individual como ápice dos desejos sociais. O corpo despido figura como retorno do ser humano à natureza e, além disso, serve como negação à ditadura e às hierarquias sociais, uma vez que um corpo nu é igual a todos os demais. A performance afirma um sentimento emergente, de igualdade social, alertando para a superficialidade das formas de discriminação, violência e preconceito e para a artificialidade do sistema vigente. Nesse sentido, a libertação do corpo, física e socialmente, é uma das principais estruturas de sentimento emergentes que podemos destacar da obra, pois, no contexto da ditadura militar, expressa pelo filme, representa o desejo múltiplo, de uma sociedade libertária e democrática.

Neste contexto histórico determinado, a contradição que ocorre neste tipo de relação faz com que ambas as estruturas existam uma em relação de negação à outra. Os sentimentos surgem (e se insurgem contra as estruturas dominantes) e são experimentados pelos personagens em conformação com essas duas estruturas: uma que domina e é regida pelos aparatos, físicos e ideológicos, da força do Estado e outra que emerge, regida pela ação individual e coletiva libertária, articulada por um grupo social marginalizado. Denominamos, nesse sentido, toda a ação emergente encontrada no enredo como antiestrutural em relação à estrutura social normativa. Dessa forma, em cena, vemos o embate entre a anarquia e a ordem militarmente estabelecida; a libertação do corpo frente às formas de opressão e a homossexualidade contrastando com a heterossexualidade.

Outra performance emergente encontrada no filme é quando Fininha, o soldado, faz uma tatuagem em seu peito. Um coração contendo a letra “C”, inicial do nome de Clécio. A tatuagem representa uma microperformance do personagem em oposição à organização estrutural do regime vivido. O militar homossexual, apaixonado pelo ator, inscreve na carne aquilo que sente. Na narrativa do filme este ato representa, mais uma vez, uma estrutura de sentimento que é emergente. Além de sinalizar a naturalidade da relação homossexual, provoca o deslizamento entre as fronteiras de ambos os sistemas. Mais do que uma prova do seu amor, a tatuagem, além de resumir o sentimento do personagem, sinaliza todo um sistema de vida que começa a buscar espaço, opondo-se à sistematização social em vigor.

O diretor, ao eleger o dominante na figura do soldado, que aos poucos passa a relacionar-se com as estruturas emergentes, aposta em uma metáfora bem sucedida. Quando os dois personagens se relacionam, o soldado, representante simbólico da organização militar, indica que o sentimento dominante que está em fase de transição para se tornar residual. No filme, a ditadura dá sinais de seu fim, embora ainda insista, através da atuação da polícia, de forma violenta na repressão dos corpos em cena, censurando o espetáculo teatral.

A anarquia como crítica à regulação social e o deboche como ferramenta política de oposição à estrutura ditatorial figuram nas vozes e performances do grupo de teatro conscientizando a plateia, através do humor, de que a liberdade deve ser o valor fundamental da sociedade. A liberdade, um sentimento residual no contexto da ditadura miliar somente torna-se efetivamente vivida a partir da luta por sua reconquista, renovando-se no trânsito (não livre de conflito) de um sentimento emergente e marginalizado que tensiona as estruturas sociais para tornar-se, em devir e transformação social, em um sentimento dominante.

As estruturas de sentimento, no filme *Tatuagem*, manifestam-se através da atuação performática inscrita no corpo dos personagens. De um lado, representando um sentimento dominante estruturado na sociedade da época, temos o corpo do soldado. Este performatiza uma série de operações e procedimentos regulatórios que alinham este personagem como um modelo representativo da ação militar. De outro, temos os corpos errantes e flutuantes dos atores, responsáveis pela sedução do personagem. A liberdade expressa e reivindicada pelo grupo de teatro, seja ela social ou, em um nível pessoal, sexual, faz desmoronar, no personagem, as certezas e regulações de sua vida, movimenta-o em função de novas formas de experimentação da vida. Fininha representa mais do que um sujeito preso à estrutura regimentar do aquartelamento. Nele inscrevem-se o medo e a paixão pelo outro, altamente sedutor.

As performances do grupo de teatro, além de fazerem oposição aos ditames sociais da ditadura militar, tanto no nível cultural, quanto social e pessoal (inclusive a liberdade sexual), representam na narrativa fílmica o universo invejado e, por isso temido e odiado, daqueles que podem juntar-se ao grupo, ou sequer podem manifestar qualquer

vontade de aproximação, seja ela física ou ideológica. A anarquia, expressa na carnava-
lização, na suposta falta de regras e na vivência do marginal contradizem a estruturação
social vigente. O corpo é, portanto, o ponto de partida para a luta, inclusive simbólica,
pela liberdade, individual e coletiva.

Na narrativa de *Tatuagem*, as estruturas de sentimento se efetivam e manifestam-se
a partir da interrelação dos sujeitos organizados em distintas práticas sociais e comuni-
cativas, estabelecidas em suas experiências vividas. O regime militar, expresso no filme
através da ação do quartel e da polícia, sistematiza o sentimento dominante na época.
O quartel é vivido pelo personagem como uma prisão, não permitindo a realização de
seus sentimentos emergentes, inclusive sua sexualidade, despertada através de sua re-
lação com o grupo de teatro. A polícia, regulando as práticas culturais, também figura
na narrativa em função da ação dominante do Estado, censurando as performances do
grupo que aliam sentimentos políticos emergentes às formas artísticas dos contextos
marginais onde se realizam.

Em contraponto, os sentimentos emergentes figuram a partir dos corpos dos atores,
das performances e dos constantes movimentos antiestrutura e antiregulação realizados
por eles, estabelecendo uma relação de confronto perante os sentimentos dominantes.
Os personagens, travestidos de muitas alegorias, denunciam o sistema vigente, fazendo
do corpo uma ferramenta política de contestação do regime militar e uma ferramenta
cultural, ao expressarem as diversas possibilidades possíveis nos diferentes âmbitos da
realização humana.

Considerações finais

Por fim, destacamos a importância da prática cinematográfica analisada, que se
constitui enquanto narrativa ficcional capaz de resgatar as memórias e conflitos de um
período histórico específico em nosso país, distanciando-se das matrizes históricas con-
solidadas. A observação do marginal, do anárquico, da antiordem pode surgir como
pista da transformação do período histórico específico, altamente negligenciado pela
historiografia estabelecida.

Por seu turno, o uso do corpo como expressão dessas mudanças e enfrentamen-
to à ditadura militar brasileira, no filme *Tatuagem*, confirma estruturas de sentimento
emergentes no cenário dos estudos culturais a partir da palavra de ordem adotada pelos
movimentos feministas, cuja atuação tem origem no bojo das manifestações em prol
dos direitos civis nos anos 1960: “o pessoal é político”.

Referências

BESSA, Karla. Cinema e projeção de seus: estética, política e subjetividade quer na era urbana
contemporânea. In: NAXARA, Márcia; MARSON, Isabel; BREPHEOL, Mariom (orgs.). **Figurações
do outro na história**. Uberlândia: EDUFU, 2009, p. 285-306.

BRENNEN, Bonnie. Sweat not melodrama: reading the structure of feeling in all the president's men. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, London, v.4, n.1, p. 113-131, 2003. Disponível em: <<http://www.ijpc.org/watergate.pdf>>. Acesso em: 11.fev. 2014.

CEVASCO, Maria Elisa. *Para ler Raymond Williams*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. A contracultura: o outro lado da modernização autoritária In: **Anos 70: trajetórias**. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2005.

COHEN, Renato. **Performance como linguagem**: criação de um tempo-espaço de experimentação. São Paulo: Perspectiva, 2002.

COIRO MORAES, Ana Luiza. Estudos culturais aplicados a pesquisas em telejornalismo: paradigmas investigativo e metodológico no Jornal do Almoço. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). **Análise de telejornalismo**: desafios teórico-metodológicos. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 97-115.

FERREIRA, Vitor Sérgio. Política do corpo e política da vida: a tatuagem e o *body piercing* como expressão corporal como uma ética da dissidência. In: **Etnográfica**, n. 11, v. 2, p. 291-326, nov. 2007.

FILMER, Paul. Structures of feeling and socio-cultural formations: The significance of literature and experience to Raymond Williams's sociology of culture. **British Journal of Sociology**, London, v.54, n.2, p.199-219, jun. 2003. (Tradução brasileira de Leila Curi Rodrigues Oliveira, publicada na Revista Estudos de Sociologia, Araraquara, v.14, n.27, p. 371-396, 2009. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/1944/1582>>. Acesso em 10. fev. 2014.

FOUCAULT, Michel. Nietzsche, a genealogia da história; Poder-Corpo. In: **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2013.

GOMES, Itania Maria Mota. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In GOMES, Itania Maria Mota e JANOTTI JUNIOR, Jeder (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 29-48.

HALL, Stuart. Estudos Culturais: dois paradigmas. In: HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Organização Liv Sovik. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003. p. 131-159.

HIGGINS, John. **Literature, Marxism and cultural materialism**. London/New York: Routledge, 1999.

JAYME, Juliana Gonzaga. Travestis, transformistas, dragqueens, transsexuais: pensando a construção de gêneros e identidades na sociedade contemporânea. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005, p. 149-168.

LEITÃO, Debora Krischke; ECKERT, Cornélia. À flor da pele: estudo antropológico sobre a prática da tatuagem em grupos urbanos. In: **Iluminuras**, v. 5, n. 10, 2004.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil da colônia à atualidade**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

ROSZAK, Theodore. **A contracultura**. Rio de Janeiro: Vozes, 1972.

WILLIAMS, Raymond. **La larga revolución**. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003 [1961].

_____. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979 [1977].

_____. **A política e as letras: entrevistas da New Left Review**. São Paulo: Unesp, 2013 [1979].

_____. Problemas do materialismo. In: WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011 [1980]. p. 139-166.

_____. **Cultura e sociedade: de Coleridge a Orwell**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011 [1982]).

História da Mídia Digital

O que me representa – a constituição do sujeito cultural como experiência estética em Sites de Redes Sociais¹

Laura Seligman²

Resumo: Os *Sites* de Redes Sociais são ambientes em que os sujeitos têm a possibilidade de reinvenção de si, locais de virtualização dos sentidos e de experiências estéticas. Esta pesquisa analisou os compartilhamentos de bens culturais feitos por 75 sujeitos de pesquisa durante 30 dias consecutivos no Facebook. Todos jovens, entre 15 e 25 anos, moradores do estado de Santa Catarina. Como método de coleta e interpretação dos dados, foram utilizadas as técnicas da Análise de Conteúdo, segundo Krippendorff (1990). A coleta durou 30 dias consecutivos de observação sistemática. Os bens culturais postados, curtidos e compartilhados foram anotados e organizados em categorias conforme o desenvolvimento da observação. A análise levou a inferências que apontam para uma juventude ligada a bens culturais audiovisuais, afastada das gerações anteriores essencialmente livrescas, mas que ainda quer se representar por bens que deem a ideia de rebeldia – uma revolução coletiva, mas ligada a interesses individuais.

Palavras-chave – Mídia Digital; Cultura Juvenil; Representações de si; Facebook; Bens culturais.

Introdução

A virtualização de muitas das práticas sociais vem trazendo novos conceitos que derivam de suas transformações. O que era um fato social³, hoje pode causar estranhamento por esses meios que se afastam do que era considerado “normal” e provoca, inclusive, outros choques de gerações.

1 Trabalho a ser apresentado no GT História da Mídia Digital, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Doutoranda em Comunicação na UTP/PR, professora na Univali/SC, líder do grupo de pesquisa Monitor de Mídia, vice-coordenadora da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoi), editora da revista Vozes e Diálogo – <seligman@univali.br>.

3 Utilizamos aqui o conceito de Emile Durkheim.

Dessa forma, praticamente não vamos mais ao banco, utilizamos a Internet; compramos sem sequer conhecer ou tocar o produto, via e-commerce; podemos ler obras dispostas em bibliotecas distantes, por e-books; fazemos amizades, amores e todo o tipo de relacionamento, virtualizando também os sentidos. “A virtualização atinge mesmo as modalidades do estar junto, a constituição do ‘nós’: comunidades virtuais, empresas virtuais, democracia virtual...” (LÉVY, 1998, p. 2).

Essa não presença, descrita pelo autor, não é denotativa de não existência. Lévy (1998) define os conceitos de real, atual e virtual a partir da obra de Deleuze e Guattari (1992), em que os autores explicam que o real e o virtual não se opõem, pelo contrário. O virtual representa as possibilidades de existência, ou atualização. “[...] a virtualização fluidifica as distinções instituídas, aumenta os graus de liberdade, cria um vazio motor. Se a virtualização fosse apenas a passagem de uma realidade a um conjunto de possíveis, seria desrealizante” (LÉVY, 1998, p. 7).

O espaço-tempo reorganizado por essas outras práticas (e aqui não chamaremos mais de novas práticas, elas já estão incorporadas às realidades sociais) modifica também os conceitos que usamos. Essas reacomodações são necessárias sempre que, por exemplo, um novo meio de comunicação se faz presente em nossas vidas. Assim ferrovias aproximaram cidades, telefones aproximaram pessoas, a Internet atualizou essas relações e ainda outras, como por exemplo, os sistemas de registro e de transmissão que hoje convergem em um mesmo meio.

Essa pesquisa debruçou-se sobre os registros feitos por jovens catarinenses em um Site de Rede Social, o Facebook, a respeito de suas preferências culturais marcadas pelo compartilhamento de diversos bens culturais- livros, músicas, filmes etc. Dessa forma, inferimos que os compartilhamentos funcionariam como representações de si – uma imagem virtualizada (construída ou reconstruída) que é aparente às suas redes sociais. A constituição desses sujeitos de pesquisa como sujeitos culturais em ambiente de convergência midiática. Trata-se, a nosso ver, de uma experiência estética tanto para o sujeito que publica sua preferência quanto para os que a acessam por esse meio – através dessas experiências culturais online, vamos desenvolvendo um senso estético que nasce nesse ambiente, mas que ainda faz sentido fora dele.

A constituição do sujeito

O sujeito não é um dado. Ele se constitui e se fabrica determinado tipo de indivíduo. Michel Foucault, em sua obra, tratou dessa constituição no âmbito social, na sexualidade e nas práticas judiciais, por exemplo. Mais precisamente em *A arqueologia do Saber*, Foucault (2008) fala desse sujeito não dado, mas constituído e também do sujeito não mais visto como uno, visão iluminista, mas visto como múltiplo. Assim, Foucault (1984, p. 298) se encarrega de “produzir uma história dos diferentes modos de subjetivação do ser humano dentro da nossa cultura”.

Os processos de subjetivação relatados por Foucault dizem respeito às relações de si consigo. São “os processos de subjetivação e de objetivação que fazem com que o sujeito possa se tornar, na qualidade de sujeito, objeto de conhecimento.” (FOUCAULT, 2004, p. 236). Ou melhor, é o modo como o indivíduo se vê como sujeito legítimo na relação sujeito objeto. Esses movimentos são chamados pelo autor de jogos de verdade – “os modos pelo quais os discursos podem ou não se tornar verdadeiros de acordo com as circunstâncias em que são ditos. a maneira pela qual um determinado tipo de objeto se relaciona com o sujeito” (CASTANHEIRA; CORREA, 2013, p. 2).

A constituição do sujeito para Foucault (2006), então, parte do conceito de cuidar de si para então se ocupar dos outros. “É preciso ser para si mesmo, e ao longo de toda a sua existência, seu próprio objeto. Daí a ideia da conversão a si (*ad se convertere*) ideia de todo um movimento pelo qual se retorna sobre si mesmo [...]” (FOUCAULT, 2006, p. 601).

Tomamos, nessa pesquisa, o conceito de Foucault como as relações que os indivíduos detentores de perfil no Facebook mantêm com o próprio ambiente, com seus grupos formados nele e com cada indivíduo integrante dessas redes. Dessa forma, se constituem sujeitos afeitos àquele ambiente, com discursos próprios para o contexto e as possibilidades que ele oferece.

As impregnações tecnoestéticas na constituição do sujeito

Os avanços tecnológicos incrementam essas potencialidades de constituição do sujeito descritas por Foucault. Os modos como pensamos o mundo e como agimos têm suas representações recriadas e seu alcance ampliado por meio dessa tecnologia. Segundo Caetano (2012), é por meio dessas representações que o homem pensa o mundo e age sobre ele, por mediações simbólicas. Também é importante frisar a extensão do conceito de estético para além do universo artístico, chegando aos estudos do cotidiano, aos regimes de presença no mundo. Segundo Gumbrecht (2006, p. 51), “Uma vez que ela se opõe ao fluxo de nossa experiência cotidiana, os momentos da experiência estética se parecem com pequenas crises”.

A autora recorre a Manovich para esclarecer a necessidade de uma infoestética: “uma análise teórica da estética de acesso à informação bem como a criação de novos objetos midiáticos que “esteticizem” o processamento de informação⁴”. (MANOVICH *apud* CAETANO, 2012, p. 250). A autora acentua ainda o “caráter fluido das identidades, que é, aliás, inerente às suas constitutividades” (*op. cit.*, p. 252).

Por meio dos compartilhamentos de bens culturais e ainda das interações que derivam deles, então, a nosso ver, nossos sujeitos de pesquisa constroem uma identidade pessoal ligada ao consumo desses bens.

4 Tradução nossa.

Surge, portanto, como desafio ao estudioso das dinâmicas interacionais da sociedade contemporânea, mediadas pelos meios de comunicação ou pautadas pela copresença, investigar, sem apelo a polarizações tradicionais, em que medida os acionamentos das sensações, dos afetos, das paixões e emoções constroem um encontro “comunicacional”, ou confinam seus usos aos fins da cultura de consumo, encerrando o sujeito na reificação, não só cognitiva, mas sensorial com os objetos. (CAETANO, 2011, p. 22)

Quatro conceitos descrevem a experiência estética segundo Gumbrecht (2006): o conteúdo da experiência “sentimentos íntimos, as impressões e as imagens produzidos pela nossa consciência” (p. 54); os objetos da experiência estética, “coisas suscetíveis de desencadear tais sentimentos, impressões e imagens”; as condições da experiência estética, “circunstâncias situacionais historicamente específicas nas quais a experiência estética estaria baseada”; e ainda os efeitos da experiência estética, consequências e transformações decorrentes dela.

As construções feitas através dos compartilhamentos de bens culturais não têm o caráter de estranhamento ou o caráter repentino, mas configura-se em experiência estética na medida em que faz o outro interromper o fluxo informativo de sua rede social para ater-se naquele *post* e prestar atenção.

As invenções de si

O virtual é possibilidade – nele, podemos construir identidades ou reconstruir a que gostaríamos que nos fosse próxima. Para alguns autores, trata-se de um universo paralelo, em que a oportunidade de existência não física permite ao sujeito repensar suas identidades. “Trata-se um objeto que encoraja as pessoas a reformar o sentido do eu em termos de janelas e vidas paralelas” (TURKLE, 2004, p. 22).

Podemos, portanto, nesse ambiente, representar personagens ou mesmo criar papéis próximos ou muito distantes do que somos ou podemos ser; tudo conforme o que desejamos. São como segundas chances, ou como sugere o nome de um *game* de sucesso no início dos anos 2000, uma segunda vida, *second life*.

Nesses movimentos, o sujeito se reinventa por imitação, ou no caso do sentimento de estar marcado pela falta, cria livremente outra identidade, que lhe satisfaça perdas ou faltas.

O sujeito contemporâneo conta com recursos tecnológicos para lhe auxiliar nessa busca através de interações com a máquina, uma entidade que passou a constituir uma nova via na reinvenção de aspectos de si, na constituição de uma vida que pode ser construída em parte e ao mesmo tempo filtrada pelas telas de um computador. (OTERO, 2013, p. 7).

Essa é a pergunta que a própria ética nos faz: “que vida eu quero viver?”, ou ainda, “quem eu quero ser?”. Deste modo, podemos afirmar que as representações que construímos acerca de nós próprios permitem interpretar e dar significado às experiências quotidianas, possibilitando a manutenção de uma imagem coerente de nós próprios (PEIXOTO, 2003). O autor sustenta que a interação com outros origina um espaço que permite a existência de processos de comparação social, em que o indivíduo compara o seu desempenho com os dos seus colegas, fornecendo, desse modo, contribuindo para a construção das autorrepresentações e para a aquisição de padrões de avaliação do desempenho.

Culturas Juvenis

O que se representa como a cultura pertencente a uma determinada idade é sempre construção social. Segundo Catani e Gilioli (2008), as juventudes são um produto próprio das cidades, um fato próprio dos espaços urbanos.

A partir das décadas de 1960 e 1970, ser jovem era sinônimo de ser estudante e, por consequência, um conceito ligado à rebeldia. Catani e Gilioli (2008) lembram que esse panorama se altera na década de 1980, com o protagonismo de tribos e subculturas juvenis, evidenciando problemas urbanos – são as tribos urbanas. O caráter político das manifestações culturais juvenis não é recuperado mesmo com as passeatas de impeachment da década de 1990. São criados produtos midiáticos específicos para essa faixa etária – consumidores em potencial.

Pais (1990, p. 140) destaca a construção sociológica do conceito de juventude. Nas representações correntes de juventude, os seus integrantes são imaginados como pertencentes a uma única cultura – homogênea. Também se atribui às suas características uma naturalidade, pertencente a determinada fase da vida.

Se as culturas juvenis aparecem geralmente referenciadas a conjuntos de crenças, valores, símbolos, normas e práticas que determinados jovens dão mostras de compartilhar, o certo é que esses elementos tanto podem ser *próprios* ou *inerentes* à fase de vida a que se associa uma das noções de “juventude”, como podem, também, ser *derivados* ou *assimilados*.

Para o autor, essa fase da vida é comumente ligada a conflitos e problemas – a emancipação que traz questões de habitação, emprego e da vida afetivo-sexual. Quando essa emancipação é adiada, prolongando a convivência familiar por dificuldades emancipatórias, seu universo cultural, distinto da família de origem, se choca com os valores morais familiares.

Para Pais (1990), se na década de 1960 a juventude protagonizava uma crise de valores e o conflito de gerações, a partir da década de 1970, com a questão do emprego, se torna uma categoria econômica. O conceito é um mito, ou quase mito construído com a ajuda dos meios de comunicação.

A juventude é um mito ou quase mito que os próprios *media* ajudam a difundir e as notícias que estes veiculam a propósito da cultura juvenil ou de aspectos fragmentados dessa cultura (manifestações, moda, delinquência etc.) encontram-se afetadas pela forma como tal cultura é socialmente definida (PAIS, 1990 p. 144)

Cultura mediatizada

Não há mais lugar para as expressões tradicionais que definem as realidades comunicacionais. Segundo Sodré (1996, p. 7), a larga expansão tecnológica fez proliferar uma comunicação “satelitizada, multicoaxial e reticular”. Longe do *mainstream*, os cibermeios fizeram nascer novas produções de sentido. Ela (a comunicação) estaria ligada não mais ao encontro de dois eus, mas na visão de Heidegger, o fenômeno deveria ser buscado na linguagem e sua abertura.

Esse processo é visto dentro de uma visão *representacional*. Para Sodré (1996, p. 23), “representar é fenômenos em que o sujeito delega a um outro (o representante, o signo), o poder de interpretá-lo em sua ausência”. Isso implicaria uma espécie de espetacularização da vida social – poder e controle sutis.

O que Debord (1997) chamou de Sociedade do Espetáculo, foi multiplicado em novos espaços midiáticos. Para Kellner (2006, p. 119), “o espetáculo em si tornou-se um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana”. Os autores tratam da mediatização da vida antes considerada comum – um espaço para o consumo, circulação e venda de produtos a uma sociedade de consumidores.

É uma cultura de *infoentretenimento*, em que somos estimulados o tempo todo a consumir – produtos, ideias, atitudes, bens de todo o tipo. Mas, a cultura da mídia ainda oferece mais: “material para fantasia e sonho, modelando pensamento e comportamento, assim como construindo identidades (KELLNER, 2006, p. 119). O autor considera que o espetáculo envolve meios e instrumentos que contemplam os valores básicos da sociedade contemporânea, enquanto doutrinam o estilo de vida de cada um. O indivíduo descrito por Debórd (1997) como espectador reativo e consumidor, mesmo que de forma pessimista, ao condenar a recepção passiva, traz a possibilidade de uma audiência capaz de atuar consciente e crítica.

Procedimentos metodológicos

Para esta pesquisa, foram observados os comportamentos de 70 sujeitos de pesquisa durante 30 dias consecutivos, entre abril e maio de 2013. Foi uma seleção por meio de inscrições voluntárias, via formulário no Google Drive, onde os possíveis participantes autorizavam a observação de seus perfis no Facebook. Dos inscritos, foram seleciona-

dos apenas os que residiam em território catarinense e tinham idade entre 15 e 25 anos no início da pesquisa.

Para a observação sistemática, os integrantes foram divididos em cinco grupos, cada um para um dia da semana (de segunda a sexta-feira) em que se observavam as postagens da semana anterior conforme as datas registradas pelo próprio Facebook. As categorias de observação foram sendo construídas durante a observação, desde que se enquadrassem na premissa maior, que constituíssem bens culturais. Ao final da observação, chegamos às seguintes categorias:

- Livros – Nacionais ou Internacionais – Adultos ou Infanto-juvenis.
- Textos – Nacionais ou Internacionais – Poemas, Crônicas, Humor ou de Opinião.
- Cinema – Nacionais ou Internacionais – Animação, Ficção, Documentário.
- Televisão – Nacionais ou Internacionais – Reality Show, Telenovela, Variedades
- Ficção Seriada – Nacionais ou Internacionais
- Artes – Dança, Artes Plásticas, Teatro, História em Quadrinhos
- Música – Nacionais ou Internacionais – Popular ou Erudita
- Jornalismo – Jornal, revista, Televisão, Rádio, Online

Apesar de nossos sujeitos de pesquisa serem analisados em um *site* de Redes Sociais, não nos dedicamos às relações estabelecidas em suas redes, mas aos compartilhamentos e postagens originais feitas, constituindo uma Análise de Conteúdo centrada na frequência com que determinados assuntos são postados. Não se trata, portanto, de Análise de Redes Sociais (ARS), mas Análise de Conteúdo (AC). Esta última, segundo Herscovitz (2010, p 124-125), ajuda a compreender os parâmetros de quem produz e de quem recebe o conteúdo, além dos aspectos culturais implícitos e a lógica organizacional por trás das mensagens. Segundo Krippendorff⁵ (1990, p. 28), “é uma técnica de pesquisa destinada a formular, a partir de certos dados, inferências reprodutíveis e válidas que possam ser aplicadas ao seu contexto”. É, ainda:

[...] um método eficiente e replicável que serve para avaliar um grande volume de informação manifesta, cujas palavras, frases e parágrafos, imagens ou sons podem ser reduzidos a categorias baseadas em regras explícitas, previamente definidas com o objetivo de fazer inferências lógicas [...] (HERSCOVITZ, 2010, p. 125).

Como procedimentos, então, contabilizamos cada vez que determinado bem cultural aparecia nos perfis observados e os enquadramos nas categorias conforme sua publicação.

5 Tradução livre do espanhol.

Dados observados

Após 30 dias consecutivos de observação, coletamos os seguintes números absolutos:

- Posts – 590
- Curtidas – 1651
- Compartilhamentos – 98
- Posts originais – 309

Divididos nas categorias observadas, os dados ficaram assim:

Tabela 1

Música	192
Jornalismo	103
Ficção Seriada	90
Cinema	75
Artes	56
TV	38
Livros	19
Textos	15

A maioria dos *posts* compartilhados eram músicas, na verdade, videoclipes originados em quase a totalidade do *site* Youtube⁶, evidenciando as preferências musicais dos autores dos *posts*. Também foi essa categoria a de maior número de curtidas. Em todos os 192 *posts*, apenas um se referia a música erudita – todos os demais eram músicas populares – dessa grande parte era composta por canções internacionais.

No entanto, se juntarmos todos os produtos audiovisuais (Músicas, Ficção seriada, Cinema e TV) compartilhados nesse ambiente durante o período observado, o número impressiona. Chegamos, assim, a 395 *posts*, o que representa 67% da amostra. Aqui já podemos afirmar que a juventude representada nessa amostra se apresenta (e representa) como consumidora de bens culturais audiovisuais, afastando-se por esta perspectiva, de gerações anteriores exclusivamente livrescas. Mais do que estar conectado, é importante se apresentar como consumidor de bens culturais ligados ao som e à imagem em movimento.

6 <www.youtube.com>.

Considerações

Tomamos esses dados a partir da ideia de que ao compartilhar bens culturais em suas redes sociais do Facebook, o sujeito de pesquisa se apresenta (e representa) de uma determinada forma, faz uma constituição de si – ou uma invenção de si, seu comportamento social (CERTEAU, 1998). Essa representação de si é também constituição do sujeito, mas difere daquele construído em outros ambientes – a virtualidade do ambiente de convergência midiática permite essa representação diferenciada de quem somos exatamente pelas possibilidades que o próprio ambiente cria.

Esses dados podem evidenciar que a constituição que os sujeitos de pesquisa fazem de si nesse ambiente de convergência midiática difere em partes do conceito tradicional de cultura juvenil. Ligado à rebeldia, esse conceito sempre veio acompanhado da música como representação de seus ideais – de protesto político, social, cultural. Mas, a nova geração que compartilha músicas entre suas redes sociais online dá preferência ao videoclipe e a músicas que se relacionem diretamente consigo, antes de pensar no coletivo. Em nossa amostra, todas as 192 músicas publicadas eram videoclipes publicados originalmente no Youtube⁷ e compartilhados no Facebook.

Mas, apesar da semelhança com a juventude rebelde que foi às ruas em diversas gerações, esta analisada, entre 15 e 25 anos de idade, demonstra mais um perfil íntimo, psicológico, do que ideais a defender. A constituição do sujeito nesse ambiente online pretende mostrar aos outros, o que ele, que compartilha, é ou gostaria de ser. Assim, o sujeito mostra-se ao mundo um romântico, ou um sonhador, um radical etc. A juventude estudada até aqui nesta pesquisa, que se estende agora na análise dos videoclipes compartilhados, é voltada para si na construção de uma imagem cultural própria – o faz de forma individual, mas não independente. Apesar das diferenças expostas em relação às gerações anteriores, ainda quer pertencer a um grupo e assim se apresenta aos demais mesmo nos Sites de Redes Sociais.

Referências

CAETANO, Kati. **Impregnações tecnoestéticas na vida cotidiana**: inconsciente óptico, filosofia da caixa preta, artealização e *everywar*. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 247- 264, jan./jun. 2012.

CAETANO, Kati. **Presenças do sensível nos processos interacionais**. Revista *Galáxia*, São Paulo, n. 22, p. 12-24, dez. 2011.

CASTANHEIRA, Marcela A. de A. F. **A constituição do sujeito em Michel Foucault**: práticas de sujeição e práticas de subjetivação. Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Filosofia – UFG. Disponível em: <<http://www.sbpcnet.org.br/livro/63ra/conpeex/mestrado/trabalhos-mestrado/mestrado-marcela-alves.pdf>>. Acessado em 10.08.2013.

7 <www.youtube.com>.

CATANI, Afrânio Mendes; GILIOLI, Renato de Sousa Porto. **Culturas Juvenis: múltiplos olhares**. SP: Editora Unesp, 2008.

DEBÓRD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Lisboa: Mobilis, 1997.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia?** São Paulo: Editora 34, 1992.

FOUCAULT, Michel. Política e Ética: uma entrevista. In: **Ética, Sexualidade e Política, por Michel Foucault**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

_____. **A Hermenêutica do Sujeito**. SP: Martins Fontes, 2006.

_____. **A arqueologia do saber**. RJ: Forense Universitária, 2008.

GUMBRECHT, Hans. U **Pequenas crises**. Experiência estética nos mundos cotidianos. In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. (Orgs.). Comunicação e experiência estética. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

HERSCOVITZ, Heloísa. Análise de Conteúdo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. SP: Aleph, 2012.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología de análisis de contenido – teoria y práctica**. Barcelona: Paidós, 1990.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. SP: 34, 1998.

MACHADO PAIS, José. **A construção sociológica da juventude – alguns contributos**. Revista Análise Social. Lisboa. Vol. XXV (105-106), 1990.

OTERO, Christiane. **Psicanálise e comunicação – a internet e a reinvenção de si**. Disponível em <<http://www.psicanalise.ufc.br/hot-site/pdf/Mesas/10.pdf>>. Acesso em 10.07.2013.

PEIXOTO, Francisco José Brito. **Autoestima, Autoconceito e Dinâmicas Relacionais em Contexto Escolar**. Manuscrito, Dissertação de Doutorado em Psicologia. Universidade do Minho. Braga, Portugal, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1996.

TURKLE, S. **Life on the screen: Identity in the age of Internet**. New York: Simon & Schuster, 1995.

Publicações jornalísticas para *tablets* Um estudo de caso interativo sobre a Operação Condor

Rita de Cássia Romeiro Paulino¹
Jéssica Sant'Ana²

Resumo: Este artigo tem como objetivo apresentar uma reflexão sobre o modo de fazer e pensar conteúdos jornalísticos para *tablets*. Com a internet, novas linguagens e plataformas surgiram e a imprensa teve que adaptar o seu processo de produção, a fim de atender as exigências dos usuários. As informações disponibilizadas em um dispositivo móvel, como o *tablet*, requerem o uso de recursos de interatividades que possibilitem a interação através de gestos do leitor. Para avaliar a recepção de um conteúdo digital interativo, optamos como estudo de caso a Operação Condor, que resgata a história sobre a aliança político-militar das ditaduras dos países que compunham o Cone Sul, com o objetivo de prender e torturar opositores. Este trabalho analisará, a partir da bibliografia de referência sobre a história do fato, os processos de confecção de um conteúdo interativo para *tablets*, a narrativa multimídia interativa sobre a Operação Condor e os resultados da sua efetividade avaliados junto ao leitor, através de um questionário.

Palavras-chave: *tablets*; interatividade; jornalismo; digital; usuário.

Introdução

A definição de *tablets* segundo Paulino (2012), “são computadores em forma de prancheta, no estilo de computador de mão, com tela sensível ao toque e seguindo os modelos de celulares *smartphone*”. Esse aparelho pode ser usado para o acesso à internet, organização pessoal, entretenimento e visualização de fotos e vídeos, e também para ler livros, jornais e revistas. E esta última possibilidade está revolucionando os modos de produção, se mostrando como uma oportunidade à crise da mídia impressa.

1 Professora do Departamento de Jornalismo – JOR e POSJOR – Centro de Comunicação e Expressão – CCE – UFSC; e-mail: <rita.paulino@ufsc.br>.

2 Graduada da 7ª fase do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina; e-mail: <jessicasanta-na06@hotmail.com>.

Segundo pesquisa realizada pela *Pew Research Center*, em 2011, mais de um terço dos americanos utilizam esse dispositivo. No Brasil, de acordo com dados da *ABI Research*, já são mais de 200 mil usuários e previsão mundial para 2013 é que o mercado seja abastecido com 150 milhões de *tablets*, um crescimento de 38% em relação a 2012.

É uma nova mídia que se apresenta e que propõe novos hábitos aos leitores. A tela sensível ao toque e a possibilidade de dupla orientação (vertical e horizontal) estimulam a interação com o conteúdo multimídia – textos, imagens, áudios, animações, infográficos e vídeos. Isso faz com que o usuário crie uma nova forma de construção de conhecimento, através de uma narrativa não linear e com grande quantidade de conteúdos diversificados.

Apesar das experiências de produção de conteúdo jornalístico para *tablets* ainda estarem no início, quem produz para essa plataforma já está encontrando uma linguagem própria. A convergência de elementos do impresso e do meio digital, aliados a interatividade e a possibilidade da infinidade de conteúdo, fazem da interface algo atrativo, que prende a atenção do leitor por mais tempo. Mas a produção de reportagens é uma tarefa que demanda esforço extra, apuração específica e custos elevados. Estes são os principais entraves para a criação de novas plataformas inovadoras e que atendam as expectativas dos usuários.

Este trabalho mostra que é possível fazer um produto para *tablets*, mesmo com conteúdo limitado e pouco domínio do *software* de edição. O Operação Condor, apesar de simplificado, une os elementos essenciais da nova mídia com os critérios de edição jornalística. No decorrer do texto, será apresentado o estudo de caso, que explicará como ocorreu todo o processo de desenvolvimento do especial multimídia, bem como as suas limitações e dificuldades. Na análise de dados, é possível verificar a efetividade da interface, se está atraído a atenção do leitor e proporcionou uma navegação interativa, concisa e contínua.

Referencial teórico

Na tentativa de acompanhar o processo de convergência e os novos hábitos de leitura, as empresas de comunicação vêm investindo na criação de conteúdos específicos para os dispositivos móveis, baseados nos fluxos de produção em multiplataformas. Pesquisa da *Pew Research Center* (2011) indica que usuários de *tablets*, por exemplo, consomem mais notícias no dispositivo do que no computador e que o hábito de leitura deles chega a 53%, diariamente. Mas esse processo de criação de especiais jornalísticos específicos para as novas plataformas ainda está em consolidação. Em geral, “os conglomerados disponibilizam suas versões móveis em forma de transposição, semelhante à primeira geração do jornalismo digital” (BARBOSA, 2012). Isso acontece porque os projetos idealizados para *tablets* demandam uma linguagem própria, ou seja, precisam ser multimídias – misturar texto, áudio, imagens e interatividade num mesmo am-

biente. E, para esses elementos funcionarem, eles precisam ser pensados em conjunto e produzidos especificamente para a interface. Só que isso demanda trabalho extra dos profissionais, bem como alto investimento em recursos. Como nem sempre essa é a opção feita pelos grupos empresariais, o que acontece na realidade é uma adaptação do conteúdo impresso para o meio digital, comprometendo assim a sua qualidade.

É possível dizer que o *tablet* herda as principais características do jornalismo online, como a interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimídia (BARDOEL e DEUZE, 2001, p. 5). Mas ainda assim ele não deixa de ter características próprias, “inaugurando uma nova categoria de acesso e envolvimento ao ambiente online que expande a complexidade das arquiteturas de informações” (PELLANDA, 2012). Uma das especificidades dos *tablets*, segundo Paulino (2012), é a orientação dupla, já que a ferramenta possibilita a visualização dos conteúdos tanto na horizontal, quanto na vertical. Além disso, a formatação das páginas é feita uma em cima da outra, assim quando o usuário vai para a próxima folha tem a sensação de profundidade, de que está virando a página, como ocorre no meio impresso. Outra característica da publicação em *tablets* é a tela sensível ao toque. Com este recurso, o leitor consegue interagir com a plataforma através de elementos gráficos, fotográficos e de animação. Para Paulino:

A publicação digital em *tablets* conduz o leitor a uma viagem midiática pelo conteúdo. Essa nova narrativa deve instigá-lo a explorar as páginas, buscar botões, procurar opções de áudio, vídeo e animações para complementar o conteúdo, tornando a atividade de leitura mais lúdica e interessante. (PAULINO, 2012)

A diagramação de um produto jornalístico para o *tablet* também tem as suas particularidades. A interatividade deve assumir um papel estratégico de inovar e ao mesmo tempo, respeitar os critérios editoriais de disposição das informações. E como esse conteúdo está difundido em imagens, sons e infográficos, deve-se adotar um novo modelo visual e estético que possibilite a compreensão por completo do tema abordado de forma simples e concisa. Segundo Agner:

A comunicação através das telas sensíveis ao toque difundiram, por exemplo, notícias, fotos, infográficos, ilustrações, charges, anúncios, crônicas e editoriais que se tornaram dinâmicos, com a inclusão de áudio de qualidade, vídeos, animações, vibrações e fotografias manipuláveis. (AGNER, 2012)

Metodologia aplicada

Esse artigo é um estudo de caso sobre a Operação Condor, uma plataforma para *tablets* com conteúdo jornalístico. No decorrer do texto, serão feitas considerações sobre o processo de criação e diagramação da interface, assim como será explicado como o

conteúdo produzido foi adaptado para se adequar à linguagem digital. As dificuldades e as limitações do projeto também serão exemplificadas, a fim de mostrar quais são os pontos em que ele precisa avançar para se tornar adequado para dispositivos móveis, de acordo com a bibliografia levantada.

A aplicação de questionário também foi outro método implantado. Com ele, é possível verificar empiricamente a efetividade dos recursos de interatividades usados e, se o conteúdo estava conciso, atraente e adequado às necessidades do leitor. Esta etapa foi realizada entre os dias 10 e 12 de julho, com cinco voluntários que estudam na Universidade Federal de Santa Catarina. Não foi exigido grau de familiaridade com *tablets*, já que a proposta do especial multimídia é ser intuitiva, ou seja, de fácil manuseio.

Estudo de Caso

Sobre a Operação Condor

A Operação Condor foi uma aliança político-militar das ditaduras dos países que compunham o Cone Sul, com o objetivo de prender e torturar opositores. A aliança foi formalizada na Primeira Reunião de Trabalho de Inteligência Nacional, realizada em Santiago do Chile, de 25 de novembro a 1º de dezembro de 1975. Quem convocou o encontro foi o segundo homem mais poderoso do Chile, o coronel Manuel Contreras, na época chefe da DINA (*Dirección de Inteligencia Nacional*).

A reunião de caráter estritamente secreto contou com a participação de militares dos países do Cone Sul. O objetivo era esquematizar e formalizar a aliança entre as ditaduras locais no combate a subversão. O Brasil mandou apenas observadores e não assinou a ata de fundação. Essa posição dissimulada da ditadura brasileira foi desmascarada com o descobrimento do sequestro dos uruguaios Lillian Celiberti e Universindo Díaz, 1978. O caso serviu para confirmar a existência da aliança entre os governos militares do Cone Sul, inclusive o Brasil, no combate a inimigos políticos e na extinção de movimentos sociais de esquerda.

Mas a Operação Condor agia muito antes da sua formalização. A primeira ação da Condor, segundo documentos do Ministério do Exército, aconteceu em 11 de dezembro de 1970. Os governos do Brasil e da Argentina cooperaram entre si para prender dois brasileiros e um uruguaio, em Buenos Aires.

Um dos cassados era o coronel dissidente do Exército brasileiro Jefferson de Alencar Osório. Ele desembarcava na Argentina quando foi surpreendido por policiais locais. Segundo documentos apresentados pelo historiador e presidente da ONG Movimento de Justiça e Direitos Humanos, Jair Krischke, a Comissão Nacional da Verdade, o Exército brasileiro solicitou a captura porque ele iria cumprir uma missão comunista no Uruguai. O ex-coronel foi enviado de volta ao Brasil, onde foi torturado e ficou preso por sete anos.

Outros casos documentados também apontavam que a fase repressiva da Operação Condor já estava em andamento cinco anos antes de ser oficialmente instalada. Em 1971, o paulista Edmur Péricles Camargo foi detido quando fazia escala em Buenos Aires, em um voo que partiu de Montevidéu com direção ao Chile. Um agente do Itamaraty no Uruguai entrou em contato com a polícia argentina que, então, prendeu o militante no aeroporto e o enviou de volta ao Brasil. Até hoje, ele está desaparecido.

Para Jair Krischke, esses documentos demonstram que o Brasil é o criador e o mentor da Operação Condor. Buscando a hegemonia na América do Sul, a ditadura militar verde e amarela exportou a “Doutrina de Segurança Nacional” e as suas práticas para toda a região do Cone Sul. Ajudou a criar a DINA (*Dirección de Inteligencia Nacional*) e colaborou fornecendo treinamento e armamentos aos golpes de Estado da Bolívia, Uruguai e Chile. Outra prova, para Krischke, é que as técnicas utilizadas pelos aparelhos repressivos da América Latina já eram adotadas no Brasil desde o golpe militar de 1964.

A Operação Condor dividiu-se em três fases. A primeira, no início dos anos 70, visava a troca de informações entre os Estados sobre as pessoas que eram uma ameaça aos regimes em vigência. No segundo estágio, os procurados políticos eram detidos, torturados e mandados de volta a nação de origem. Na última fase, essa prática se estendeu para além do Cone Sul, envolvendo países da Europa Ocidental e os Estados Unidos.

Para que toda essa operação funcionasse foi arquitetado uma grande central de telecomunicações. Cada país-membro tinha um banco de dados onde alimentava informações sobre adversários políticos. No Chile, foi criada uma Central de Informações para que houvesse uma comunicação ágil entre os países. As mensagens transmitidas eram codificadas e, normalmente, enviadas por mala diplomática, o que garantia o sigilo da operação.

Os militares latino-americanos aprenderam na Escola das Américas (SOA, sigla em inglês) as técnicas que levaram aos golpes de Estado e a implantação de centros de torturas, nos anos 60 e 70. Nessa base militar, localizada no Canal do Panamá, o Exército estadunidense ministrava cursos de inteligência, interrogatório e de combate à subversão. O objetivo era exterminar movimento sociais de esquerda na América do Sul.

A SOA treinou mais de 60 mil soldados, a metade deles colombianos. Em três décadas, de 1950 até 1970, as academias estadunidenses adestraram 8.659 brasileiros, 6.883 chilenos, 4.017 argentinos e 2.806 uruguaios. Muitos despontaram na galeria de torturadores da Operação Condor. É o caso de Glauco Yannone, capitão do Exército do Uruguai, que atravessou a fronteira para torturar Universindo Díaz, em Porto Alegre.

Os Estados Unidos também enviavam agentes para a América do Sul. É o caso do americano Dan Mitrione que ensinou técnicas de torturas para 1/6 da força oficial brasileira na década de 1960. O seu lema era “A dor precisa, no lugar preciso, na quantidade precisa, para o efeito desejado”.

Sobre o processo de produção do aplicativo interativo

Para fazer o aplicativo para *tablets*, o projeto escolhido foi o *Operação Condor*, trabalho final realizado pela aluna Jéssica Sant’Ana para as disciplinas de *Edição* e *Webdesigner*, do curso de Jornalismo da UFSC. O conteúdo é referente à *Operação Condor*, uma aliança político-militar das ditaduras dos países que compunham o Cone Sul, com o objetivo de prender e torturar pessoas consideradas “subversivas”. A escolha do objeto ocorreu porque todos os textos da plataforma tinham que ser originais, devido à solicitação da orientadora Rita Paulino. Como a aluna já tinha todo o material apurado e redigido, foi necessário somente adaptá-lo a linguagem dos dispositivos móveis.

Tarefa nada fácil. Isso porque o conteúdo original foi produzido para fazer parte de um jornal-mural e um *site*. A escolha das pautas, na época, aconteceu focada para o impresso e os únicos recursos extras utilizados foram vídeos e imagens, explorados de forma mais contundente no *site*. Como afirma Lohmann (2011), em uma publicação para *tablets*, o fluxo da informação destaca-se pelas características de não linearidade e descontinuidade. Por isso, quando se pensa em criar conteúdo jornalístico para essa plataforma, é necessário que as informações sejam integradas ao uso da interatividade. Como as reportagens foram produzidas para o impresso, houve a necessidade de refazê-las. Alguns textos foram cortados, conteúdos mais resumidos foram inseridos e informações complementares para integrar gráficos e legendas de imagens foram criadas. E antes de pensar a estrutura do aplicativo, foi necessário procurar por mais fotografias sobre o assunto na internet. Esse foi mais um desafio, pois como o tema é a ditadura – que aconteceu há mais de 30 anos – as poucas fotos encontradas não estavam em boa resolução. Então, a solução foi trabalhar com imagens menores e com ilustrações.

Com todo o conteúdo textual e de imagens e vídeos selecionados, iniciou-se o processo de confecção da interface. Optou-se por dividir as matérias em quatro grandes seções. A primeira, denominada *Operação Condor*, continha informações gerais sobre o pacto. A segunda tratava da Comissão Nacional da Verdade, que está investigando os crimes cometidos durante a vigência da aliança. A terceira parte fala sobre um sequestro de dois uruguaios no Brasil, caso que desmascarou como atuava a Condor na América Latina. A última seção é uma entrevista exclusiva com o jornalista Luiz Cláudio Cunha que atuou na cobertura do caso e que foi também testemunha ocular do sequestro que aconteceu em Porto Alegre. Essa divisão é baseada em critérios editoriais e teve como objetivo aglomerar os conteúdos semelhantes e, assim, facilitar a compreensão do leitor sob os diferentes aspectos que permeiam o tema. Com exceção da parte sobre a CNV, que apresentava apenas duas páginas, todas as outras têm uma capa, o que facilita a identificação que um novo assunto está sendo iniciado.

A composição dos elementos na página é um desafio para o diagramador. Isso porque um *tablet* tem tamanho diferente do jornal e da revista, o que obriga o profissional a pensar em como arranjar os conteúdos de uma forma harmônica em um espaço reduzi-

do. Para isso, há a possibilidade do uso da interatividade *scroll*, que permite rolar textos, imagens ou vídeos dentro de um espaço pré-determinado. Essa solução foi usada como frequência. Outra alternativa é o uso do “paginão”, aplicado por duas oportunidades na interface da Operação Condor. O comprimento da página se adapta, neste caso, a quantidade de conteúdo a ser colocado, respeitando o bom senso, já que o usuário se perderia rolando por uma página demasiadamente grande. Para vídeos e imagens, a opção foi por deixá-los ocupando 1/3 da página, para facilitar a visualização dos mesmos. O único gráfico utilizado no arquivo ocupou metade da página, pois como possui interatividade (o usuário tem que clicar em suas partes para ver conteúdo extra), menor do que isso seria impraticável a sua utilização. A menor largura utilizada para o texto foi a medida de uma coluna padrão, quando não se tinha interatividade. Quando houve o recurso do *scroll*, optou-se por ampliar para duas colunas, para facilitar a rolagem do conteúdo.

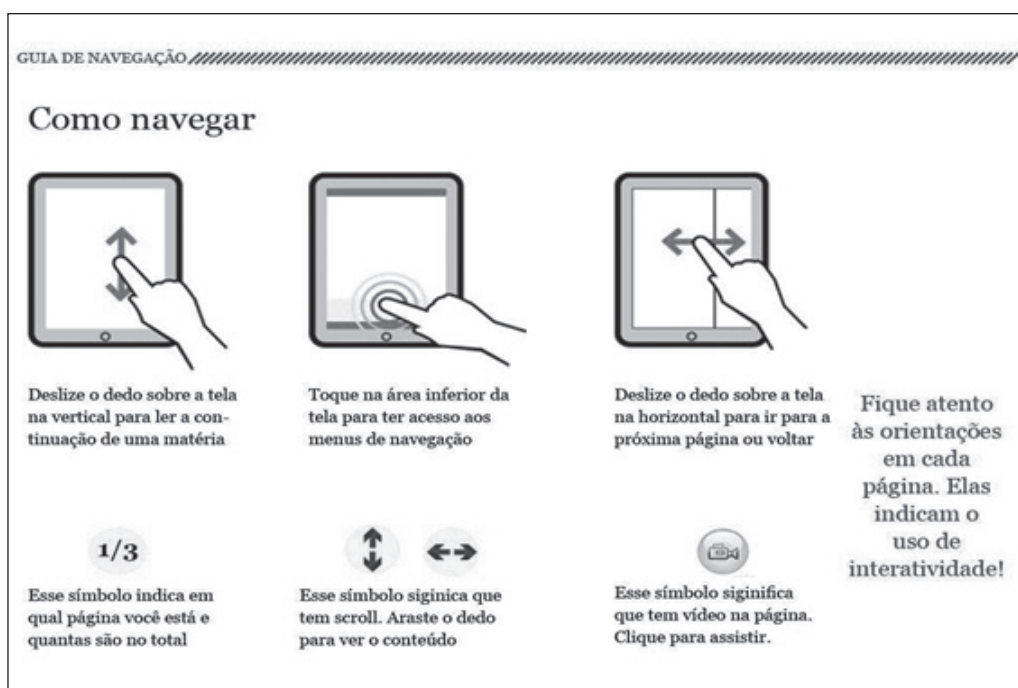
A capa do *Operação Condor* apresenta um índice interativo, onde o leitor clica nas imagens e é redirecionada a seção desejada. Caso o usuário opte por continuar com a navegação horizontal, a próxima página diagramada foi o guia do usuário. Nela, não há interatividade; apenas explicações que têm como objetivo orientar a navegação pelo aplicativo. Para navegar por cada seção, basta que a pessoa fique atenta as indicações, que demonstram se a matéria continua na vertical ou na horizontal. A ideia inicial era que, dentro das seções, a navegação fosse na vertical. E entre diferentes seções, na horizontal. Isso não foi possível por uma limitação do software, que não possibilita fazer um “paginão” (página com comprimento maior que o padrão) junto com as páginas de menor tamanho. O uso do “paginão” é adequado quando o conteúdo é muito extenso e não ficaria bem distribuído dentro de uma folha 1024X768 (tamanho padrão da página para o *Ipad*).

Em cada reportagem, houve o uso de algum recurso de interatividade. Para saber o que cada ícone de interação significava, o usuário deveria ter lido o guia de navegação (Imagem 1). Mas, como os símbolos compõem o senso comum, é possível que, mesmo sem ler o guia, a pessoa conseguisse usar o aplicativo no método de tentativa e erro. Dentre dos recursos utilizados, destacam-se:

- a) Caixas de conteúdo com *scroll* (barra de rolagem): permite que caibam mais informações dentro de um espaço limitado. Esse recurso foi utilizado tanto para texto quanto para imagem. Como diferencial, a entrevista foi feita usando este recurso;
- b) *Slideshow*: sequência de imagens que passam automaticamente ou clicando nas setas de indicação. Com isso é possível colocar várias imagens num espaço que, para o impresso, caberia somente uma fotografia. Funciona como uma galeria de imagens;
- c) *Embed*: incorporação de vídeos disponíveis na internet, através de códigos feitos em HTML 5. No caso do *Operação Condor*, o vídeo utilizado foi extraído do *YouTube*;

- d) *Hiperlinks*: acesso a conteúdo disponível na rede. Na plataforma criada, esse recurso foi utilizado na contracapa, onde foi disponibilizado um *site* com o tema da reportagem;
- e) Infográfico: gráfico com o uso da interatividade. No *Operação Condor*, o mapa da América Latina informava o número de mortos em cada região com apenas um clique no nome do país;
- f) Botões: Funcionam para acionar uma interatividade, que pode ser um conteúdo textual, imagem, vídeo ou apenas áudio. Também foi uma opção para o índice, que no *Operação Condor* se encontra na capa, e para as opções de “voltar”;
- g) Animações: conteúdo interativo produzido em *Flash* ou HTML5. No exemplo, foi utilizada a última opção para a criação de uma opção de pintar a imagem na seção CNV.

Imagem 1



Guia de navegação do aplicativo *Operação Condor*: essencial para maximizar o uso das interatividades pelo usuário

Após todo o processo de criação e diagramação da interface é necessário subir o arquivo para “nuvem”. Isso significa que, através de recursos oferecidos pela Adobe,

temos que organizar e fazer o *upload* de cada arquivo no *Folio Builder*, uma extensão do *Indesign* responsável por enviar o projeto para o *Digital Publishing Suite*, o hospedeiro do projeto. Depois, o usuário de *tablets* precisa baixar o aplicativo *Adobe Content Viewer* para poder visualizar o projeto multimídia criado. Ali é possível habilitar diferentes modos de privacidade das publicações e até mesmo sua comercialização.

Análise de dados

A verificação da efetividade do uso dos recursos de interatividade no aplicativo *Operação Condor* foi feita através da aplicação um questionário a cinco pessoas. Estas tiveram a oportunidade de mexer na plataforma por durante 15 minutos e, após esse tempo, responder a dez questões. A amostra reduzida foi necessária porque só havia uma *tablet* para realizar a experiência. Mas ainda assim, é possível analisar os aspectos positivos e negativos da plataforma criada.

Antes das questões sobre a efetividade dos recursos, o voluntário tinha que responder qual o seu grau de familiaridade com os *tablets*. A amostra foi bem diversificada, pois 40% afirmaram usar diariamente, 20% com frequência, 20% raramente e 20% nunca tinham usado. A primeira pergunta do questionário tinha como objetivo avaliar a orientação do aplicativo, se a navegação era consistente e situada. 80% responderam que concordam parcialmente com a afirmação e 20% disseram não concordar. Sobre a contextualização, ou seja, se o aplicativo é moderno e utiliza bem os recursos de interatividade, o resultado foi que 20% concordaram parcialmente e 80%, plenamente.

A terceira sentença do teste queria saber se o aplicativo proporciona autonomia ao usuário, permitindo-o fazer escolhas e optar por caminhos de navegação. 20% disseram que não concordam, 20% concordaram parcialmente e 60%, plenamente. Com respeito à padronização, 40% afirmaram que não concordam que o *Operação Condor* tem uma identidade consistente, 20% concordaram parcialmente e 40% concordaram plenamente. A quinta afirmação do questionário era para testar a precisão, ou seja, se não aconteceu erros durante a navegação. 20% discordaram, 60% concordaram parcialmente e 20%, plenamente. Sobre a assimilação, 80% da amostra concordou plenamente que o aplicativo é autoexplicativo e 20%, concordou parcialmente. Para a função de economia de tempo e esforço, 60% concordaram plenamente que a plataforma não demanda esforço desnecessário e 40% concordam parcialmente com este quesito.

O teste ainda questionou sobre a estética, se a interface estava bem estruturada e agradável visualmente. Todos os voluntários concordaram plenamente que os elementos visuais não incomodaram e auxiliaram na interação. O mesmo aconteceu com a documentação, já que 100% da amostra afirmou que concorda plenamente que o aplicativo tem documentações de apoio que atendem as necessidades do usuário de *tablets*. A última frase falava sobre a imersão do leitor, se a interface atraía a concentração e a intenção. 80% concordaram plenamente e 20%, parcialmente.

No questionário, era possível, ao final, que o voluntário fizesse observações. Uma pessoa sentiu necessidade de setas de orientação mais claras sobre a mudança de página. Outra disse que faltou um botão de voltar ao início na última página de cada seção e também na contracapa. Dois indivíduos elogiaram o uso de recursos, como por exemplo, *scroll* de textos e fotos, vídeo e *slideshow* de imagens.

Com essa pesquisa, é possível concluir que os pontos positivos do *Operação Condor* estão na contextualização, assimilação, estética, documentação e imersão. A plataforma está adequada ao público brasileiro que consome esse tipo de produto, é de fácil utilização, apresenta o suporte necessário para aprendizado de manuseio e tem uma estética adequada que atrai a concentração do usuário, informando-o e entretendo-o ao mesmo tempo.

Porém, foi constatado que alguns voluntários se perderam por algumas páginas/recursos. Apesar deste problema ser facilmente solucionado, na forma de tentativa e erro, uma navegação mais clara tem que ser feita. Para isto, a sugestão é que junto aos símbolos, em cada página que contenha interatividade, venha um texto explicando o que o leitor deve fazer para interagir com o conteúdo. Isso facilitaria, principalmente, a aqueles que nunca usaram um *tablet* ou que não quiseram ler o guia de navegação.

Considerações finais

O *tablet* exige uma narrativa jornalística própria, em que textos são atrelados a elementos multimídias como vídeos, imagens, botões e, principalmente, interatividade.

Mas ainda é difícil impor o que é certo ou errado na produção de conteúdo e na diagramação específica para essa plataforma. Isso acontece porque os *tablets* são uma mídia emergente e a quantidade de bibliografia ou estudos experimentais sobre o uso do aparelho ainda são muito insuficientes para termos conceitos absolutos.

Os próprios conglomerados de mídia ainda estão engatinhando na produção. O que vemos são poucas apostas inovadoras e produções amadurecidas, com características próprias, que não sejam meras reproduções das mídias impressas. O *tablet* é um ramo de mercado ainda em consolidação e apostar nele, é correr risco. Só que de acordo com Telio Nageva, diagramador da equipe do *Globo A Mais*:

As pessoas não leem mais jornal. Os leitores de notícias estão na Internet, não compram nem assinam mais jornais. Esta é a grande dificuldade dos jornais atuais: as pessoas que trabalham nos jornais são pessoas mais velhas, que estão longe deste público, e não conseguem entender o que acontece. (AGNER, 2012)

Por causa dessa crise que vive a mídia impressa, os veículos de comunicação devem arriscar e experimentar um produto novo, que tem potencial para prender a atenção do leitor por mais tempo e espaço para trazer mais informações em diversos formatos (visual, audiovisual e interativo).

O aplicativo para tablets *Operação Condor* foi um teste para aplicação dessa imensa possibilidade de recursos sem deixar de produzir um conteúdo jornalístico. A não familiaridade com o software de edição, o Indesign, produzido pela Adobe, dificultou o processo de criação. Além disso, o fato das matérias não terem sido pensadas inicialmente para o mundo digital também influenciou nos resultados. Mesmo assim, foi possível produzir um produto que fosse diferenciado e que alinhasse, ainda de que forma básica, textos com recursos multimídias. E esse foi o grande atrativo da interface, como se pode concluir a partir do questionário.

Referências

AGNER, Luiz. **Usabilidade do Jornalismo para Tablets: Uma Avaliação da Interação por Gestos em um Aplicativo de Notícias**. In: Congresso Internacional de Ergonomia e Usabilidade de Interfaces Humano-Computador, 12. Natal: UFRN, 12 a 16 ago. 2012. Disponível em: <<http://www.agner.com.br/wp-content/uploads/2012/06/ARTIGO-LUIZ-AGNER-USIHC-2012.pdf>>.

BARBOSA, Suzana; NOGUEIRA, Leila; SILVA, Fernando Firmino da. **Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma**. SBPJor, 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Curitiba, Novembro de 2012. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1888/230>>.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism**. Australian Journalism Review, Blooming-ton, v. 23, 2001. Disponível em: <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+Network+Journalism+2001.pdf?sequence=1>>.

LOHMANN, Augusto; ROCHA, Leonardo; BITARELLO, Breno. **A influência da evolução tecnológica dos dispositivos móveis no fluxo narrativo, na diagramação e na interação do leitor com a notícia: estudo de caso da Wired Magazine**. Disponível em: <http://www.augustolohmann.com.br/artigos/ixdsa11_wired_artigo.pdf>.2011.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro. **Conteúdo digital interativo para tablets-iPad: uma forma híbrida de conteúdo digital**. In: Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Universidade de Fortaleza: 2012. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2159-1.pdf>>.

PELLANDA, Eduardo; NUNES, Ana Cecília B. **A linguagem própria dos tablets para o jornalismo digital: estudo de caso do The Daily**. Intercom, XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, Setembro de 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2173-1.pdf>>.

O consumo de *smartphones* entre jovens no ambiente escolar¹

Camila Rodrigues Pereira²

Sandra Rubia Silva³

Resumo: O presente trabalho consiste em uma pesquisa de inspiração etnográfica que busca analisar o consumo de *smartphones* entre jovens de camadas populares da cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Observamos as diferentes apropriações que os adolescentes fazem do *smartphone* dentro da escola e identificamos a relevância do uso dos dispositivos móveis na vida dos jovens de classe popular. A amostra da pesquisa é composta por dezesseis jovens com idades entre doze e quinze anos e dois professores da escola na qual os adolescentes estudam. Esses jovens são estudantes de uma escola estadual de ensino fundamental da cidade de Santa Maria e cursam a sétima e a oitava série. O artigo divide-se em cinco seções: na primeira, pensamos o consumo como uma prática profundamente atravessada pela cultura; a seguir, discutimos o consumo como prática cultural entre os jovens. Na terceira seção, buscamos o diálogo com autores sobre a questão do uso dos celulares nas escolas. Na quarta seção, apresentamos os resultados de pesquisa e, por fim, trazemos nossas considerações finais.

Palavras-chave: Mídia Digital; Consumo; *Smartphone*; Jovens; Escola.

Introdução

Os números que cercam o consumo de telefones celulares são impressionantes. A partir de sua disseminação, nos anos 1990, as estatísticas indicam que existem atualmente no mundo mais de seis bilhões de telefones celulares (TELECO, 2013). A pujança de tais números já justificaria, por si só, a importância de seu estudo por parte

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Digital integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – ALCAR Sul 2014.

2 Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Santa Maria – RS. E-mail: <rp_camila@hotmail.com>.

3 Mestre em Comunicação e Informação (UFRGS) e Doutora em Antropologia Social (UFSC). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM – Universidade Federal de Santa Maria e líder do grupo de pesquisa “Consumo, Culturas Digitais e Materialidades da Comunicação”. E-mail: <sandraxrubia@gmail.com>.

da academia. Entretanto, os telefones celulares têm recebido, até o momento, relativamente pouca atenção como objeto de estudo e pesquisa, muito embora as estatísticas indiquem que são a tecnologia de mais rápida disseminação na história da humanidade (CASTELLS *et al.*, 2007). Nesse sentido, lançamos aqui um olhar sobre o consumo de *smartphones* entre jovens de camadas populares da cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Observamos as diferentes apropriações que os adolescentes fazem do *smartphone* dentro da escola e identificamos a relevância do uso dos dispositivos móveis na vida dos jovens de classe popular.

No que concerne ao seu uso entre jovens no ambiente escolar, os telefones celulares em sala de aula têm se revelado um assunto cercado de debates e disputas, como discute Silva (2013). De uma forma geral, suscitam desconfiança nos professores e incentivam a normatização de seu uso. Considerados aparelhos que distraem a atenção do aluno e interrompem o curso das aulas, seus portadores são orientados a mantê-los desligados. A fim de mapear e discutir as práticas que envolvem o consumo de telefones celulares entre jovens estudantes de uma escola pública, utilizamos aqui uma metodologia de inspiração etnográfica. O método denominado “inspiração” etnográfica se dá pelo fato de não ser uma pesquisa que segue todos os requisitos de uma etnografia tradicional, que pressupõe que o pesquisador tenha uma longa e contínua imersão junto ao grupo estudado (BARROS, 2007). Em nossa pesquisa, foram realizadas diversas visitas na escola estudada ao longo de sete meses de trabalho de campo, durante os quais convivemos com mais de cem alunos.

A amostra da pesquisa é composta por 16 jovens com idades entre 12 e 15 anos pertencentes à classe popular e dois professores da escola na qual os adolescentes estudam. Esses jovens são estudantes de uma escola estadual de ensino fundamental da cidade de Santa Maria e cursam a sétima e a oitava série. Preservamos a verdadeira identidade dos adolescentes; os nomes que aparecem neste artigo são fictícios. O nome que usamos para representar a instituição de ensino é Vila Real. A coordenação da escola pesquisada pediu pelo anonimato, visto que o uso de celulares na escola é um assunto delicado – é proibido por lei no Rio Grande do Sul o uso de celulares em sala de aula nas escolas públicas.

O artigo divide-se em cinco seções: na primeira, argumentos em favor de se pensar o consumo como uma prática profundamente atravessada pela cultura; a seguir, relacionamos a discussão do consumo como prática cultural entre jovens que transitam entre diversas culturas digitais. Na terceira seção, buscamos o diálogo com autores sobre a questão do uso dos telefones celulares em ambiente escolar. Na quarta seção, apresentamos e discutimos os resultados de pesquisa e, na sequência, trazemos nossas considerações finais.

Consumo e cultura material

A interpretação do termo consumo é muito ampla. Ele é estudado pelas ciências sociais, pela economia, pela administração, pela comunicação, pela psicologia, e por muitas outras áreas. O que ocorre é que na maioria dos seus estudos, o consumo está relacionado à futilidade, à gastos inúteis e à escassez dos bens materiais (GARCÍA CANCLINI, 2010; MILLER, 2007). O consumo é percebido por muitos autores como uma prática prejudicial e “tende a ser visto como uma doença definhadora que se opõe a produção, a qual constrói o mundo” (MILLER, 2007, p. 35).

Porém a premissa teórica deste trabalho é que sabemos que não consumimos para suprir necessidades, e sim buscamos através do consumo significados. Partimos da ideia que o consumo é sempre e em todo lugar um processo cultural (SLATER, 2002). Para Slater a cultura diz respeito a “valores que surgem do modo de vida de um povo, que dão a esse povo solidariedade e identidade e que julgam com autoridade o que é bom ou mau, real ou falso, não só na arte, mas também na vida cotidiana” (SLATER, 2002, p. 69).

O consumo atua como modo de distinção e diferenciação entre grupos e classes. O autor Pierre Bourdieu entende que indivíduos que pertencem às mesmas classes e segmentos de classes tem maior propensão a apropriar-se das materialidades de maneira semelhante. De acordo com Bourdieu (2007) os bens e os gostos marcam as diferenças sociais e as classes e o consumo acaba sendo assim como um meio de reprodução de padrões sociais. Os objetos carregam elementos de distinção e nunca são consumidos de forma indiferente.

Slater (2002) explica que a nossa vida cotidiana, nossas identidades e nossas relações sociais, são sustentadas e reproduzidas por meio das mercadorias. Os bens então não são consumidos apenas para saciar necessidades físicas. Sendo assim, grupos pertencentes a camadas populares, que possuem mais dificuldades de sobrevivência material, consomem mercadorias da mesma maneira que as outras classes, que possuem maior poder aquisitivo. O *smartphone*, que é o objeto de estudo dessa pesquisa, é um bem muito importante para a cultura material contemporânea. Porém vemos que o consumo de bens considerados supérfluos pelas classes populares é muito criticado. Por ser um celular relativamente mais caro que o mais “simples”, as pessoas com menos poder aquisitivo são julgadas por comprá-lo.

Consumo, juventude e culturas digitais

Definir o significado do termo juventude é uma tarefa difícil na contemporaneidade. É possível utilizar esse termo pela definição de idade cronológica – que neste traba-

lho é de 12 a 18 anos⁴ – e também por posições culturais e psicológicas. Segundo Kehl (2004) a juventude é um estado de espírito, é um jeito de corpo, é um sinal de saúde e disposição, é uma fatia do mercado onde todos querem se incluir.

O jovem, a partir do final do século XX, deixou de ter o estereótipo de criança grande, tímida e antissocial. Esses adjetivos da adolescência foram abandonados e transformados em um modelo de liberdade e beleza para todas as outras faixas etárias. O modelo de jovem pós-moderno pode usufruir de toda a ousadia da vida de gente grande e ainda sim é resguardado da maioria das responsabilidades dos adultos (KEHL, 2004).

Para Rocha e Pereira (2009) há, pelo menos, duas formas de compreender a noção de juventude. Primeiramente, é a forma que parte das diferenças que a compõe e se apresenta através de movimentos culturais e sociais que abrangem um espaço significativo no campo da vida social moderno-contemporânea. E a segunda noção, trata a juventude como um fenômeno social, que é reflexo e produto do imaginário coletivo.

Trazemos também para este artigo um termo que Castro (2012) utiliza para caracterizar o jovem da atualidade, que se divide em ser receptor, produtor, fã e consumidor em uma interação com múltiplas telas: os *screenagers*. Em sua pesquisa com jovens, Castro (2012) percebeu a forte presença das telas de TV, computadores, jogos, celulares e *tablets* que funcionavam como próteses sensoriais e identitárias. Em sua análise a autora destaca o embaralhamento de fronteiras entre trabalho e lazer, ócio e tempo produtivo. Essa é uma preocupação de muitos professores da escola onde o presente trabalho foi realizado. Até que ponto o jovem hoje sabe separar a hora de estudar da hora de olhar a rede social através do *smartphone*?

De acordo com Ling (2004) o telefone móvel proporciona uma sensação de segurança e de coordenação da vida cotidiana, fatores muito almejados pelos adolescentes. A forma como os jovens aderem e se apropriam da tecnologia e da telefonia móvel além de proporcionar um maior controle e segurança para os mesmos, contribui para a construção de sua própria cultura por meio da diferenciação dos adultos, principalmente dos seus pais (CASTELLS *et al.*, 2007).

Concordamos com Castro (2012) quando afirma que não basta ter acesso a um computador, celular e internet, sem conhecer suas lógicas e dominar os seus usos para uma interação de qualidade com os novos meios; pois assim como em outras instâncias, a educação é fundamental. Os adolescentes são capazes de produzir conteúdo e de aprender muito com seu *smartphone* e na internet, porém ele precisa ser “guiado e estimulado por uma educação de qualidade que interaja criticamente com esse novo cenário digital” (CASTRO, 2012, p. 73).

4 Neste trabalho a pesquisa foi realizada com jovens adolescentes, que segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente, possuem de 12 a 18 anos de idade. Disponível em: <<http://teen.ibge.gov.br/estatuto-da-crianca-e-do-adolescente/estatuto-da-crianca-e-do-adolescente>> Acesso em: 16 jun. 2013.

Celulares e smartphones nas escolas

A relação entre os celulares e o ambiente escolar gera uma infundável discussão. Muitos professores acreditam que na essência do aprendizado na escola a atenção do aluno deve estar integralmente voltada ao aprendizado passado pelos educadores, e que o uso do celular desvia esse objetivo. Um projeto de lei⁵ que visa vetar o uso dos celulares nas escolas públicas de todo Brasil afirma que o uso do dispositivo móvel no espaço escolar compromete o desenvolvimento e a concentração dos alunos e que os professores não podem competir com torpedos, *games* e o acesso à internet.

No estado do Rio Grande do Sul existe uma lei⁶, publicada em 2008, a qual proíbe a utilização de celulares dentro das salas de aula nos estabelecimentos de ensino do estado. Devido a esses fatores iremos apenas refletir sobre os celulares e a educação, não cabe a nós irmos contra ou a favor do uso dos celulares na escola.

Josgrilberg (2007) é um autor que entende que nas novas relações sociais, a educação e o acesso à tecnologia devem andar de mãos dadas. Para Josgrilberg a capacidade de “aprender a aprender” deveria ser uma das competências básicas ensinadas no período escolar. Os alunos deveriam aprender a receber as informações e selecionar o que é bom ou não, já que hoje em dia somos bombardeados de conteúdo e também os encontramos em qualquer parte.

O papel do educador, por mais que sem incentivo político e econômico, é fundamental para os jovens aprenderem a articular todos os conteúdos que encontram conectados. Josgrilberg (2007) defende que a rede por si só não é capaz de alimentar o processo educativo, os professores são essenciais para completar esse ensino. O ideal seria que as escolas adotassem as novas formas de expressão comunicativa e conseguissem aliar as tecnologias com o processo educativo.

De acordo com Silva (2013) hoje no nosso país existem iniciativas independentes que trabalham com a utilização de aparelhos celulares na educação pedagógica formal; porém grande parte desses projetos não são consolidados, são criados e mantidos através de iniciativas individuais de educadores. Em seu texto, Silva argumenta que, tanto no Brasil quanto no Exterior, parece haver um consenso entre os educadores e especialistas interessados no uso de tecnologias móveis que a escola, enquanto contexto formal das práticas educacionais, não somente evolui infinitamente mais devagar do que o setor de tecnologia, mas também aceita com dificuldade a inserção das tecnologias de comunicação e informação nas práticas pedagógicas formais (TRUCANO, 2011;

5 Projeto de Lei nº 2.246-A, de 2007. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=517286&filename=Avulso+-PL+2246/2007>. Acesso em: 04 out. 2013. Entretanto, esse não é o único projeto proposto. Encontra-se em tramitação na Câmara dos Deputados o projeto de lei 2806/2011, que prevê a proibição não somente de telefones celulares, mas de qualquer aparelho portátil eletrônico em todas as escolas brasileiras e em todos os níveis de ensino (ANTONIO, 2012).

6 Lei nº 12.884, de 03 de janeiro de 2008. Disponível em: <http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=51313&hTexto=&Hid_IDNorma=51313>. Acesso em: 04 out. 2013.

SOARES, 2007; ANTONIO, 2012). A verdade é que o uso de telefones celulares na educação, mesmo no Exterior, é um tópico de discussão bastante recente. Michael Trucano, um especialista no assunto e consultor do Banco Mundial, afirma que a resistência está diminuindo, mas mesmo há pouco tempo – entre três e quatro anos atrás – encontrava pouco apoio quando tentava iniciar discussões com representantes de ministérios da educação de diversos países sobre o uso potencial dos telefones celulares na educação. E quando tal assunto era discutido, geralmente a conversa centrava-se em como bani-los das escolas (TRUCANO, 2011).

As possibilidades de apropriação do *smartphone* nas práticas pedagógicas também se tornam cada vez mais reais na medida em que o acesso à internet através dos dispositivos móveis está se disseminando (Silva, 2013). Através de aplicativos, nativos ou adquiridos através de lojas *online*, e da internet, o usuário do *smartphone* pode realizar trabalhos pedagógicos quase da mesma maneira que realizaria no computador. Nos celulares modernos podemos ter o *Word*, o *Power Point*, o *Excel*, acessar o *Google Docs* e outras ferramentas que nos permitem escrever e realizar trabalhos.

Por fim, vale a pena refletirmos sobre o papel dos telefones celulares na vida dos jovens e o quanto eles podem ser aproveitados para a educação. Se valorizarmos as formas de expressão e os saberes dos sujeitos do processo educativo (SILVA, 2013) e aliarmos ao real potencial instrutivo dos dispositivos móveis, poderemos transformar a educação e expandir saberes.

Consumo de smartphones no ambiente escolar

A escola onde se encontram os jovens pesquisados conta hoje com 137 alunos matriculados na sétima e na oitava série. Todos os jovens foram observados, dezesseis foram entrevistados, e seis se tornaram nossos informantes privilegiados. Com esses seis principais informantes não mantivemos apenas contato nos intervalos escolares, nos tornamos amigos no *Facebook* e conversamos constantemente. Dois professores da escola também foram entrevistados, esses possuem um contato direto com os adolescentes de classe popular.

Essa análise é importante para pensarmos a respeito da relação entre professores e alunos e de que forma as novas tecnologias estão sendo vistas e usadas nas escolas. Não temos como desassociar os jovens do ambiente escolar. Desde pequenos eles entram no colégio e lá permanecem por anos, até quase a fase adulta de sua vida. Toda a adolescência de um indivíduo é marcada na escola, muitas de suas amizades são feitas lá e boa parte de sua identidade é formada nesse período.

Primeiramente, questionamos nossos informantes sobre os usos que fazem do celular na escola e os serviços que mais utilizam. Perguntamos também o motivo do aluno trazer seu dispositivo móvel para o ambiente escolar e se já foram flagrados usando o aparelho em sala de aula, porque como citado anteriormente, o uso do celular em sala

de aula é proibido por lei estadual. Por fim perguntamos sobre o que eles pensam da apropriação de celulares na escola.

Todos os jovens se mostraram conscientes sobre a lei que proíbe o uso de celular na sala de aula. Alguns comentaram que mesmo assim, usam de vez em quando, para olhar as horas e resolver cálculos matemáticos. Outros ainda contaram histórias de colegas e amigos que utilizam o *smartphone* durante a aula para enviar torpedos e entrar nas redes sociais, mas quase todos se posicionaram contra essas atitudes. Sobre os usos e serviços mais utilizados, os serviços básicos como relógio e calculadora foram colocados em primeiro lugar.

Na hora do intervalo o uso do celular não é proibido, então grande parte dos alunos utiliza para conferir o que está acontecendo nas redes sociais. Através das observações pudemos notar que quando tocava o sinal para o intervalo, na própria porta da sala de aula os estudantes já estavam com seus celulares, colocando os fones de ouvido para escutar música, digitando uma mensagem de texto ou entrando no *Facebook* e outras redes.

Dentro da escola eu só uso o celular quando a sora de matemática pede pra usar a calculadora. Pra calculadora e relógio também. E no ônibus a caminho da escola uso pra escutar música e também entrar nas redes sociais. (Elisa – 14 anos – 7ª série)

Se eu venho pra escola sem meu celular eu fico tipo estranha, parece que eu não tenho o que fazer. Sei que na escola é proibido, mas mesmo assim eu uso. Eu não sei se sou a favor desse negócio de usar ou não usar. Mas também tem vezes que não é muito legal ficar usando ele, ficar postando fotinhas e coisinhas na aula. (Manuela – 14 anos – 8ª série)

A partir das entrevistas e das observações realizadas, concluímos que o uso dos *smartphones* é constante entre os adolescentes, tanto no ambiente escolar quanto em casa ou em qualquer outro lugar. As pessoas estão conectadas em todos os lugares. Podemos notar pelo uso dos computadores portáteis, telefones celulares, e também da internet e das redes sociais, que está cada vez mais evidente a importância da comunicação digital na vida em sociedade, em especial para os jovens (LING, 2004; CASTELLS *et al.*, 2007).

Dos dezesseis alunos entrevistados, apenas Artur, de 15 anos, contou que já teve o seu celular confiscado pelo professor em sala de aula. Normalmente o jovem diz que utiliza o telefone para escutar música e para entrar no *Facebook* no horário do recreio. Mas em um dia em particular, o dispositivo móvel de Artur estava guardado na mochila, não estava desligado e nem no silencioso, sua mãe ligou e ele acabou tocando para todos ouvirem.

Eu já fui pego com o celular no ano passado. Mas foi uma vez só, quando alguém me telefonou no meio da aula e ele não tava no silencioso. Daí me toma-

ram o telefone né, mas depois a mãe veio aqui e explicou que era ela que tinha me ligado. Foi um acidente né, foi sem querer. (Artur – 15 anos – 7ª série)

No mês de setembro de 2013, quando iniciamos a segunda parte da pesquisa no campo, a coordenadora da escola comentou com tristeza sobre um fato que teria ocorrido com uma turma de oitava série. Um celular teria tocado, como acontece raramente nas aulas, porém o dono do aparelho não se apresentou; ninguém assumiu a culpa. Três informantes, Jonas, Larissa e Bárbara, comentaram sobre o ocorrido do celular que tocou em sala de aula. O fato aconteceu na turma deles e em suas falas notamos que existe certa mágoa, pois se passaram meses e nenhum colega se entregou.

Na turma aconteceu um problema com o celular, que tocou e ninguém se acusou. Mas é muito raro, porque a maioria dos alunos tem medo da coordenadora né. Na verdade nem é medo, é respeito. Daí ninguém usa o celular, ninguém quer se incomodar com ela. (Jonas – 14 anos – 8ª série)

Eu acredito que o celular serve pra ajudar as pessoas. Mas atrapalha às vezes também né, atrapalhou da última vez a minha turma. Por causa de um celular que tocou, gerou uma confusão inteira na sala de aula. (Larissa – 15 anos – 8ª série)

Teve um problema sério esses tempos, que tocou um celular. A gente soltava 10h30min e daí a gente ficou até 12h15min dentro da sala por causa do problema. E não descobriram até hoje de quem era o celular que tocou, ninguém se entregou e não descobriram até hoje quem foi. (Bárbara – 13 anos – 8ª série)

No entendimento de Ling (2004) a comunicação através do telefone móvel pode ser encarada por muitos jovens como sendo quase ilícita. Fazer ligações no período de aula, enviar SMS quando o professor não está olhando, ou mesmo enviar mensagens na madrugada para conversar com outro adolescente, são atitudes que instigam os adolescentes.

A escola Vila Real possui também um jornal e uma rádio. Ela é coordenada pelo professor Antônio e são os alunos que escrevem as matérias, vão atrás das reportagens, fotos e assuntos para artigos. Foi interessante observar que em todos os eventos da escola, os alunos do jornal estão presentes com seus *smartphones*, tirando fotos, filmando, fazendo uma verdadeira cobertura.

Melinda e mais dezessete alunos formam a equipe do jornal e da rádio escolar. Ela conta que utiliza mais o seu *smartphone* para o trabalho e para a comunicação.

O celular representa um meio de trabalho pra mim. Porque eu uso muito pra cobrir os eventos da rádio e do jornal. No trabalho funciona assim: é um grupinho de pessoas com o gravador do celular ligado e vai entrevistando. Gravamos entrevistas, tiramos fotos, fazemos de tudo, depois é só passar pelo USB para o computador. (Melinda – 14 anos – 8ª série)

Além dos 16 jovens, entrevistamos ainda dois professores da escola. A professora Ana Helena, que além de professora de Física e Ciências é coordenadora da escola, e o professor Antônio, que coordena a rádio e o jornal, e leciona as disciplinas de História e Relações Humanas. Antônio não é a favor da lei estadual que proíbe o uso dos celulares nas escolas. Ele acredita que os dispositivos móveis são ferramentas que se bem usadas, só tem a contribuir para a educação dos alunos.

O pensamento do professor vai ao encontro das afirmações de Josgrilberg (2007). O autor entende que nas novas relações, a educação e o acesso à tecnologia devem andar juntos. Para Josgrilberg (2007) os alunos deveriam aprender no ensino básico a receber as informações e selecionar o que é bom ou não.

[...] infelizmente existe uma lei estadual que proíbe o uso do celular na escola. Eu vejo o celular como uma ferramenta, não como algo que atrapalhe a vida do estudante. Mas infelizmente essa lei faz com que as escolas pisem em cima do celular, faz com que o celular se torne um bandido. Eu acho que ele é um instrumento que tem muito a contribuir, se ele for bem usado. (Professor Antônio)

O ensinamento de um educador é crucial para que crianças e adolescentes aprendam a articular todos os conteúdos que encontram na internet. De acordo com Josgrilberg (2007) a rede por si só não é capaz de suprir o processo educativo, os docentes são fundamentais para concluir esse ensino. O professor Antônio, ainda de acordo com o pensamento de Josgrilberg, diz em sua entrevista que gostaria que os alunos usassem o celular e a internet *Wi-fi* da escola para atividades dentro de sala de aula. Ele reflete que professores e estudantes na verdade tem medo das novas tecnologias e dos celulares.

Em certos momentos por que não usar o celular? Um dia um professor poderia lançar a ideia: atenção todo mundo com o seu celular aí, pesquisem agora no seu aparelho tal coisa. Legal né? Ninguém nunca fez isso. Porque todo mundo, professores e alunos, tem medo de celular. [...] Eu acho que se nós separarmos o celular e a internet, que hoje casam né, a gente vai colocar, a internet como o maior invento dos últimos 100 anos. E o celular como o segundo. (Professor Antônio)

A professora Ana Helena tem um pensamento bem diferente de Antônio. Ela defende a lei que proíbe os celulares em sala de aula e acredita que os educadores hoje não tem como competir com a *timeline* do *Facebook*. Para ela os jovens estão usando os celulares para entrar nas redes sociais, para se comunicar e se inserir. Ana Helena considera que hoje os professores precisam lidar com os fatos que ocorrem dentro e fora da sala de aula.

Entretanto a professora acha positivo o uso das redes sociais para aproximar os professores dos alunos. A educadora aceita todos os jovens em seu perfil pessoal do-

Facebook e pensa que a internet é capaz de melhorar os vínculos entre os docentes e discentes.

Tem professores que não aceitam os alunos nas redes sociais, eu aceito. Lá tu conhece o perfil do teu aluno, tu percebe muitas coisas que na sala de aula tu não vê, e também te dá um vínculo maior com eles. [...] Eu acho que tem coisas muito positivas. Mas também tem o outro lado. A gente tem que lidar com o que está acontecendo dentro e fora da sala de aula. De repente a gente da uma aula que não é tão atraente, porque realmente não é, e temos que lidar com o que tá acontecendo lá na rede social [...] (Professora Ana Helena)

Em seus depoimentos Ana Helena confessa ter receio sobre a quantidade de informação a qual os jovens são expostos hoje. Ela conclui que essa geração de jovens, que nasceu com as tecnologias, é muito diferente da dela, e que não temos como saber se esse excesso de conhecimento vai ser positivo ou negativo para o futuro dos adolescentes. Turkle (2012) entende que estamos apaixonados pela tecnologia, pois crescemos com aparatos tecnológicos e vimos como tudo avançou. Mas a autora lembra que toda essa tecnologia ainda está na sua infância e que precisamos de bastante tempo para aprender a usá-la corretamente.

A educadora Ana Helena acredita ainda que é dever da escola sempre direcionar o aluno para o melhor; que o ensino sobre a vida e as novas tecnologias, além das matérias básicas que os jovens possuem no ambiente escolar, às vezes é o único em toda a sua trajetória. A professora relata que muitos pais entregam o celular na mão dos filhos como se fosse um videogame, sem pensar no uso que eles podem fazer do artefato e as consequências e malefícios desse uso.

A gente como escola sempre procura direcionar o aluno para o melhor. Talvez a escola seja o único meio que os jovens têm de educação em relação a isso; porque a grande maioria dos pais só entrega o celular na mão deles, e não tem noção do que eles tão entregando. Dão como se fosse um vídeo game, e não é. (Professora Ana Helena)

Por fim a professora considera que a internet e o uso do celular são positivos, porém que a lei que regula os usos dessas ferramentas dentro da escola precisa existir. Ana Helena compreende que os educadores não tem como competir com os celulares ligados em sala de aula. Ela acredita também que a comunicação através das redes sociais nunca vai se igualar a uma conversa face a face. “A internet não tem o sorriso, não tem o olhar. Às vezes tu posta uma frase que pra quem lê é horrível, mas tu que postou, e pra ti não tinha nada a ver com o que a pessoa imaginou” (Professora Ana Helena).

Na visão de Turkle (2012) muitos indivíduos não sabem mais ou não gostam de ter uma conversa de verdade com outras pessoas. Ao escrevermos um SMS, um e-mail, uma postagem para a rede social, temos o poder de apresentar o nosso eu da maneira

como queremos ser; nós editamos, deletamos, retocamos, não só texto, mas a nós mesmos (TURKLE, 2012). Hoje, segundo a autora, podemos retocar nosso rosto, nossa voz, nosso corpo – e não pouco ou em demasia, apenas o suficiente. Turkle (2012) conclui que as relações humanas são ricas, confusas e exigentes, e nós as limpamos com a tecnologia.

Porém existem outras posições, como a de Miller e Madianou (2012), que compreendem o estar conectado de uma maneira completamente oposta a da autora. Esses autores defendem que as atividades *online* não são menos autênticas ou menos reais. Miller e Madianou (2012) veem os mundos *online* como constitutivos da vida moderna cotidiana, e acreditam que os dois mundos, *off-line* e *online*, estão cada vez mais integrados.

Com base em nossa pesquisa, observação e convivência com os jovens de classe popular usuários de *smartphone*, acreditamos que eles levam os fatos do colégio, da convivência diária e dos trabalhos escolares para as redes sociais, assim como os assuntos das redes, aparecem constantemente em seus discursos face a face na hora do recreio. A maior parte dos jovens não distingue mais o que é *online* e o que é *off-line*; para eles os dois mundos se integram e se completam.

Considerações finais

O nosso objeto de estudo, o *smartphone*, ganhou muito destaque no ano de 2013. Os dados de Teleco (2013) afirmam que o preço dos *smartphone* nesse ano caiu cerca de 25%, o que explica em parte a explosão de vendas desses aparelhos. Pudemos notar através das entrevistas a relevância que esses aparelhos têm na vida dos indivíduos, principalmente dos jovens (CASTRO, 2012; ROCHA, PEREIRA, 2009). Porém a apropriação do *smartphone* pelos adolescentes, como vimos, é um assunto controverso.

Percebemos que grande parte dos pais e professores tem medo do uso constante dos dispositivos móveis e acredita que o tempo que o jovem gasta no *smartphone* é em vão. Nesse registro, Turkle (2012) se mostra de certa forma pessimista em relação ao consumo de *smartphones* atualmente. A autora afirma que ao conectarmos cada vez mais, podemos acabar nos isolando das pessoas. Já estudos como os de Miller e Madianou (2012) são otimistas e defendem que as atividades *online* e *off-line* hoje estão cada vez mais integradas; o mundo *online* já faz parte da vida moderna cotidiana.

É preciso reconhecer que se tivéssemos um tempo maior para a realização do trabalho, mais adolescentes poderiam ser entrevistados. Alunos de outras escolas públicas da cidade poderiam ter sido observados e analisados, o que tornaria os dados da pesquisa mais ricos e nos possibilitaria construir outros vieses para o estudo. Futuramente, com base neste primeiro trabalho, novas pesquisas podem ser feitas, de modo que o estudo possa ser ampliado e complementado.

São raras as pesquisas que se dedicam ao estudo do consumo de *smartphones* nas classes populares, principalmente no Brasil e na área da comunicação. Nesse sentido, esperamos que os resultados desta e de futuras pesquisas possam contribuir para a reflexão sobre o papel do consumo das tecnologias móveis, e em especial dos *smartphones*, em ambientes escolares.

Referências

- ANTONIO, José Carlos. TICs, telefones celulares e a escolassaura. **Professor Digital**, SBO, 30 jan. 2012. Disponível em: <<http://professordigital.wordpress.com/2012/01/30/tics-telefones-celulares-e-a-escolassaura/>>. Acesso em: 10 mai. 2012.
- BARROS, Carla. **Trocas, Hierarquia e Mediação**: as dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas. 2007. 259 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa do Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.246-A, de 2007**. Disponível em:<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=517286 &filename=Avulso+-PL+2246/2007>. Acesso em: 04 out. 2013.
- CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, Mireia; QIU, Jack Linchuan; SEY, Araba. **Mobile Communication and Society**: a global perspective. Cambridge: MIT Press, 2007.
- CASTRO, Gisela. **Screenagers**: entretenimento, comunicação e consumo na cultura digital. In: BARBOSA, Livia (org.). **Juventudes e Gerações no Brasil Contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- IBGE TEEN. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Disponível em: <<http://teen.ibge.gov.br/estatuto-da-crianca-e-do-adolescente/estatuto-da-crianca-e-do-adolescente>>. Acesso em: 16 jun. 2013.
- JOSGRILBERG, Fabio. **Inclusão digital, educação e desenvolvimento econômico**: alguns marcos do debate. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 33, agosto de 2007.
- KEHL, Maria Rita. 2004. A juventude como sintoma de cultura. In: NOVAES, R. e VANNUCHI, P. (Org.). **Juventude e Sociedade**: Trabalho, Educação, Cultura e Participação. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo.
- LING, Rich. **The Mobile Connection**: the cell phone's impact on society. New York: Morgan Kaufman, 2004.
- MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul/dez. 2007.
- MILLER, Daniel; MADIANOU, Mirca. Deve-se aceitar uma solicitação de amizade da própria mãe? E outros dilemas filipinos. In: RIAL, Carmen; SILVA, Sandra Rubia; SOUZA, Angela Maria. **Consumo e cultura material**: perspectivas etnográficas. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2012.

RIO GRANDE DO SUL. **Lei nº 12.884, de 03 de janeiro de 2008**. Publicada no DOE nº 003, de 04 de janeiro de 2008. Disponível em: <http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXT0&Hid_TodasNormas=51313&hTexto=&Hid_IDNorma=51313>. Acesso em: 04 out. 2013.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. Os *gadgets* e a experiência adolescente. In: **Juventude e Consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

SILVA, Sandra Rubia. **Telefones celulares e a educação para a cidadania**. Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital, no 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013.

SLATER, Don. **Cultura de Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SOARES, Ismar de Oliveira. A mediação tecnológica nos espaços educativos: uma perspectiva educacional. **Comunicação & Educação**, São Paulo, ECA/USP-Edições Paulinas, ano XII, n. 1, jan/abril 2007, p. 31-40.

TELECO. **Inteligência em Telecomunicações**, 2013. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/>>. Acesso em: junho 2013.

TRUCANO, Michael. Mobile learning in developing countries in 2011: What's new, what's next? **Edutech**, 16 fev. 2011b. Disponível em: <<http://blogs.worldbank.org/edutech/mllearning2011-whatsnew>>. Acesso em: 11 mai. 2013.

TURKLE, Sherry. **Conectado, mas só?** Ted Talks, 2012. Disponível em: <http://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together.html>. Acesso em: 13 out. 2013.

Mídias digitais e mobilizações sociais: contribuições da internet à construção da história do Movimento FURB Federal¹

Clóvis Reis²
Rubens Staloch³

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo verificar de que forma a internet contribui para a construção da história de uma mobilização social, analisando como estudo de caso o movimento coletivo que luta pela “FURB Federal”, pautado pelo princípio de que a região do Vale do Itajaí está desassistida de uma instituição Federal de Ensino Superior pública gratuita. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa. De início faz-se uma abordagem sobre as mídias digitais, mais especificamente sobre a internet e a comunicação em rede, baseada em Castells (1999, 2003, 2013), Levy (1999) e Recuero (2009), para após adentrar no contexto das mobilizações para a federalização da Universidade Regional de Blumenau (FURB). Como conclusão, se pode dizer que a partir da utilização das mídias, a história do movimento “FURB Federal” ganha um novo caráter, muito mais dinâmica, com maior alcance, não sendo limitada ao território físico, mas sim, é estendida ao *ciberespaço*, marcada pela transparência, autonomia e participação social.

Palavras-chave: História; Mídia Digital; FURB Federal.

1. Introdução

No século XXI a tecnologia da informação e da comunicação possibilita que se compartilhem informações de forma instantânea e simultaneamente com milhões de pessoas ao redor do mundo.

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Digital integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Doutor em Comunicação (Universidad de Navarra), professor do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (Mestrado e Doutorado) da Universidade Regional de Blumenau (FURB). E-mail: <clovis@furb.br>.
 - 3 Mestrando e bolsista Capes do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Regional de Blumenau (FURB) e Bacharel em Ciências Econômicas (UNIDAVI, Rio do Sul – SC). E-mail: <rubensstaloch@yahoo.com.br>.

Até então, a veiculação das informações se dava através das mídias tradicionais como jornais, rádio, etc. Assim, se pode dizer que o caráter da comunicação tem se modificado principalmente a partir das tecnologias da informatização, transformando radicalmente a maneira dos indivíduos se comunicarem, emergindo uma nova forma de interação baseada na rede de internet.

Até mesmo a maneira de fazer/contar história a partir das tecnologias de informação e comunicação amparadas na utilização da internet está se remodelando. Para Castells (2004) as vantagens da computação e consequentemente da mídia digital são enormes, culminando no que chama de “Galáxia da Internet”, o que significa que os dados podem ser processados de forma instantânea em qualquer parte do mundo.

A relação entre os indivíduos torna-se muito mais dinâmica, o mundo se interconecta em rede, as pessoas vivenciam, criam e recriam as histórias e movimentos a partir de locais diferentes e distantes geograficamente, ou seja, em um *ciberespaço* contextualizado mais adiante.

As mídias digitais, principalmente a internet, estão reconfigurando também a forma de mobilização social e, consequentemente, a forma de fazer história, muito mais transparente e dinâmica. Redes sociais digitais como o Facebook introduzem novas tendências na comunicação, até se pode dizer que existe um novo paradigma, o da comunicação online, caracterizado pela ampla participação e interação dos indivíduos.

A partir do panorama das mídias digitais do século XXI, em concreto o presente trabalho analisa de que forma a internet contribuiu para a construção da história do movimento “FURB Federal”, uma mobilização coletiva que visa a federalização da instituição de ensino FURB com o objetivo de torná-la pública e gratuita.

Internet: uma nova forma de integração e mobilização social

O processo de desenvolvimento da civilização tem seu início com a comunicação, primeiramente através da fala – comunicação presencial – da escrita e hoje segue seu curso através dos meios virtuais, mais precisamente na internet, num *ciberespaço* onde a comunicação se dá em rede (*network*), como enfatiza Castells (1999, 2003, 2013), Levy (1999) e Recuero (2009).

Levy (1999) defende a ideia de que existem categorias para distinguir três grandes etapas da história: a das pequenas sociedades fechadas, de cultura oral, que vivem uma totalidade sem universal; a das sociedades “civilizadas”, imperialistas, usuárias da escrita, surgindo um universal totalizante e a da cibercultura que corresponde à globalização concreta das sociedades, que inventa um universal sem totalidades.

Atentemo-nos a terceira categoria, da cibercultura, onde as sociedades estão mais interconectadas, em grande parte pela utilização de tecnologias da comunicação – internet.

A internet teve origem durante o período da Guerra Fria antes de 1989, o que segundo Castells (1999) foi um ousado esquema – imaginando a década de 1960 – dos

guerreiros tecnológicos do Pentágono, da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, conhecido como DARPA, possuindo a finalidade de impedir a tomada ou destruição do sistema norte-americano de comunicação pelos soviéticos em caso de guerra nuclear. (CASTELLS, 1999).

O resultado foi a criação de uma arquitetura em rede que não precisaria ser controlada de um centro e era composta por milhares de redes de computadores autônomos com inúmeras maneiras de conexão, contornando barreiras eletrônicas (CASTELLS, 1999). Neste contexto surge o correio eletrônico e a internet passa a se expandir para demais departamentos, principalmente para as universidades e para os laboratórios de pesquisa. (GIDDENS, 2012, p. 517).

No final do século XX as novas tecnologias digitais revolucionaram a comunicação em massa e hoje, a tecnologia das comunicações (televisão, jornais, filmes, rádio, videogames e, principalmente a internet) possibilita que se compartilhem informações de forma instantânea e simultânea com milhões de pessoas quase em qualquer parte do mundo. (GIDDENS, 2012, p. 515).

Castells (1999) coloca que essa rede – internet – foi apropriada por indivíduos e grupos do mundo inteiro sendo utilizada para os mais variados objetivos, diferentemente daqueles da Guerra Fria. A chegada da internet, então, significa que os dados podem ser processados de forma muito rápida em quase qualquer parte do mundo, não existindo a proximidade física entre os indivíduos envolvidos ou conectados, surgindo assim o *ciberespaço*.

O *ciberespaço* por sua vez representa o resultado de um movimento internacional de jovens com vontade para experimentar coletivamente formas de comunicação diferente daquelas que a mídia clássica propõe. Desta forma, *ciberespaço* é “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores.” (LEVY, 1999, p. 17).

De acordo com Levy (1999) esta interconexão mundial de computadores, designada de *ciberespaço* remodela a sociedade, pois causa um impacto social e cultural muito forte, tanto positivamente quanto negativamente, principalmente na discussão sobre o poder, como aborda o autor no terceiro capítulo de seu livro “Cibercultura” (1999).

Na verdade, a revolução da tecnologia está remodelando a base material da sociedade, apresentando uma nova forma de relação entre a economia, o Estado e a sociedade, onde “as redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela” (CASTELLS, 1999, p. 22).

A mídia digital internet diferente da mídia tradicional por estar pautada, sobretudo, na liberdade, princípio também da democracia, se tornando uma importante forma de participação horizontalizada da sociedade civil, além de ser uma nova forma de disseminação de informações diferenciando-se das mídias tradicionais, sendo estas muitas vezes tendenciosas.

Além do mais as novas mídias atuam como fator relevante à participação dos indivíduos ou agentes como designa Piotr Sztompka (2005), no processo de tomada de decisão e também no controle das ações governamentais e na busca pela mudança social.

Os recursos tecnológicos propiciados pela informatização faz ocorrer uma grande mudança do mapa do mundo, produzindo novas redes de articulações, sendo que estas redes são a estrutura organizacional que define a nossa era (CASTELLS, 1999; 2003). Estas novas formas de articulações mudou não somente a relação indivíduo-indivíduo, mas também a relação indivíduo-Poder Público e indivíduo-Apoio a Causas, dando origem o que Recuero chama de “Comunidades Virtuais” (RECUERO, 2001).

Nesta perspectiva de comunidades virtuais na internet surgem as redes sociais, sendo uma das mais utilizadas hoje no mundo o Facebook. Este surgiu em 2004, criado por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hugnes, ex-alunos de Harvard, tendo de início o propósito de ser apenas uma rede a ser utilizada pelos alunos da universidade que aproveitavam a onda dos blogs. Uma rede virtual limitada ao corpo estudantil da Universidade de Harvard (KIRKPATRICK, 2011).

Aos poucos foi expandido para outras faculdades na área de Boston, da *Ivy League* e da Universidade de Stanford e gradualmente adicionou suporte para alunos em várias outras universidades antes de abrir para estudantes do ensino médio e, eventualmente, para qualquer pessoa com 13 anos ou mais, que é uma das prerrogativas atuais de ingresso na rede (KIRKPATRICK, 2011).

De acordo com informações disponibilizadas pelo próprio Facebook (2013) na página “*News Room*”, a sua missão é “dar as pessoas o poder de compartilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado [...] para descobrir o que está acontecendo [...] e para compartilhar e expressar o que importa para eles”.

À medida que o Facebook conquista usuários e estes percebem a sua ampla capacidade de alcance e repercussão de informações, de forma mais autônoma e transparente, passa a ser utilizado para a mobilização de manifestações e também protestos político-sociais (KIRKPATRICK, 2011).

Desta forma Castells coloca que:

A influência das redes baseadas na internet vai além do número de seus usuários: diz respeito também à qualidade do uso. Atividades econômicas, sociais, políticas, e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela, como por outras redes de computadores. De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura. (CASTELLS, 2004, p. 8)

É necessário observar o que o autor fala sobre utilizar com “qualidade de uso” as redes baseadas na internet, como no caso do Facebook, podendo ser utilizado e en-

carado como uma nova forma de sociabilidade contemporânea, onde cada indivíduo conectado a internet e interagindo na rede social pode difundir um movimento coletivo (ANTOUN; MALINI, 2013), e mais, pode interagir para a construção de histórias mais transparentes.

As redes sociais na internet são espaços de autonomia muito além do controle de governos e empresas que, ao longo da história, haviam monopolizado os canais de comunicação (mídia tradicional) como alicerces de seu poder. Assim, a rede social como o Facebook deu origem a movimentos de indivíduos a despeito de suas opiniões pessoais ou filiações organizacionais em prol de causas movidas por indignações e esperança e, sobretudo, pela “autocomunicação”, a partir da utilização da internet e das redes sem fio como plataformas da comunicação digital (CASTELLS, 2013).

Desta forma, os debates através das mídias digitais modernas acabam criando redes (*networks*) entre os cidadãos, governos, políticos, entidades que fazem parte da sociedade, etc., resultando em debates acerca de movimentos muito significativos e de muita relevância para o desenvolvimento, como é o caso da ampla participação dos cidadãos através da internet nos debates e mobilizações sobre a “FURB Federal”.

Para que se possa entender de que forma a mídia digital contribui para a história do movimento “FURB Federal”, se faz necessário entender o movimento e a sua transição à internet, o que se dá na próxima seção do presente trabalho.

FURB Federal: um movimento social, uma história repercutida na rede de internet

A Universidade Regional de Blumenau (FURB) foi a primeira instituição de ensino superior instalada fora da capital catarinense, fundada em 1964 possuindo hoje plena autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial (CAREZIA; SASSE, 2005).

É uma autarquia municipal de regime especial, com sede e foro no Município de Blumenau, Estado de Santa Catarina, aplicando-se a ela as prerrogativas e os privilégios da fazenda pública municipal.

Atualmente possui três cursos de doutorado, onze mestrados, diversas especializações e mais de quarenta cursos de graduação. Já formou mais de quarenta mil profissionais e cerca de 70% dos seus professores são mestres e doutores. Destaca-se no ensino, pesquisa e extensão, além de apoiar diversos projetos sociais. Possui ainda uma biblioteca com um dos maiores acervos do estado de Santa Catarina (FURB, 2013).

Ao analisar a trajetória de sua constituição desde 1953 se percebe que sua história é marcada pela constante presença dos movimentos populares e universitários, podendo ser destacados:

Quadro 1 – Mobilizações sociais na história da FURB

PERÍODO	MOBILIZAÇÃO
1953	Movimentos de opinião pública contra a concentração das IES em Florianópolis, resultando na instalação da primeira IES fora da capital, em Blumenau.
1968	A partir de manifestações e sensibilização da comunidade, se constrói a sede própria da FUB.
1968	Mobilizações “Nossa Universidade”, que visava arrecadar fundos para a construção dos três primeiros blocos.
1990	Organizado o Movimento Universidade Urgente, atingindo ampla mobilização interna e na comunidade local.
2000	A partir dos anos 2000 fortes mobilizações sociais pró-federalização.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em CARESIA; SASSE (2005), FURB (2013)

Com o passar dos anos a instituição se consolidou como Universidade de caráter público, porém, não gratuita. Assim, outro passo importante na história desta instituição é a luta, com amplo apoio social, iniciada nos anos 2000 para sua federalização o que a tornaria (á) uma Instituição de Ensino Superior (IES) pública gratuita, tendo as reivindicações ancoradas em mobilizações públicas da comunidade universitária e regional.

Em dezembro de 2002, com a criação do Comitê Pró-Federalização da FURB, as lutas para a federalização ganham um novo caráter, possuindo a partir de então uma comissão com o objetivo de pleitear junto ao Governo Federal a federalização desta instituição (CADERNOS DA FEDERALIZAÇÃO 2, 2013).

A partir da criação do Comitê ocorre um impulso para manter em pauta a federalização da FURB como prioridade regional, promovendo plebiscitos, manifestações de alunos dentro da própria instituição para chamar a atenção das autoridades, bem como audiências públicas para debater o assunto. (CADERNOS DA FEDERALIZAÇÃO 2, 2013).

A FURB teve sempre o apoio de diversos movimentos, mostrando que a comunidade universitária, regional, instituições políticas, etc. acreditam que esta exerce papel relevante ao processo de desenvolvimento regional, porém, os movimentos até os anos 2000 citados acima, e analisando o “Cadernos da Federalização 1” (2007) eram na sua maioria movimentos organizados e debatidos de forma presencial com alcance territorialmente limitado, seja ele restrito a comunidade acadêmica, local ou regional.

As lutas pró-federalização ganham um novo sentido e uma nova forma de interação da comunidade (local, regional etc.) quando as mídias digitais passam a inserir a mobilização nas suas páginas, principalmente nas redes sociais, com destaque para o Facebook, resultando em debates amparados em um conjunto de argumentos e de

contra-argumentos que demonstram a importância de sua federalização e as possibilidades objetivas da luta pela federalização.

Em agosto de 2011, para auxiliar nos debates da federalização foi criado o grupo aberto no Facebook “Sou pela FURB Federal”, administrado pelo estudante de Direito (na época) Thiago Lucianno Woerner. É um grupo que visa debater, organizar manifestações, divulgar resultados, etc. no que diz respeito à federalização da FURB. Hoje o grupo conta com mais de vinte e dois mil membros, demonstrando o grande interesse dos cidadãos a causa, conforme informa a página do grupo no Facebook.

De acordo com informações extraídas da página, o idealizador, Thiago Lucianno Woerner (2013), descreve que o objetivo do grupo é o “apoio ao Projeto FURB FEDERAL, [...] de discutir o tema e informar os apoiadores”.

A partir da criação do grupo novos rumos se configuram para a história do movimento, pois a partir da utilização desta mídia digital e a consequente conexão em rede diversos debates foram iniciados e, inclusive, manifestações nas ruas foram organizadas via rede social, como é o caso da manifestação ocorrida no dia 24 de agosto de 2011 e a manifestação no “Grupo dos Excluídos” (CAREZIA, Roberto Marcelo; SASSE, Liane Kirsten. (2005); Cadernos da Federalização/FURB (2007; 2013); FURB, 2013).

De acordo com o Jornal de Santa Catarina (2013) mais uma manifestação em prol da “FURB Federal” foi organizada via rede social, mais precisamente via grupo “Sou pela FURB Federal” (grifo nosso), que segundo a reportagem “cerca de 200 pessoas se reuniram no Bloco B, no campus um da instituição, para a mobilização.

Conforme relata o jornal, a mobilização foi organizada via rede social, desta forma se pode dizer que o grupo visa discutir, debater, organizar manifestações, divulgar resultados e ações do processo de federalização, dando uma nova característica ao movimento, colocando-o em evidência na internet, ora com mais intensidade, fazendo com que a história do movimento ganhe uma nova repercussão.

Além do mais, o movimento na internet vem pressionando o governo a colocar em sua agenda política o debate da federalização, e mais, reivindicando ações concretas para a federalização, pautadas no discurso de que o Vale do Itajaí merece uma universidade pública, gratuita e de qualidade para atender às necessidades regionais de todas as classes e segmentos sociais, tendo em vista que 37,5% das Instituições de Ensino Superior públicas gratuitas que ofertam mais de três cursos superiores estão concentradas na mesorregião da Grande Florianópolis, em detrimento de outras regiões do território catarinense (REIS; DELAGNELO; STALLOCH, 2013, p. 158).

A resposta do Governo Federal às reivindicações foi positiva por um lado, visto que foi instalada na cidade de Blumenau uma extensão da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), mais precisamente, dois campi em duas cidades, Gaspar e Blumenau – o ato foi oficializado em 2 de setembro de 2013. (Jornal de Santa Catarina, 2013), em que pese não ter havido a federalização da FURB por outro lado.

4. Método de análise

Como método de análise foram utilizadas ferramentas disponíveis tais como o *site* do Google Trends, o Seekr, Topsy.com e a própria página do grupo na rede social Facebook.

O *site* do Google Trends fornece um panorama sobre o cenário de um determinado assunto, sendo possível comparar tendências sazonais, distribuições geográficas e categoria de pesquisas específicas. Além disso, o Google permite que se observe a “crescente ou decrescente procura” global ou específica, em um filtro que se tenha criado de acordo com determinados interesses, gerando relatórios em forma de gráficos. (Google Trends, 2013).

Já o *site* do Seekr fornece ferramentas de análise necessárias para medir, analisar e saber o que se fala de sua “marca” nas redes sociais. No caso deste trabalho não é uma “marca”, mas sim, o monitoramento da mobilização social “FURB Federal”. Através desta ferramenta é possível saber se o que está sendo falado sobre uma determinada “marca” é positivo ou negativo, é possível avaliar comentários, alcance dos mesmos e monitorar tendências (Seekr, 2013).

E para analisar a rede social Twitter no debate sobre a mobilização “FURB Federal” para monitorá-lo utilizamos de uma ferramenta disponível no *site* Topsy.com, sendo esta uma ferramenta que serve para analisar os *tweets* mais retuitados. O “Topsy.com” ainda permite que sejam encontrados os principais influenciadores de um determinado assunto através dos Twitters mais influentes e verificar a exposição de um evento ou campanha e é possível analisar instantaneamente qualquer assunto, termo ou hashtag debatido na rede (Topsy.com, 2013).

5. Resultados

Ao digitar o termo “Furb Federal” no Google Trend obtivemos o seguinte resultado:

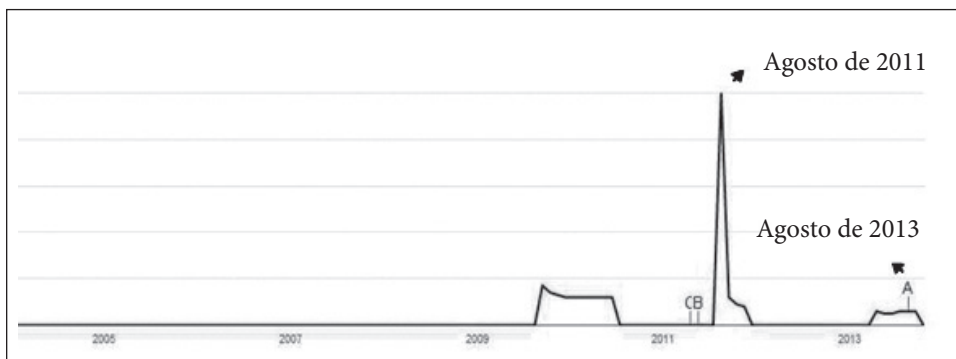


Figura 1 – Adaptação do resultado da pesquisa pelo termo “Furb Federal” no Google Trends
Fonte: Elaborado pelos autores com base em Google Trends (2013)

Com base no gráfico, se buscou quais as discussões estavam em alta nos períodos em destaque no gráfico, e sendo assim, em agosto de 2011 o ponto em que demonstra o maior volume de buscas pela expressão “Furb Federal” coincide com o período da criação do grupo “Sou pela FURB Federal” no Facebook, que rapidamente alcançou milhares de membros, ampliando a repercussão do movimento social em prol da federalização.

Em agosto de 2013 foi realizada audiência pública para discussão da “Furb Federal”, o que acabou impulsionando as pesquisas pelo assunto ou termo “Furb Federal” na internet através do mecanismo de busca do Google, demonstrando que o assunto está presente na internet, sendo as buscas motivadas por acontecimentos que acabam repercutindo na rede de internet.

Pesquisando pelo termo “Furb Federal” no motor de busca do Google se pode verificar que o assunto “Furb Federal” está presente nos seus resultados, sendo que um destes se remete ao grupo “Sou pela Furb Federal” no Facebook, indicando ter um grande fluxo de informações que se remete a ele.

Utilizando-se das ferramentas disponibilizadas pelo Seekr e analisando as postagens na rede de internet sobre o assunto “Furb Federal” é possível verificar que tal assunto está presente na rede de internet, principalmente em alguns meios onde os fluxos de informações são maiores e mais constantes, tais como, no Facebook, Twitter e Blog da Furb o que nos permite imaginar que há uma rede de conexão entre tais mídias, umas conectadas as outras, dando origem a uma rede de conexões no *ciberespaço*.

Ao construir uma rede de conexões os indivíduos deixam “rastros” na rede, sendo possível representar graficamente como se dá a interação dos usuários. Como os usuários deixam “rastros”, isto nos permite [...] “o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros” [...] (RECUERO, 2009, p. 24).

Representando simbolicamente a rede “Furb Federal na Internet” com base nas tipologias e conceitos de rede descritos por Raquel Recuero (2009, p. 56), elencando alguns dos principais agentes e mídias digitais disseminadoras do assunto se pode ter:

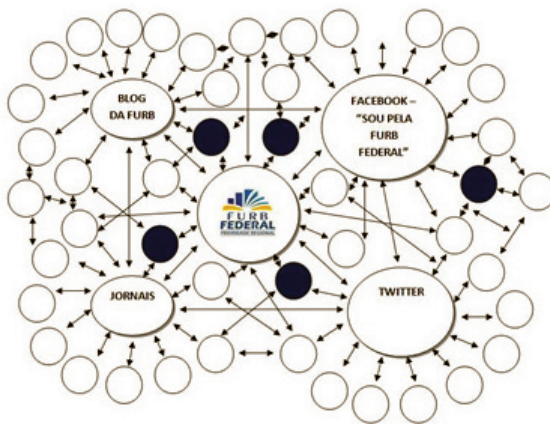


Figura 2 – Representação gráfica da rede “Furb Federal” na internet
Fonte: Elaborada pelos autores com base no Seekr, Topsy.com e Google (2013)

Após algumas análises o que se pode inferir é que a “Furb Federal” está presente na internet, principalmente na rede social Facebook, além de estar sendo veiculada no Blog da Furb e por alguns jornais digitais, sendo estes os principais meios onde o assunto “Furb Federal” está sendo veiculado.

Pode-se ainda ressaltar que existem atores, representados simbolicamente pelos círculos escuros, que exercem papéis centrais na disseminação de informações, principalmente nas redes sociais. Estes atores muitas vezes são os responsáveis por inserir discussões, notícias e propor debates acerca do assunto. Os demais atores acabam comentando, compartilhando e, conseqüentemente, fazendo o assunto disseminar na rede de internet através das conexões representadas pelas flechas, aumentando também as buscas pelo assunto no motor de busca do Google, como já verificado no presente artigo.

Com a formação de uma rede de conexão e interação das novas mídias digitais baseada na internet é possível dizer que as mídias digitais nivelam “[...] relativamente o terreno da manipulação simbólica ao ampliar as fontes de comunicação, contribuindo de fato para a democratização” (CASTELLS, 2003, p. 135). Ainda, o autor fala que através da comunicação via mídias digitais e não mais através das mídias tradicionais (ou de massa) a liberdade de expressão pode ser difundida por todo o planeta.

A internet não é simplesmente uma tecnologia, é um meio de comunicação e é a infraestrutura material de uma determinada forma organizacional: a rede (CASTELLS, 2003, p. 115-116). Estes relatos de Castells podem ser transpostos a mobilização da “FURB Federal” na internet, onde através da comunicação em rede a história do movimento passou a ser difundida não apenas localmente, mas também em um plano muito mais amplo, não territorializado no *ciberespaço*.

A este respeito Levy (1999) diz que a troca de informações hoje não precisa mais ser limitada ao espaço físico, mas sim, a internet e as mídias digitais facilitaram a amplificação da disseminação de informações. E não somente, isto facilitou a criação e a reprodução de movimentos sociais e suas ações (LEVY, 1999, p. 130), como é o caso das mobilizações “FURB Federal”.

Devido à capacidade de mobilizar as pessoas, de difundir informações a ponto de ganharem destaque e serem transformadas em notícias até mesmo nos veículos tradicionais de massa, os *sites* de rede social têm sido muito utilizados para criação e ampliação de movimentos sociais, como no caso da mobilização “FURB Federal”, transformando o caráter limitado territorialmente de um movimento em um movimento no *ciberespaço* capaz de ser muito mais autônomo, dinâmico e transformando a história da mobilização, deixando-a muito mais transparente, conectando e mobilizando muito mais pessoas.

6. Considerações finais

A partir da década de 1990, com o surgimento da internet, das mídias digitais e mais recentemente das redes sociais, como o Facebook, criado em 2004, a liberdade de

expressão dos indivíduos e das organizações se faz cada vez mais presente, facilitando o compartilhamento de histórias, conteúdos e, além do mais, contribuem para o exercício de mobilizações sociais em prol de causas, como é o caso da “FURB Federal”, colocando o assunto cada vez mais ao alcance de todos através das interações em rede, modificando também a sociabilidade entre os indivíduos.

Neste mesmo sentido, se pode dizer que a maneira de fazer/contar história a partir das tecnologias de informação e comunicação amparadas na utilização da internet está se remodelando, tornando mais transparente e fazendo com que mais indivíduos se envolvam, como exemplo, nas mobilizações sociais em prol da “FURB Federal”.

Através das mídias digitais a história de uma mobilização social ganha um novo caráter, principalmente a transparência, dinâmico e envolve muito mais indivíduos. No estudo de caso do presente trabalho se verificou que a partir da utilização das mídias digitais para a organização do grupo “Sou pela FURB Federal” tornou-se um movimento mais transparente que visa discutir, debater, organizar manifestações, divulgar resultados e ações do processo de federalização.

Além do mais, o movimento na internet vem pressionando o governo a colocar em sua agenda política o debate da federalização, e mais, reivindicando ações concretas para a federalização, pautadas no discurso de que o Vale do Itajaí merece uma universidade pública, gratuita e de qualidade para atender às necessidades regionais de todas as classes e segmentos sociais.

Com base nos resultados da pesquisa, conclui-se que a história do movimento “FURB Federal” ganhou uma nova repercussão na rede de internet, onde pode se organizar debates, manifestações e veiculação de informações de forma muito mais ampla, transparente e democrática, se pode ainda dizer que o debate sai do âmbito interno da instituição e passa a conquistar muito mais apoio, no *ciberespaço*, da comunidade local e regional.

Referências

CADERNOS DE FEDERALIZAÇÃO/FURB. **Por uma Universidade Federal para Blumenau e Região**. Número 1. Publicação do Comitê Pró-Federalização da FURB. Blumenau – novembro de 2007.

_____. **Queremos a FURB Federal**. Número 2. Blumenau – Março de 2013.

CARESIA, Roberto Marcelo; SASSE, Liane Kirsten. **Memórias da Furb: (1964-2004)**. Blumenau: Edifurb, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

_____. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

FACEBOOK. **News Room**. Disponível em: <<http://newsroom.fb.com/>>. Acesso em 30 de Nov. de 2013.

_____. **Grupo Sou pela FURB Federal**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/203213556401195/>>. Acesso em 05 de Dez. de 2013.

FERREIRA, José. A democracia na Grécia Antiga, Livraria Minerva *in*, **Cadernos de História A**, Porto Editora, 2003.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. Porto Alegre: Penso, 2012.

GOOGLE. **Google trends**. Disponível em: <<http://www.google.com.br/trends>>, 2013. Acesso em 18 de Dezembro de 2013.

_____. **Motor de busca**. Disponível em: <<https://www.google.com.br/>>, 2013. Acesso em 18 de Dezembro de 2013.

Jornal de Santa Catarina. Abril de 2013. **Protesto reúne cerca de 200 pessoas em prol da Furb Federal**. Disponível em: <<http://jornaldesantacatarina.clicrbs.com.br/sc/noticia/2013/04/protesto-reune-cerca-de-200-pessoas-em-prol-da-furb-federal-4094854.html>>. Acesso em 15 de Jan. de 2014.

_____. Setembro de 2013. **Instalação do campus da UFSC em Blumenau é oficializada**. Disponível em: <<http://jornaldesantacatarina.clicrbs.com.br/sc/noticia/2013/09/instalacao-do-campus-da-ufsc-em-blumenau-e-oficializada-4254952.html>>. Acesso em 15 de jan. de 2014.

_____. Disponível em: <<http://jornaldesantacatarina.clicrbs.com.br>>, 2013. Acesso em 16 de Dezembro de 2013.

KIRKPATRICK, David. **O Efeito Facebook: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo**. São Paulo: Editora Intrínseca, 2011.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MALINI, Fábio. **A internet e a rua: Ciberativismo e mobilizações nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. A rede é a mensagem: efeitos da difusão de informações nos sites de rede social. In: Eduardo Vizer. (Org.). **Lo que McLuhan no previu**. 1. ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223.

_____. Comunidades virtuais: uma abordagem teórica. In: **Seminário internacional de comunicação**, 5., Santa Catarina, RS, 2001. *Anais...* Santa Catarina, RS. Disponível em: <<http://pontomidia.com.br/raquel/teorica.pdf>>. Acesso em 27 de Novembro de 2013.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REIS, Clóvis; DELAGNELO, Jamile; STALOCH, Rubens. Distribuição Regional das Instituições de Ensino Superior Gratuito no Estado de Santa Catarina: a lacuna na Mesorregião do Vale Do Itajaí e as Contradições das Políticas Públicas de Expansão de Vagas. In: MANILI, Carlos Mario. **XII Colóquio de Gestión Universitaria em América del Sur: rendimentos académicos y eficacia social de la universidad**. 1. ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Edutecne, 2013. p. 158. ISBN 978-987-1896-21-9.

ROCHA, Carlos Vasconcelos. **Democracia em duas dimensões: cultura e instituições**. Soc. estado. Brasília, v. 24, n. 3, dez. 2009 .

SEEKR. **Quem Somos**. Disponível em: <<http://seekr.com.br/quem-somos/>>. Acesso em 07 de out. 2013.

SZTOMPKA, Piotr. **A sociologia da mudança social**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

TOPSY.COM. **Quem Somos**. Disponível em: <<http://about.topsy.com/>>. Acesso em 10 de out.2013.

Universidade Regional de Blumenau (FURB). **Nossa História**. Disponível em: <<http://www.furb.br/web/1317/institucional/a-furb/nossa-historia>>. Acesso em 30 de nov. de 2013.

Mudanças estruturais no webjornalismo através da visão do profissional: case *Jornal do Comércio*¹

Deborah Cattani²

Resumo: Este artigo trata das mudanças estruturais no webjornalismo apontadas pelos jornalistas do *site* do *Jornal do Comércio* (JC). A página na web existe desde 2009 e o jornal é de uma linha mais conservadora, portanto se encaminha para internet discretamente em relação a outros veículos. Com a ajuda da observação participante e das técnicas de questionário e de entrevista, foi possível trazer para o debate as quebras de paradigma que ocorreram durante o trabalho destes profissionais no JC. Pereira, Moura e Adghirni (2012), Bonville, Brin e Charron (2004), Adghirni (2005), entre outros, ajudam a ilustrar esse caminho.

Palavras-chave: Webjornalismo; *Jornal do Comércio*; Mudanças.

Introdução

O artigo a seguir é resultado da aplicação de um questionário, com perguntas abertas, para a equipe responsável pelo *site* do *Jornal do Comércio* (JC). O objetivo é descobrir se ao longo da duração da página na web – criada em 2009 – os jornalistas que nela trabalham detectaram mudanças estruturais na sua atividade. Para tal, foram levados em consideração os preceitos dos autores Pereira, Moura e Adghirni (2012), Bonville, Brin e Charron (2004), Adghirni (2005), entre outros.

Localizado em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, o veículo completou 80 anos em 25 de maio de 2013 e é considerado um dos maiores jornais do sul do país³. Foi fundado por Jenor Cardoso Jarros e Zaida Jayme Jarros em 25 de maio de 1933, sendo o primeiro jornal segmentado do Brasil. Originalmente se chamava *Consultor do Comércio* e seu público-alvo era composto por comerciantes. Atualmente o perfil do leitor do

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Digital, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). E-mail: <deborahcattani@gmail.com>.

3 Disponível em: <<http://www.portaldereacionamentojc.com.br/>>. Acesso em: 15 nov. 2013

JC é composto, a maioria, por pessoas com ensino superior (68%)⁴. O *site* do JC⁵ entrou no ar em 2009, mas apenas reproduzia notícias da edição impressa. Ao longo do tempo e com a necessidade de investimentos no setor, o JC adquiriu um grupo dedicado a alimentar, hoje, não apenas o espaço *online*, como também uma série de redes sociais e uma parceria com o UOL⁶.

Figura 1 – Capa do *site* do *Jornal do Comércio*



Fonte: <www.jornaldocomercio.com>.

A equipe que compõe o *site* do jornal conta com oito pessoas, dentre elas, três estagiários, um editor, uma *webdesigner* (autora deste trabalho) e três jornalistas. Todas essas pessoas têm alguma conexão com a formação de jornalista, ou fazem a graduação, ou já são formados e graduados na área, como veremos mais adiante. Nessa breve história já podemos identificar uma mudança nos paradigmas jornalísticos que servem de base para este veículo. Mesmo sendo uma mídia tradicional e com características conservadoras, acabou expandindo seus meios em busca de novas oportunidades e também para atender a demanda do seu próprio leitor.

4 Disponível em: <<http://www.portaldereacionamentojc.com.br/institucional/perfil-do-leitor/>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

5 Disponível em: <<http://www.jornaldocomercio.com>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

6 Disponível em: <<http://www.uol.com.br/>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

Figura 2 – Google Analytics do site do JC entre 1/01/2010 e 21/11/13



Fonte: Google Analytics do site do *Jornal do Comércio*.

Como coloca a autora Adghirni (2005, p. 2), as mudanças que ocorreram recentemente na sociedade, e na virada do último século, motivaram uma mudança não só nas plataformas, mas também nos profissionais e na lógica de produção:

Mais recentemente, a introdução das novas tecnologias na produção e distribuição de notícias bem como a hibridização dos gêneros profissionais e redacionais provocaram uma reviravolta sem precedentes no universo dos jornalistas. Em crise de identidade e sem parâmetros determinados para se reconhecer como categoria profissional historicamente construída [...].

A crise deu lugar à rixa entre os profissionais de impresso e os de *online*, geralmente mais novos e muitas vezes com mais conhecimento técnico. Essa relação é ainda mais frágil quando acontece dentro de veículos tradicionalistas como o JC. O *site* cresceu consideravelmente desde sua criação (Figura 2), mas ainda é um dos menores setores da empresa, com um dos menores investimentos⁷.

Por isso, e por tantos outros motivos, se faz interessante averiguar como se deu a quebra (ou não) dos paradigmas do webjornalismo no Rio Grande do Sul. A metodolo-

⁷ O baixo investimento se dá porque o site não exige gastos com certas coisas que o impresso exige, como impressão e até mesmo o deslocamento de repórteres. Na maioria das vezes, os jornalistas do site fazem seu trabalho via telefone ou e-mail. Apenas na cobertura de especiais eles vão a campo.

gia do trabalho ocorreu através da observação participante e da técnica de entrevista. A escolha do estudo se deu porque a autora deste trabalho já está há mais de 10 meses na função de webdesigner e por exercer uma função diferenciada, não é contemplada com a rotina jornalística dos demais colegas. No entanto, são meses de constante aproximação e observação. Como coloca Amaro (2004, p. 1)

[...] o método da pesquisa de terreno, nomeadamente da observação participante, supõe a presença prolongada do jornalista-investigador nos contextos sociais em estudo e contato direto com as pessoas e situações.

Assim, torna-se possível ir além do que está aparente, utilizando-se da investigação para aprofundar os conhecimentos adquiridos. Amaro (2004) afirma que dessa maneira o jornalista-investigador pode entrar no cotidiano do contexto e das pessoas em evidência e até mesmo conseguir informações privilegiadas. E a técnica de entrevista/questionário se faz necessária nesse cenário, uma vez que o seu objetivo está relacionado “ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema” (BARROS; DUARTE, 2006, p. 63).

O Jornal do Comércio na internet

“O jornal de economia e negócios do Rio Grande do Sul” é atualmente presidido e dirigido pelo empresário Mércio Tumelero, que está no cargo desde 1998. Antes disso, o veículo era administrado por Zaida Jaymes Jarros e seu filho, Delmar Jarros⁸. O nome *Jornal do Comércio* foi instituído em 1956, mesma época em que o foco para o setor econômico ganhou prioridade. Nem sempre foi um jornal diário, teve fases semanais e trissemanais. Hoje circula de segunda a sexta-feira com uma edição especial nas sextas, em função do final de semana.

O *site* do JC, como foi falado antes, surgiu em 2009. Primeiramente só reproduzia notícias da edição impressa, agora oferece uma série de produtos para os consumidores do jornal e internautas em geral. Em 2010, o *site* passou a ser atualizado em tempo real e adquiriu uma equipe que se reveza das 8h às 23h ininterruptamente em dias comerciais. Em finais de semana e feriados é composta uma tabela de plantão, onde um único jornalista fica responsável por uma jornada equivalente a um dia de trabalho.

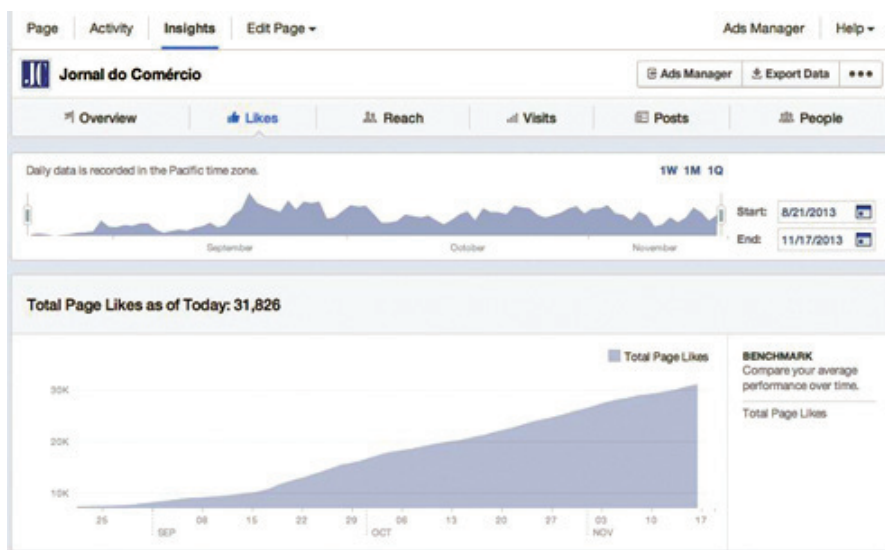
Muitas vezes, essa função do plantonista é exercida de casa, uma vez que o jornalista só necessita de acesso a pauta, às agências de notícias e aos mecanismos do *site*, ou seja, basicamente só precisa de uma conexão com a internet. Adghirni (2005, p. 3) aponta que essa é uma das quebras do paradigma, afinal o mito do jornalista romântico, calcado no século XX, não se consolida mais na sociedade pós-moderna:

8 Disponível em: <<http://www.portaldelrelacionamentojc.com.br/institucional/historico/>>. Acesso em: 19 nov. 2013.

O jornalista hoje é um burocrata da notícia sentado diante de um computador que lhe serve de fonte de informação, sala de redação, tela de texto. É provável que nem ele nem a sociedade acreditem mais na função social do jornalismo. (ADGHIRNI, 2005, p. 3)

Bonville, Brin e Charron (2004, p. 4, tradução nossa), explicam que a própria atividade jornalística está em transformação, uma vez que o mercantilismo tomou conta do fabrico de notícias e “o mercado dos mídias se caracteriza doravante por uma grande diversificação e por uma superabundância de oferta”. Os teóricos criaram uma categoria para definir esse *novo* jornalismo: jornalismo de comunicação. Para eles, esse é o paradigma atual e as características mais comuns são: uso da internet para distribuição de notícias, gerando novos mercados e modelos de negócios; modo de produção condicionado aos novos *devices* tecnológicos; hibridismo de discursos; foco no tempo presente, passado e futuro são apenas pontos de referência; anunciantes interessados em políticas empresariais e não no conteúdo dos veículos.

Figura 3 – Progressão do crescimento do Facebook do JC entre agosto e novembro de 2013



Fonte: Dados retirados da página do JC no Facebook, que a autora deste trabalho teve acesso em 19 de novembro de 2013.

No entanto, Bonville, Brin e Charron (2004) esclarecem que esta é uma zona intermediária, onde a valorização está na estrutura narrativa e na mistura de gêneros, muitas

9 No original: “Les marché des médias se caractérise dorénavant par une grande diversification et par une surabondance de l’offre.”

vezes encontra-se publicidade inserida no conteúdo. Neste paradigma, o leitor tem por papel reagir, ou seja, participar do noticiário, comentar, compartilhar. Não é a toa que a página do *Jornal do Comércio*¹⁰ na rede social Facebook cresceu muito em 2013. Em agosto, a página alcançou oito mil seguidores e em novembro ultrapassou os 30 mil (Figura 3). O JC aderiu à rede em 28 de setembro de 2010. Esse pico de desenvolvimento do Facebook se deu por ações planejadas, estudo do comportamento dos seguidores e diversas tentativas da equipe em melhorar a qualidade do conteúdo. O JC nunca se utilizou, até então, de recursos financeiros para alavancar qualquer tipo de crescimento na rede.

A equipe ainda controla uma conta no Twitter¹¹, que é jornalística e serve mais para disseminação das notícias do *site*, e outra no Instagram¹², que é recente e mais institucional.

Pesquisa e análise

Para responder se houve ou não mudanças perceptíveis no paradigma jornalístico vivido pelos profissionais envolvidos com o *site* do JC, foi aplicado um questionário com as seguintes perguntas abertas:

1. Qual a sua formação como jornalista?
2. Há quanto tempo você trabalha no *Jornal do Comércio* e quais as funções (atribuições) que você exerce?
3. Desde que você entrou no jornal, quais as principais mudanças que você observa (em termos de forma de trabalhar, coisas que facilitaram ou dificultaram o método)?
4. Dessas mudanças, quais você considera relevante e por que?

Você crê que as possíveis mudanças ocorrem por necessidade da profissão, ou porque os meios evoluem através dos tempos? Explique a sua resposta.

O Quadro 1, abaixo, exemplifica mais claramente os respondentes. As entrevistas foram feitas entre 15 de outubro e 14 de novembro de 2013. Duas colegas, uma jornalista e uma estagiária, não responderam por que alegaram não ter tempo. A autora deste trabalho que atua como webdesigner também não respondeu, mas por ser a entrevistadora.

10 Disponível em: <<https://www.facebook.com/jornaldocomercio>>. Acesso em: 19 nov. 2013.

11 Disponível em: <https://twitter.com/JC_RS>. Acesso em: 19 nov. 2013.

12 Disponível em: <<http://instagram.com/jornaldocomercio>>. Acesso em: 19 nov. 2013.

Quadro 1 – Perfil profissional dos jornalistas do *site* do JC

	Profissional	Sexo	Idade	Status na pesquisa	Tempo de JC	Possuem outro emprego	Formação
A	Editor	Masculino	37	Respondeu	4 anos	Não	Ufrgs ¹³
B	Jornalista	Feminino	25	Respondeu	4 anos	Sim	Ufrgs
C	Jornalista	Feminino	24	Não respondeu	2 anos	Não	Pucrs ¹⁴
D	Jornalista	Masculino	27	Respondeu	4 anos	Sim	Pucrs
E	Webdesigner	Feminino	24	Aplicou	10 meses	Não	Pucrs
F	Estagiária	Feminino	22	Não respondeu	2 meses	Não	ESPM-Sul ¹⁵
G	Estagiária	Feminino	21	Respondeu	11 meses	Não	Ufrgs
H	Estagiário	Masculino	24	Respondeu	2 meses	Sim	UniRitter ¹⁶

Fonte: Questionário realizado pela autora deste trabalho.

Através das respostas, foi possível identificar que todos têm a liberdade de criar e sugerir pautas, além de assinar matérias. Mesmo assim, ambos estagiários que participaram da pesquisa disseram escrever esporadicamente. Eles estão ligados na programação cultural do *site*, bem como agenda profissional e ajudam na indexação do material impresso. Ainda são responsáveis por cuidar as agências de notícias. Questionados sobre as mudanças observadas, eles têm visões distintas. A profissional G (Quadro 1), estudante da UFRGS, diz que percebe uma maior integração da redação do impresso com a do *online*. Para ela, os critérios de padronização da escrita de notícias ficaram melhores definidos. Já o profissional H, que está há pouco tempo no JC, identificou um crescimento na busca pelo *hardnews* e uma intensidade na questão da prensa.

No caso do *Jornal do Comércio*, o editor não fica presente em todos os turnos, então existe uma flexibilidade quando tange ao repórter a responsabilidade de ser o *gatekeeper*. Os estagiários sentem isso ainda mais, pois muitas vezes têm que tomar decisões

13 Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/ufrgs/inicial>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

14 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

15 Escola Superior de Propaganda e Marketing. Disponível em: <<http://www2.espm.br/campus/sul/campus-espm-sul>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

16 Centro Universitário Ritter dos Reis – Laureate International Universities. Disponível em: <<http://www.uniritter.edu.br/>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

sem a presença do jornalista responsável ou do editor. É o que observam Adghirni e Pereira (2010, p. 2)

Fala-se em flexibilização dos valores-notícia (Jorge, 2007) e de questionamento sobre os métodos e parâmetros que balizam a produção de noticiário. Jornalistas têm sido pressionados a buscar alternativas para o processo de coleta e formatação de informações para atender às novas exigências do público (mais ativo e participativo) (MCNAIR, 2009), o que implica em redefinir seus próprios valores.

Na teoria do *gatekeeping*, o jornalista é o guardião de um portal, onde ele decide quais fatos passam a se tornar notícia e quais não. Esse processo se ampara também no *newsmaking*, onde os acontecimentos possuem ou não um valor, um valor-notícia, baseado em diversos critérios que são muitas vezes intuitivos aos profissionais da comunicação (TRAQUINA, 2005).

É interessante observar que o *Jornal do Comércio* tem uma certa relutância com a questão do *online*. Enquanto outros veículos treinam seus funcionários para que estes se tornem multimídia, o JC tem uma equipe exclusiva do *site*. A redação do impresso não tem nem acesso, nem treinamento e também não é incentivada a participar do processo de indexação do jornal para o *site*. Apesar disso, o profissional D afirma que o cenário está mudando no comportamento das pessoas. Alguns repórteres já se dispõem a criar material exclusivo para o *site*, como vídeos, galerias de imagens, áudio, entre outros. Para ele, as redes sociais também influenciaram nessa mudança, já que isso permitiu um melhor acompanhamento do que é feito na web.

A profissional B agrega que a grande mudança de paradigma é a tecnologia trabalhar em favor do jornalista. Ela aponta que isso permite a presença do repórter em situações que antes não seriam possíveis. As redes são outro ponto que ela salienta, em especial pela aproximação do público. Como ela coloca: “Além de termos de tomar bastante cuidado com o que é publicado [...], também temos um *feedback* mais imediato a respeito do conteúdo trabalhado, o que nos torna ainda mais exigentes com nosso trabalho.”

Todos os respondentes da pesquisa identificaram que o jornalismo praticado por eles no ambiente de trabalho passa por uma mudança no momento. Eles concordam que a grande quebra de paradigma está no estabelecimento das redes sociais e que o jornalista que exerce essa função tem a sua visão de mundo ampliada de alguma forma. Na fala do editor do *site*, o profissional A, isso fica claro, até porque ele esteve presente no início do método de imersão do JC na internet:

Percebo que peguei a fase final de uma transição do jornal, do término de um período de longa crise para um período de crescimento sustentável. Isto se vê na melhoria da qualidade das instalações, dos equipamentos e ações pontuais

de treinamento e de retenção de talentos. Na redação, ocorreram duas reformas no projeto gráfico. Existe um movimento de integração começando – que nem sempre vem de baixo para cima, mas da colaboração entre as áreas –, que geram ações que levam a uma melhor comunicação interna e uma maior compreensão do produto. E, claro, o investimento em Internet.

Com a ascensão das tecnologias ocorre também o hibridismo de discursos. A diversificação entrou na rotina, pois o público tem mais opções e está mais exigente, não só no quesito qualidade, como também na inovação. Com isso, o mercado jornalístico exige do seu profissional atualização constante. O profissional A reafirma isso na sua trajetória, pois já saiu de sua área para poder acrescentar em seu currículo mais experiência. A profissional G, que ainda é estudante do sexto semestre do curso de jornalismo, e o profissional D também concluíram que é preciso manter-se em dia com as novas tecnologias.

Conclusão

A introdução do *Jornal do Comércio* em redes sociais, ou do uso de redes sociais dentro do JC, foi impactante e causou uma mudança estrutural. Podemos ver nas falas acima que essa novidade modificou a atuação desses profissionais em diversos pontos. Adghirni e Pereira (2010, p. 5) explicam que

[...] para que uma mudança seja considerada como estrutural é preciso que ela seja suficientemente abrangente e profunda para alterar radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores. Trata-se, portanto, de distingui-la de um grupo mais restrito de mudanças conjunturais e de microinovações que normalmente afetam uma prática social.

A quebra dos paradigmas, no entanto, não acontece no cotidiano ou diariamente. Ela se dá em momentos de transição, por isso alguns dos entrevistados apontaram que a grande mudança no case do *Jornal do Comércio* se deu na introdução das redes sociais no seu trabalho. Parece uma modificação pequena, mas envolve uma série de novos conceitos e rituais que são inseridos na pauta. Mas muitas vezes os profissionais são atropelados pelas mudanças e precisam buscar por si mesmos, novas qualificações e atualizações para poder prosseguir numa determinada função.

Como observou a profissional B na análise acima, sempre vão ocorrer mudanças e provavelmente elas serão por ambos motivos: tanto por necessidade da profissão, quanto porque os meios evoluem através dos tempos. A profissão de jornalista é, por si, consagrada na busca por melhorias tecnológicas e de melhores condições de trabalho. Isso ocorre por dinâmicas de mercado, exigência do público e também pela própria competitividade entre os profissionais. Podemos observar durante a pesquisa que inclusive alguns dos jornalistas possuem mais de uma ocupação.

Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal. O Jornalista: do mito ao mercado. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, vol. 2, nº 1, p. 1-13, jan./jul. 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2088>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

ADGHIRNI, Zélia Leal; PEREIRA, Fábio. Mudanças estruturais no jornalismo: alguns apontamentos. **Anais do VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJOR**. São Luís, 2010.

ADGHIRNI, Zélia Leal; PEREIRA, Fábio H.; MOURA, Dione O. **Jornalismo e Sociedade: Teorias e Metodologias**. Florianópolis: Insular, 2012.

AMARO, Vanessa Fernandes. **Vivendo na pele do outro**: A observação participante para desvendar a favela da Rocinha, no Brasil. Lisboa: BOCC, 2004.

BARROS, Antonio (org.); DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

BONVILLE, Jean; BRIN, Collete; CHARRON Jean. **Nature et Transformations du Journalisme: Théories et recherches empiriques**. Quebec: Presses Universitaires de Laval, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

Identities pessoais e redes sociais online: usos do Instagram para a construção de narrativas identitárias¹

Liliane Dutra Brignol²
Mariana Leoratto Severo³

Resumo: O presente artigo é resultante de trabalho de conclusão de curso que teve como objetivo investigar os usos do Instagram relacionados aos processos de construção de narrativas de identidades pessoais. São apresentados conceitos de redes sociais online, aspectos identitários relacionados ao contexto contemporâneo e às narrativas identitárias. A metodologia é inspirada no método de etnografia virtual, em que, por meio de observações *online* e entrevistas entre usuários do Instagram, é construída a análise em profundidade dos dados coletados. Como resultado, são apresentados diferentes usos do Instagram, como o reordenamento do tempo no aplicativo, o compartilhamento da experiência, as expectativas sobre o olhar do outro, o cotidiano pautado pelo Instagram, o significado das fotografias *selfie* e a importância dos filtros na construção das narrativas de identidade através da rede social *online*.

Palavras-chave: Mídias Digitais; identidade pessoal; narrativas; redes sociais *online*; Instagram

Introdução

Querer ser visto nas redes sociais *online* configura-se, hoje, como parte das lógicas de apropriação das tecnologias que se insere em um contexto de visibilidade midiática potencializada pelas dinâmicas de redes da sociedade contemporânea. As redes são constituídas pelos atores sociais e os laços que os interligam, no entanto, essas ligações

-
- 1 Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação/ Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFSM. Orientadora do Trabalho de conclusão de curso que originou este artigo. E-mail: <lilianebrignol@gmail.com>.
 - 3 Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Autora do Trabalho de conclusão de curso que originou este artigo. E-mail: <mari.leoratto@gmail.com>.

só acontecem com o conhecimento da existência e da visibilidade de um ator pelo outro. A necessidade de ver e ser visto é expressa, principalmente, por meio de fotos, pois estas são ágeis, rapidamente entendíveis e contam muito em pouco tempo, além de permitirem capturar e guardar um instante.

Um aplicativo que traduz todas essas lógicas é o Instagram, um aplicativo de rede social *online* de compartilhamento de fotos. O que se posta remete a um fragmento do que aconteceu no dia ou um momento por meio da foto. Esse fragmento representa não só uma seleção pessoal, mas uma maneira de construção identitária em rede. Com o Instagram, é possível entender a demanda por imagem da nossa sociedade e comunicação ágil na internet e como esses dois fatores aliados podem contribuir para entender a construção de identidades pessoais, o que justifica a proposta desta pesquisa.

Com este artigo, pretende-se apresentar parte das reflexões sobre como fragmentos do dia a dia postados de forma imagética podem atuar na definição de narrativas de si e auxiliar na construção do eu em rede, ou seja, na construção das identidades pessoais dos usuários do Instagram. O objetivo geral da pesquisa que originou este trabalho foi de investigar usos do Instagram relacionados aos processos de construção de narrativas de identidades pessoais dos usuários.

O aporte metodológico utilizado para o cumprimento dos objetivos propostos foi baseado no método de etnografia virtual, combinando observações em *lurking* (pesquisadora como observadora) de oito perfis do Instagram com posteriores entrevistas feitas com os donos dos perfis, seguindo-se posteriormente as análises em profundidade dos dados empíricos coletados. A análise geral constata as mais diversas formas de construção de narrativas, questões de identidade e construção do *self*, além de outros usos do Instagram. Como principais aportes teóricos para sustentação da análise são discutidos conceitos de redes sociais online de Recuero (2008), de identidade com Giddens (2002) e das narrativas identitárias com Sibilía (2008) e Martino (2010).

As redes sociais online

Os contextos de redes sociais surgiram muito antes da internet, porém, é com ela que as redes ganham uma dimensão mais fluída e rápida, tornando suas conexões mais visíveis e presentes nas interações cotidianas (RECUERO, 2008). A internet, como rede das redes, permite que a lógica rizomática seja explorada e potencializada através de múltiplas interligações através de diferentes plataformas online.

A internet possibilitou que houvesse comunicação entre as pessoas de maneira mediada por computadores. Para Recuero (2008), foi possível que os atores sociais pudessem interagir com outros atores, bem como construir um eu identitário na rede, já que as pessoas deixam rastros de suas interações, como fotos, comentários e curtidas. É preciso, então, ser visto na internet, mas não só com a necessidade de exarcebar o individualismo, mas sim para que a sociabilidade nesse espaço exista.

A sociabilidade no ambiente *online*, diferentemente em ambientes *offline*, como bares, festas e trabalho, não possui um espaço físico para interações, mas dispõe de plataformas de redes sociais *online*. Para Recuero (2008, p. 104), *sites* de redes sociais “são aqueles que compreendem a categoria dos sistemas focados em expor e publicar as redes sociais dos atores. São *sites* cujo foco principal está na exposição pública das redes conectadas aos atores, ou seja, cuja finalidade está relacionada à publicização dessas redes”. É importante ressaltar que os *sites* de redes sociais são, em si, apenas sistemas (RECUERO, 2008). São, então, os atores que se apropriam dessas plataformas que constituem as redes sociais presentes nessas plataformas, e não elas em si.

O Instagram

O espaço de sociabilidade na internet é rico em variedades de redes sociais *online*, que contribuem na construção do eu, criando sociabilidade entre as pessoas por meio de laços constantemente expandidos. Entretanto, neste caso, mais importante que as redes que se formam são as construções de narrativas de si nessas redes sociais *online*, contadas, em sua maioria, por textos, vídeos e imagens. Dentre estas várias redes sociais *online*, o Instagram permite explorar bem a lógica das narrativas.

O aplicativo Instagram surgiu no dia 6 de outubro de 2010 e foi desenvolvido por dois engenheiros de programação: o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger. O Instagram foi desenvolvido, primeiramente, para funcionar na plataforma *iOS*⁴, sistema operacional da *Apple*, o que segmentava o público do Instagram para aqueles que possuíam aparelhos da marca. Em abril de 2012, começou a funcionar em aparelhos com o sistema *Android*⁵, iniciando a popularização do aplicativo. Em 2013, também ficou disponível para aparelhos com sistema *Windows Phone*⁶. O Instagram é um aplicativo utilizado somente por usuários desses tipos de *smartphones*⁷ e *tablets*⁸, possibilitando a utilização de filtros para a edição das fotografias e compartilhamento em diversas redes sociais.

No Instagram, o *self* é construído por meio de imagens, sendo estas muitas vezes mais fortes do que palavras por seu poder simbólico no contar de si narrativamente. Como o ato de fotografar é ligado aos momentos pessoais de cada um, publicar uma

4 *iOS* é o sistema operacional móvel da *Apple*, que pode ser apenas utilizado em aparelhos da marca.

5 *Android* é um sistema operacional de dispositivos móveis que surgiu como concorrente direto do *iOS*. O sistema *Android* funciona nas mais diversas marcas de celulares e assemelhados, como *HTC*, *Samsung*, *Sony*, *Motorola*, *LG* e Positivo Informática.

6 *Windows Phone* é um sistema operacional de dispositivos móveis desenvolvido pela empresa de *softwares* e computadores *Microsoft*.

7 São celulares com sistemas operacionais que permitem incluir aplicativos, além de conectar redes de dados para acesso à internet.

8 Espécie de computador portátil em forma de prancheta com tela sensível ao toque.

foto no Instagram significa criar, então, uma narrativa imagética sobre si em rede. Essas narrativas do cotidiano contam sobre a forma que cada um quer ser visto. Estes, muitas vezes, acabam dando status de importância para as narrativas que a vida cotidiana em si não proporciona. “Por desencadear um processo de visibilidade atenta ao cotidiano, as fotografias vão além da ratificação da banalidade do dia a dia cidadão, mas o tornam digno de reconhecimento” (ABREU, SOUSA, 2012, p. 9).

É por esse motivo que as redes sociais *online* são importantes no entendimento da construção do eu e nas relações em rede, já que são elas que dão o suporte necessário para que isso aconteça, dispondo plataformas para o usuário construir um perfil e associar a ele elementos sociais que ajudem formar sua identidade. Esses elementos servem “ao indivíduo como matéria-prima para a construção da sua subjetividade no ciberespaço, corroborando sua identificação a gostos que atestam a suposta veracidade do *ethos*⁹ que deseja representar” (CARRERA, 2012, p. 3). Cada foto representa um momento que, de certa forma, foi relevante ao ponto de ser hospedada no *site* do aplicativo para que outros usuários da rede percebam esse momento e o apreciem.

Identities como narrativas

O fato de cada fotografia postada narrar o cotidiano de quem a posta e ajudar na sua construção identitária, possui um significado bem mais atrelado à estrutura social em que o ator social está inserido do que ao livre arbítrio na escolha da forma de demonstrar ser quem se é. A estrutura social, no caso, é influenciada pela modernidade tardia (GIDDENS, 2002) ou pós-modernidade. Para Giddens (2002), a vida na modernidade tardia é altamente relacionada a reorganizações do tempo e do espaço e descola as relações sociais de lugares específicos. O conceito de identidade se modifica a partir da ruptura com a noção de estabilização do sujeito, pois se compreende o sujeito pós-moderno a partir de identidades fragmentadas e múltiplas.

Essas identidades fragmentadas e multifacetadas permitem, na *web*, grandes experimentações sobre como ser e estar no mundo, de modo a contribuir para a experimentação de novas subjetividades. Sibilía (2008) enfatiza que esse eu experimentador é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem de si. Essa condição de narrador do sujeito é muito importante para que a experiência de si seja organizada e conte com subjetividade e significações sobre ser o que é. Como somos seres comunicacionais, é pelos discursos narrativos, seja por meio de textos, falas ou fotografias, que reconstruímos nossa experiência do eu. Essa “realidade do discurso, isto é, o real transplantado para um outro nível de apropriação cognitiva, é compartilhada pela comunidade de um tempo e um espaço constituindo o tecido narrativo, simbólico e imaginário de um grupo” (MARTINO, 2010, p. 40).

9 Espécie de computador portátil em forma de prancheta com tela sensível ao toque.

É importante ressaltar que essas narrativas não dão conta de retratar a realidade em sua plenitude, pois os recursos narrativos que utilizamos para expressar nossas narrativas são finitos (MARTINO, 2010). Em um âmbito mais prático de entendimento, para uma narrativa ser plena, ela precisaria ser contada em 100% do seu tempo e duração, o que é impossível de ocorrer. É por isso que selecionamos as partes mais importantes do cotidiano para nos narrar, ou as partes que serão mais atrativas aos outros e nos aproximarão de uma imagem que queremos construir. Esse recurso é muito utilizado na criação e manutenção dos perfis de redes sociais *online* e faz com que a história que contamos seja “nossa” “no sentido de que é o “discurso escolhido e montado por nós para representar um ‘eu’ diante dos outros” (MARTINO, 2010, p.12).

Isso significa que, em rede, é o protagonista/personagem que é enfatizado, mesmo o indivíduo sendo ao mesmo tempo também narrador e autor (SIBILIA, 2008). Já que o indivíduo personagem é central na lógica narrativa, ele deve cuidar de sua imagem de maneira que seja sempre visto como imagina mais adequado perante os outros. Esse eu personagem parece estar sempre diante de uma câmera, e muitas vezes, em determinadas redes sociais *online*, como o Instagram, é isto o que acontece.

Procedimentos metodológicos

A pesquisa de inspiração etnográfica realizada em *lurking* (silenciosa e sem participação ativa – inicial – com os pesquisados) teve como parâmetro as fotografias postadas no mês de agosto de 2013 de oito pesquisados, sendo quatro homens e quatro mulheres. O critério para a seleção dos perfis foi de usuários entre 18 a 30 anos, brasileiros, que possuíssem atividade frequente no aplicativo. Todos os oito pesquisados convidados foram assertivos ao convite, mas para que não houvesse risco de os pesquisados modificarem a sua maneira de postar a partir do contato com a pesquisadora, a alternativa encontrada foi a escolha para análise de um mês de postagens anterior ao contato.

Como explicado, o intuito da pesquisa foi entender como pessoas comuns se portam usando o aplicativo para construir suas identidades. A diversidade de frequência de postagens entre os pesquisados foi grande, sendo observadas de sete a 104 postagens no mês. Para a avaliação dessas fotografias, foi construído um instrumento de coleta que contemplou desde o nome de usuário até o tipo de conteúdo postado, temáticas que a fotografia abordou e comentários recebidos, dentre outros aspectos. Essas temáticas serviram para padronizar os tipos de postagem, para entender as tendências das mesmas, similaridade e especificidades de cada perfil, bem como ajudar a traçar o perfil identitário de cada um. Ao todo, foram identificadas 49 temáticas de foto, algumas bastante gerais, que predominaram na maioria dos perfis, como temática de amizade, animal, comida, festiva, de paisagem, social e pessoal. As temáticas geraram um gráfico (figura 1) para cada pesquisado, como o exemplo abaixo.

A partir de todo esse entendimento, mesmo que as experiências pessoais sejam múltiplas, percebeu-se que no aplicativo Instagram, cada um dos os oito pesquisados constrói sua fachada a partir da apresentação e valorização de elementos que constituem seu estilo de vida. Diz-se, neste caso, que se trata de uma “fachada dominante” ou mais valorizada por cada entrevistado, porque a construção do *self* é múltipla, embora sempre haja um tipo central de fachada. Assim, a partir da recorrência das temáticas de fotos postadas, da observação das tags e legendas e com relação ao que foi narrado nas entrevistas, pode-se identificar a pesquisada A, 21 anos, administradora, como a “viajante”; o pesquisado B, 21 anos, estudante de direito como o “bem-humorado”; a pesquisada C, 24 anos, boxeadora, como justamente a “boxeadora”; o pesquisado D, 24 anos, estudante de moda, como o “estiloso”; a pesquisada E, 26 anos, jornalista, como a “descontraída”; o pesquisado F, 26 anos, publicitário, como o “fotógrafo”; a pesquisada G, 21 anos, estudante de veterinária, como a “amante de animais”; o último pesquisado, H, 24 anos, estudante de veterinária, como o “festeiro”.

O reordenamento do tempo e dos momentos

Foi constatado que há constante edição do cotidiano no aplicativo Instagram. Essa edição se dá, em alguns casos, pela inversão da cronologia das postagens, ou seja, as narrativas não seguem a linearidade de acontecimento. Esse tipo de narrativa modifica as formas de percepção do tempo e enfatiza certos aspectos da vida dos usuários em detrimento de outros. Esses aspectos enfatizados são, geralmente, fatos que fogem do cotidiano comum, como viagens e comemorações. O que acontece com essas ênfases é que, mais do que lembrarem momentos, podem aparecer como se estivesse acontecendo agora, junto com fotos de “hoje”. Essa é uma maneira de manter na memória, no caso Instagram, os momentos mais marcantes e diferentes, como mostra a Figura 2, postada depois do retorno da pesquisada de uma viagem à Europa:

Figura 2: pesquisada A em um momento nostálgico



Fonte: acervo pessoal

O aplicativo Instagram possui dois tipos de relação com a memória: recuperando fotos antigas, as atualizando, e fazendo registros de momentos importantes no presente pra que sejam recuperados depois. Isso significa que, no Instagram, o tempo é sempre o presente, fazendo com que a memória se mantenha viva e o aplicativo se torne não só um registro, mas a própria extensão da memória.

Compartilhamento da experiência

O compartilhamento da experiência feito no aplicativo Instagram se dá das mais diversas maneiras. A primeira delas acontece devido à agilidade de informação e a ânsia pelas informações em tempo real, que fizeram com que muitos dos pesquisados, como C e D, comprassem seus *smartphones* pela agilidade de compartilhamento que proporcionam. O segundo aspecto é o do resgate do momento em que os outros não puderam estar presentes. O compartilhamento da experiência, nesse caso, é uma forma permitir que os outros também participem de momentos especiais, aspecto enfatizado por G. A outra forma de compartilhamento da experiência está ligada ao uso das *hashtags*, que servem para vincular a fotografia postada a outros usuários do Instagram e também são importantes para a circulação de suas fotografias na rede, fazendo com que fiquem disponíveis para todos os usuários e não somente para seus amigos.

A expectativa sobre o olhar do outro

A interação entre os atores sociais na rede cria uma necessidade de aprovação, já que seus *selfies* são constantemente avaliados pelos outros. “O indivíduo só se sente psicologicamente seguro em sua autoidentidade na medida em que os outros reconhecerem seu comportamento como apropriado ou razoável” (GIDDENS, 2002, p. 177). Esses indivíduos, então, traçam diversas estratégias para que os outros os avaliem de maneira satisfatória. Uma dessas estratégias é a cautela na postagem sobre a rotina. A e E acreditam que a constante postagem de uma mesma ação cansa seus seguidores no Instagram, vistos quase como espectadores de seus perfis. Há, então, uma necessidade de *feedback*, da aprovação das fotografias. Assim, a rotina é exposta, mas de maneira prudente. Essa prudência prioriza os aspectos considerados mais interessantes do cotidiano das pesquisadas. O compartilhamento possui, então, uma seleção prévia, entrando na lógica da construção da narrativa.

Cotidiano pautado pelo Instagram

O aplicativo, nesse caso, surge como motivador das atividades cotidianas e faz com que, na vida *offline*, exista o planejamento de uma ação que possa gerar uma possível imagem para ser postada com a ferramenta. Para Sibilia (2008), isso se explica ao fato de a nossa subjetividade estar muito atrelada aos moldes narrativos e estéticos das mí-

dias, fazendo com que o personagem cuide e cultive sua imagem (SIBILIA, 2008). Um exemplo disso é o de C, que se espelha nas fotografias de outras pessoas no Instagram para repetir ações em suas atividades nos treinos de boxe:

Acho que a que eu mais ganhei curtida no Instagram foi uma que tipo eu to fazendo abdominal no saco assim, e tipo normalmente eu pego e olho as *tags* assim, segue boxe, aí eu olho o que as pessoas postam, ai se eu acho muito legal uma foto eu tento fazer, essa do saco foi isso sabe, eu vi uma foto de uma pessoa assim e eu tentei fazer. (C, 24 anos, boxeadora).

C, então, viu a fotografia na rede e repetiu o exercício em seu treino (figura 3).

Figura 3: C exercício abdominal



Fonte: acervo pessoal

A fotografia que foi influência para a vida *offline* retornou para o seu Instagram, mostrando o cotidiano que foi arquitetado por ela para aparecer no aplicativo.

O selfie e as legendas

Uma constante nas fotografias postadas no Instagram são as pessoais ou *selfies*, que retratam imagens de si, principalmente do rosto, capturadas pelo próprio fotografado. Segundo matéria na revista *Rolling Stone*¹⁰, o dicionário *Oxford*, que elege todo ano a palavra do ano na língua inglesa, escolheu a palavra *selfie*¹¹, que não só foi eleita como foi agregada à versão *online* do dicionário. O termo foi escolhido devido a sua popularização fora das redes sociais, crescendo 17.000% seu uso no último ano.

10 Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/blog/dicionario-oxford-escolhe-selfie-como-palavra-do-ano/>> Acesso dia: 02/12/2013.

11 Tag usada para identificar as fotos pessoais postadas nas redes sociais *online*.

A maioria dos pesquisados possuíam fotografias *selfie*, mas o pesquisado D foi o recordista das fotografias de cunho pessoal. Postou 55 fotografias, tanto de seus *looks* quanto as *selfies* de seu rosto. Para D, o Instagram é sua vitrine pessoal, tanto para angariar trabalhos quanto para aumentar sua autoestima.

Às vezes eu puxo um pouco os limites assim sabe, por exemplo, eu tenho alguns problemas de autoestima, mas eu não deixo de postar uma foto sem camisa porque eu gosto de mostrar meu desempenho, do quanto eu vou ma-lhando pra ir vendo melhora né, mas ao mesmo tempo em que eu fico tipo assim, com vergonha, eu posto, porque também é um exercício de aceitação assim, que tu recebe depois, tu vê as pessoas curtindo a foto e tu pensa “ah talvez elas não estejam me julgando tanto quanto eu to me julgando” (D, 24 anos, estudante de design de moda).

O interessante nas fotografias de *selfie* de D são que elas, quando observadas em sua superfície, demonstram um rapaz preocupado com sua aparência e em busca de curtidas. Entretanto, quando analisadas com mais atenção, principalmente as suas legendas, se percebe todos os sentimentos que D quer passar com a fotografia postada, dentre eles, muita melancolia e frases de reflexão, como na fotografia abaixo (figura 4):

Figura 4: Fotografia pessoal de D com a legenda em tradução para o Português: “Eu vejo você olhando para mim como se eu fosse algum tipo de aberração”

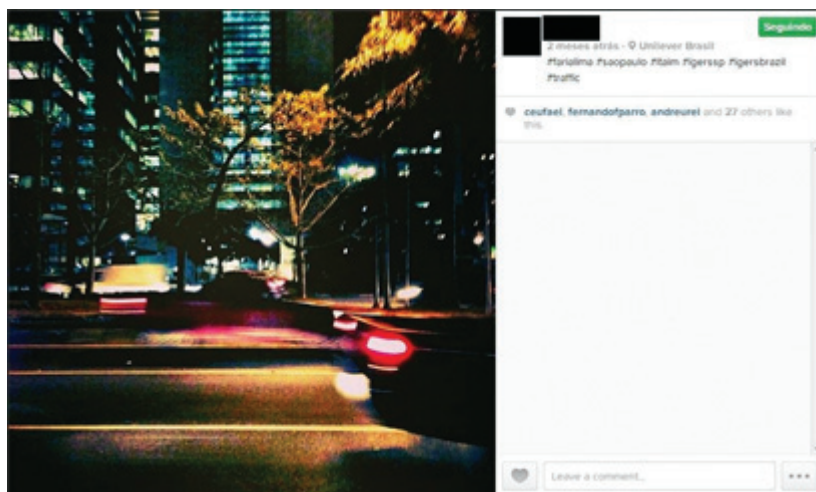


Esse exemplo ressalta que a representação de uma fotografia não é feita somente de imagens, pois as mesmas possuem valores simbólicos muitas vezes não explícitos. Esses valores são explicados por Godolphim (1995), que utiliza os conceitos de *punctum* e *studium* elaborados por Barthes (1984) para explicar aspectos objetivos (*studium*) e subjetivos (*punctum*) da fotografia. Os valores simbólicos e subjetivos podem ser melhor entendidos na observação das legendas de D, que expressam outros sentidos atribuídos em suas postagens de *selfies*.

O selfie e o olhar sobre o mundo

Na análise anterior, foi dito que a maioria dos pesquisados possuía alguma fotografia *selfie*, porém o termo maioria foi utilizado porque F não possui nenhuma fotografia pessoal no Instagram – na verdade, segundo ele, possui três ao longo das mais de 1100 fotografias postadas O eu aqui não está nas fotografias pessoais, mas no olhar que possui das situações a sua volta. É como se as fotografias mostrassem o ponto de vista do fotógrafo, e não a imagem dele. O seu *selfie*, nesse caso, pode ser comparado a um jogo de corrida no videogame, em que existe a opção de se ter a visão subjetiva do piloto, fazendo com que passemos a jogar sem ver o seu corpo, mas apenas a sua visão da corrida. Abaixo segue um exemplo da construção do eu de F (figura 5):

Figura 5: Fotografia dos olhares de F



Fonte: acervo pessoal

O *selfie* de F é construído pelos registros dos momentos pelos quais se depara em seus caminhos. O seu cotidiano está marcado pela sua movimentação na cidade, demonstrando a experiência de viver e as visões que se tem de onde se vive.

A importância dos filtros

Dentre as várias utilizações dos filtros citadas pelos pesquisados, como o embelezamento da fotografia e pequenos ajustes, as constatações de B e F – os pesquisados que possuíram as fotografias com maior cunho estético – revelam a importância dos filtros como construtor e modificador daquilo que se quer narrar com a fotografia. Para F, os filtros trazem às suas fotografias outro viés, potencializando os acontecimentos. Já para B, os filtros ajudam na narrativa de alguma história, moldando o que quer dizer. Os filtros e edições seriam uma ferramenta para moldar, então, o que é narrado, de maneira

que não necessite corresponder com a realidade, mas como diz F, “os filtros são possibilitadores de outras visões e perspectivas”.

Eu acho que ajuda a dar tipo uma estética pra aquilo que eu to querendo passar, sabe, pra contar uma história, por exemplo, a foto, narrar alguma coisa, falar, a foto falando alguma coisa entendeu? (...) Eu acho que os filtros significam muitas coisas assim (...) também tipo, sei lá, tirar fotos da cara de uma pessoa, aí tu coloca o filtro, um filtro ali tipo, coloca pra saturar, que é aquele solzinho sabe, aí a cara sai bem cheia de detalhes sabe, a barba sai bem toda, e fica bem tipo, pele áspera sabe, isso passa uma coisa né, tu não acha? (...) o filtro, a cor da uma estética assim, mesma coisa a fotografia analógica assim, cada filme tem uma propensão a ir pra algum lado sabe, uma cor mais clara, uma cor sabe, acho que ajuda sim, porque cria um clima na foto né, cria assim um... é, uma atmosfera assim. (B, 21 anos, estudante de Direito)

As fotografias com filtros acabam, então, reforçando um discurso narrativo, enfatizando algum aspecto da fotografia que antes sem o filtro não seria observado.

Considerações finais

Com o cruzamento da análise foi possível observar que o tempo no aplicativo é reordenado, sendo o tempo do Instagram sempre presente. Notou-se a expectativa sobre o olhar do outro, tendo muitas postagens supressões de certas banalidades da rotina e ênfase nos aspectos não usuais. As postagens das narrativas no Instagram também proporcionaram a constatação dos estilos de vidas dominantes em cada um dos pesquisados, tanto na entrevista quando na análise de suas fotografias. Também foram notados aspectos mais específicos de uso, como a forma que o Instagram pauta a vida *offline*, com o planejamento de ações que possam gerar boas imagens. Viu-se também a utilização de filtros para a contagem das narrativas de maneira mais persuasiva. Os atores também possuíram formas dicotômicas de usos, como utilizar as *hashtags* para uma maior visibilidade de suas fotografias, mas possuir medo de certa exposição.

As fotografias pessoais, aliás, foram constantes nos perfis analisados. Chamadas de *selfie*, elas representam grande parte das postagens gerais do aplicativo. Notou-se com esse tipo de fotografia, uma ampla utilização de legendas subjetivas. As pessoas que postam fotografias *selfie* querem demonstrar com as mesmas algo mais profundo de si mesmas, tendo nas legendas a possibilidade desse tipo de expressão. Outro tipo de fotografia pessoal foi observada, relacionada ao olhar que se tem sobre aonde se vive ou sobre os gostos. Nesse caso, o olhar substituiria o rosto estampado na fotografia pela visão atrelada aos detalhes e às vivências do cotidiano.

A pesquisa também traz reflexões acerca dos usos feitos do aplicativo. A construção do *self* por meio de narrativas identitárias no Instagram, além de exteriorizá-lo, traz a

necessidade de interação e consequente aprovação através das fotografias. Apesar de o Instagram demandar uma conexão constante, o que, em algumas leituras poderia ser entendido como responsável por isolamento, a pesquisa constatou a importância da construção de um sentido de estar junto em rede. Muitos dos pesquisados não só mencionaram a importância de suas relações pessoais como comprovaram, em suas postagens, o grande afeto que sentem por estes. A ampla utilização das temáticas “amizade”, “social”, “homenagem” e “afeto” são provas de que as redes sociais *online* são necessárias para o estreitamento de laços e formação de vínculos. As relações construídas a partir da plataforma Instagram, em suas múltiplas apropriações, ajudam no complexo e constante processo de construção das identidades pessoais.

Referências

- ABREU, Elaine; SOUSA, Paulo Vitor. **Marcar, fotografar, publicar: espaço urbano, redes e experiências de visibilidade**. GP Comunicação e Culturas Urbanas; XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1492-1.pdf>>. Acesso dia 12/05/2013.
- CARRERA, Fernanda. **Instagram no Facebook: uma reflexão sobre *ethos*, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais**. ANIMUS - Rev. Inter. de Com. Midiática, 2012. Disponível: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs2.2.2/index.php/animus/artic le/view/6850/pf>>. Acesso dia 10/05/2013.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, Vozes, 2009.
- GODOLPHIM, Nuno. **UFRGS, Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 1, n. 2, p. 161-185, jul./set. 1995. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/ppgas/ha/pdf/n2/HA-v1n2a13.pdf>>. Acesso em 15/10/2013.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação & identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010 – (Coleção Comunicação).
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**; Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROLLING STONE. **Dicionário Oxford escolhe selfie como palavra do ano**, 2013. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/blog/dicionario-oxford-escolhe-selfie-como-palavra-do-ano/>>. Acesso dia: 02/12/2013
- SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

Passado e presente na narrativa jornalística: um infográfico interativo sobre os 50 anos do Golpe de 1964

Bibiana de Paula Friderichs¹
Kérley Winkes²

Resumo: O presente artigo³ tem como objetivo estudar o especial multimídia disponibilizado pela Folha de São Paulo, em 5 de janeiro de 2014, sobre os 50 anos do Golpe de 1964. Para isso tal investigação constitui-se de 2 etapas: 1) uma revisão bibliográfica sobre as relações entre mídia e sociedade, especialmente no que tange a cibercultura, sua linguagem e características, e os novos formatos multimídia do jornalismo frente as tecnologias digitais; 2) a apreciação do especial multimídia sobre os 50 anos do Golpe, a partir da retirada e comparação das chaves de leitura encontradas no referencial teórico. A análise permite a observação de que o material se constitui de um conjunto de infográficos interativos, articulados a partir de um banco de dados comum, apresentando-se como uma nova forma narrativa jornalística, onde a notícia se torna dinâmica e repleta de elementos que a tornam visual e heterogênea, sem deixar de ser jornalismo.

Palavras-chave: Mídia Digital; Cibercultura; Webjornalismo; Infográfico; Golpe Militar.

1. *Webjornalismo interativo*

A contemporaneidade se constitui a partir de uma sociedade informatizada e globalizada, onde o capitalismo estabeleceu-se como modelo econômico predominante. Sua manutenção é um dos elementos chaves para compreender porque as pessoas ansiosamente desejam adquirir novidades tecnológicas de informação. Conforme afirma Sodré (2006, p. 29), “é o que se explicita na realidade do mercado: o sujeito é sempre

1 Professora Doutora dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda da Universidade de Passo Fundo. E-mail: <bibiana@upf.br>.

2 Graduada pelo Curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo (UPF – Passo Fundo – Rio Grande do Sul). E-mail: <ker.winkes@gmail.com>.

3 O presente artigo é parte de uma pesquisa em andamento sobre o especial multimídia enquanto narrativa jornalística, sua estrutura e linguagem. As reflexões apresentadas representam os passos iniciais dessa investigação, que é compreender, sobretudo, a relação entre o que já foi levantado sobre o tema e os modelos disponíveis para acesso e leitura.

individual e só existe socialmente enquanto tem algo para comprar ou vender, ou pelo menos assim pense”. Nesse sentido, tais tecnologias emergem para suprir essas demandas, uma vez que, por meio delas, podem-se encontrar notícias⁴ e informações em tempo real, na mesma medida em que permitem a sensação constante de conexão, tanto com o mundo, de modo geral, quanto com o outro.

Televisão, rádio, jornal, revista e internet. Meios ou plataformas de comunicação que compõem os suportes tecnológicos por meio dos quais o discurso midiático se revela, e que possibilitam à sociedade manter-se informada sobre o que acontece ao seu redor, onde tudo é instantâneo e está em movimento. Segundo Castells, vive-se hoje a era da informação, onde as tecnologias constituem uma nova estrutura social em rede:

A era da informação é nossa era. É um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias digitais de informação e comunicação, concomitante, mas não causadora, com a emergência de uma estrutura social em rede, em todos os âmbitos da atividade humana, e com interdependência global desta atividade (CASTELLS, 2006. p. 225).

A internet trouxe uma nova perspectiva da realidade, as fronteiras foram diluídas permitindo ao homem explorar novas formas de interação. Para Augé, o resultado disso é a sensação de que o planeta se encolhe. “Estamos na idade do imediatismo e do instantâneo. A comunicação se produz na velocidade da luz” (2006, p. 105) e essa propagação faz com que os continentes, os países, interajam uns com os outros, e permite às pessoas conhecerem diferentes culturas. Segundo Kellner, “hoje, em todo o planeta, mesmo nos países em desenvolvimento, vivemos em uma sociedade de infoentretenimento cada vez mais expansiva, uma economia interligada em rede e uma nova tecnocultura da Internet.” (2006, p. 144).

A internet, hoje, é uma das principais plataformas que o ser humano usa para se comunicar, se informar, guiar-se e interagir. Para Lévy (2000), a cultura é uma rede, formada de correspondências entre sistemas simbólicos. Esse sistema constitui a dimensão do sentido do homem, que atualiza essa cultura. As pessoas a cada dia buscam a inovação, dentro deste contexto de criação, Lévy (2000) fala que os humanos adaptam, reparam e transformam esses sistemas simbólicos. É nessa adaptação e transformação dos símbolos que nasceu a cibercultura.

)Nesse sentido cibercultural, Lemos (2003) desenvolve três leis da cibercultura. A primeira é chamada de lei da reconfiguração, que trata de reconfigurar práticas e espaços, sem substituir seus antecedentes. A segunda lei, liberação do polo da emissão, está presente nas formas de relacionamento social, de disponibilização de conteúdo e na circulação opinativa da rede. E na terceira e última lei, chamada lei da conectividade

4 Segundo Juarez Bahia, “a notícia, como a boa informação jornalística, deve reunir interesse, importância, novidade e veracidade” (p. 175).

generalizada, as diferentes redes sociotécnicas contemporâneas apontam que é plausível estar só sem estar isolado.

Um conjunto de nós é encontrado na internet, que são o hipertexto, materializado em *sites*, *blogs*, redes sociais, canais etc., através dos quais é possível navegar. Lévy (1993) observa seis princípios para o hipertexto. O primeiro é o *princípio da metamorfose*, cujos preceitos destacam que a rede hipertextual está em constante construção e renegociação. O segundo princípio, o da *heterogeneidade*, revela que é possível encontrar diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, que seriam as imagens, os sons, as palavras, as diversas sensações, os modelos etc., reunidas em um único produto. O terceiro princípio proposto por Lévy (1993) é o da *multiplicidade e de encaixe das escalas*, no qual os nós ou as conexões, quando avaliados, podem ser compostos por toda uma rede. No quarto, o *princípio da exterioridade*, o autor aponta que o tecido da rede não tem nenhuma unidade orgânica nem motor interno, é alimentada externamente. No quinto princípio, o da *topologia*, tudo funciona por proximidade, a direção dos acontecimentos é uma questão de disposição dos elementos que integram a rede. No sexto e último princípio, chamado princípio da *mobilidade dos centros*, Lévy (1993) observa que a rede possui permanentemente múltiplos centros, e esses são móveis, saltando de um lado para outro.

Depois dos seis princípios citados por Lévy, é importante observar que o hipertexto assim se articula porque é formado por links, e são esses links que conduzem que permitem ao usuário navegar na rede, caracterizando essa relação como um processo interativo, como lembra Machado (2013). Tal concepção é corroborada por Primo e Cassol (2013), quando afirmam que é a através do computador – que os usuários podem colaborar modificando a forma e o conteúdo das mensagens disponíveis na rede em tempo real. Machado, em seu artigo, faz referência ao autor Cannito, que classifica a interatividade em três níveis diferentes:

Reativa: O espectador reage ao vídeo fazendo escolhas predefinidas pelo produtor e não é considerado uma interação elevada.

Coativa: É possível o controle do ritmo, da sequência e o estilo do programa assistido.

Proativa: Considerado um alto grau de interatividade, o usuário pode tanto mudar a estrutura quanto o conteúdo do vídeo, tornando-se também um produtor alimentando o ambiente com suas criações audiovisuais. (CANNITO *apud* MACHADO, 2013, p. 04).⁵

Trata-se de três níveis de relação entre os interlocutores e as mensagens por eles compartilhadas, tornando cada um deles criador do conteúdo, responsável por decidir os caminhos da notícia, e usando de diferentes recursos pode construir diferentes direções para seguir. Nesse ambiente, Primo avalia a questão, apontando que “se antes

5 Essa classificação do autor é feita principalmente em relação a vídeos.

participação rimava com discussão, hoje participar rima com apontar-clicar. Nesse cenário, quanto mais “clicável” é um *site*, mais interativo ele será considerado (mesmo que todas as reações dos *links* e botões já estejam determinadas na programação/previsão)” (2013, p. 03).

Há muitos canais através dos quais é possível distribuir informações para o público, tais como o jornal impresso, a televisão e a rádio. Entretanto, todos eles podem ser ressignificados com a chegada da internet, que vem se tornando uma das grandes plataformas de comunicação contemporânea, onde o jornalismo, como tantas outras atividades sociais, se faz presente. Para Longhi (2013), às mudanças tecnológicas, sociais e econômicas que provocaram a imprensa tradicional a desenvolver novas formas de atrair leitores e mantê-los, especialmente, a partir de novas dinâmicas na produção de conteúdo. Agora o texto se conecta ao áudio da rádio, às imagens da televisão e as fotos do impresso. Nesse sentido, Longhi (2013) diz que o espectro da convergência, no cenário do webjornalismo, é ampliado para a circulação e, ao citar González (2013), afirma que quando um meio inicia a convergência, busca aumentar as possibilidades de compartilhamento da informação através de todos os meios possíveis.

Para Canavilhas, “no webjornalismo não faz qualquer sentido utilizar uma pirâmide, mas sim um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si” (2013, p. 3). Segundo o autor, recorrendo à técnica da pirâmide invertida⁶, o leitor apenas pode efetuar a leitura seguindo o roteiro definido pelo jornalista, e a interatividade não se torna tão presente no texto, já que ele segue uma linha de pensamento. Na web, destaca o autor, o jornalismo precisa usar da liberdade que ela lhe oferece, que é a de criar caminhos diferentes e utilizar recursos hipermidiáticos. E “em lugar de uma notícia fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimídia organizados em camadas de informação” (CANAVILHAS, 2013, p. 7). Assim surge a pirâmide deitada:

Propõe-se uma pirâmide deitada com quatro níveis de leitura:

A Unidade Base – o *lead* – responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde. Este texto inicial pode ser uma notícia de última hora que, dependendo dos desenvolvimentos, pode evoluir ou não para um formato mais elaborado. O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento.

No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W’s. (CANAVILHAS, 2013, p. 15)

6 Segundo Canavilhas, “A técnica da pirâmide invertida pode resumir-se em poucas palavras: a redação de uma notícia começa pelos dados mais importantes – a resposta às perguntas O quê, quem, onde, como, quando e por quê – seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse.” (CANAVILHAS, 2013, p. 05).

O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos. “Da mesma forma que a “quebra dos limites físicos” na web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para disponibilização de material noticioso, sob os mais variados formatos (multi)mediáticos, abre-se a possibilidade de disponibilização online de todas a informação anteriormente produzida e armazenada, através de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação de informação” (PALÁCIOS *apud* CANAVILHAS, 2013, p. 15-16).

Para Canavilhas (2013), a pirâmide deitada é libertadora. O utilizador tem a possibilidade de navegar dentro da notícia, fazendo a sua leitura pessoal, o jornalista pode montar um conjunto de recursos estilísticos que, em conjunto com conteúdos multimédia, permitem inovar o webjornalismo em cada notícia, oferecendo a liberdade de novos caminhos em cada texto.

A evolução na comunicação juntamente com a chegada da internet e a criação dos cibernúndos fez nascer a interatividade e o webjornalismo evoluiu junto com essa linguagem de signos da web, surgindo até mesmo uma nova forma de estruturar a notícia, a chamada pirâmide deitada. Nessa adaptação do jornalismo à internet e considerada a exigência de seus usuários, foi necessário que novas formas de construção como, quando e por quê – seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse.” (CANAVILHAS, 2013, p. 05).

As novas tecnologias proporcionam infográficos cada vez mais completos e interativos, essa é uma forma inovadora de passar informações no webjornalismo. Teixeira cita Errea e afirma que “O poder da infografia é imenso e significa literalmente que há um mundo de formatos a explorar. Em definitivo, a chave está tanto nas histórias que se contam – o segredo de sempre – e em como se contam. A novidade: adequar as histórias a uma narrativa” (ERREA *apud* TEIXEIRA, 2010, p. 30).

Considerada uma narrativa jornalística por Teixeira (2010), o infográfico constitui a união de texto com a imagem para explicar um fato ou complementar reportagens e notícias, além de ser usado para explicar casos ou conteúdos de difícil compreensão para o público. Em um infográfico se o texto for separado da imagem não será mais infografia, uma vez que a ausência de um desses dois elementos exclui a possibilidade de compreensão do texto. A autora ainda afirma que “um bom infográfico costuma contar com recursos visuais diversos como fotografias, mapas, tabelas, ilustrações, diagramas entre outros” (TEIXEIRA, 2010, p. 33).

A partir dessa descrição de narrativa e elementos da infografia, Teixeira (2010) divide os infográficos em dois grandes grupos: os enciclopédicos e os jornalísticos. Os enciclopédicos têm caráter mais universal, explicam o funcionamento do corpo humano, o que é ciranda financeira, e muitas outras questões ligadas à ciência, à economia e ao meio ambiente, dentre outros. Já os jornalísticos estão ligados a aspectos mais singu-

lares, tais como fatos, ideias ou situações. Essa singularidade é aquilo que faz com que determinado fenômeno seja único, de tal forma que um infográfico construído para demonstrar um acidente dificilmente será usado em outros acidentes, uma vez que não acontecem acidentes exatamente iguais, com a mesma história ou causa.

Após essa divisão em grandes grupos, Teixeira ainda divide os infográficos em complementares e independentes. O complementar “diz respeito àqueles infográficos que estão diretamente vinculados a uma determinada notícia ou reportagem, atuando, nesse caso, como um mecanismo para melhorar a compreensão de algo, possibilitando a contextualização mais detalhada” (2010, p. 52). Este costuma ser indispensável na matéria, pois trás esclarecimentos que seriam maçantes ou confusos se fossem explicados usando uma narrativa textual. Já os independentes segundo Teixeira (2010), são caracterizados por não acompanharem reportagens ou notícias, geralmente são respostas a curiosidades e ainda usados para explicar e sistematizar informações, seja fenômenos biológicos ou físicos, inovações tecnológicas, e assim sucessivamente. Ainda sobre esse último tipo, a autora destaca sua aproximação com o grupo jornalístico, destacando que eram raros até recentemente e que “Aparecem como uma forma diferenciada de narrar um acontecimento jornalístico, na maioria das vezes através de vários recursos que, em conjunto compõem um infográfico complexo.” (TEIXEIRA, 2010, p. 56).

Teixeira (2013) e Figueiredo (2013) defendem uma relação entre forma e conteúdo. A primeira elenca “as características que podem transformar a infografia digital em um gênero jornalístico visual a partir da (1) utilidade (informativa, significativa, funcional e concordante) e da (2) visualidade (compreensível, estética, icônica, reológica – o estudo do seu dinamismo – e tipográfica verbal)” (2013, p. 7).

A hipertextualidade está cada vez mais presente no jornalismo, pois ela abre caminhos diferentes para o leitor, que pode escolher de que forma quer dar sequência à sua leitura. O hipertextual proporciona a interatividade, assim, os infográficos inseridos na web se tornam cada vez mais interativos, usando dos mais variados elementos e ferramentas. A infografia, assim como o jornalismo, quebra seus modelos com as antigas formas de produção da notícia. A evolução da internet proporciona à informação mais dinamismo, assim, podem ser acrescentados diferentes elementos, unindo movimento e interação.

1.2 Análise

Inicia-se agora a análise do infográfico sobre os 50 anos do Golpe de 1964⁷, que instaurou a Ditadura Militar no Brasil. O material foi publicado pela Folha de São Paulo no dia 5 de janeiro de 2014. Trata-se de um especial multimídia que faz um convite ao leitor para navegar e conhecer os momentos e as circunstâncias que levaram a deposição

7 <<http://arte.folha.uol.com.br/treinamento/2014/01/05/50-anos-golpe-64/>>.

do Presidente João Goulart, unido assim um conteúdo histórico e uma nova narrativa através da qual ele pode ser apresentado.

A Folha de São Paulo, tradicional jornal brasileiro do Grupo Folha, fundado em 1921, também possui um portal de notícias brasileiro: <http://www.folha.uol.com.br/>. O site destaca-se por sua credibilidade com relação as informações, e por seu conteúdo multimídia.

Para a análise do especial multimídia citado observamos as seguintes chaves de leitura encontradas no item inicial desse trabalho: a) princípios do hipertexto, segundo Levý; b) tipos de infográficos, baseando-se principalmente nas reflexões de Teixeira; c) visualidade e utilidade, segundo Teixeira e Figueiredo; d) interatividade, conforme Primo; e e) pirâmide deitada, citada por Canavilhas.

1.2.1 Infografia 50 anos do Golpe de 1964⁸

A partir da observação inicial percebemos que o especial multimídia é constituído por 03 infográficos interativos, mesclando animações, textos, vídeos e fotos. O material foi criado pela 56ª turma do Programa de Treinamento da Folha. Seu design e cor amarelada remetem a capa de um jornal antigo, e, ainda recorrendo a esta referência, estruturam as informações em torno de uma manchete principal, com *lead* e foto. Entretanto, à medida que navegamos no especial, percebemos a redução dessas semelhanças, e a proposição de uma outra narrativa jornalística.

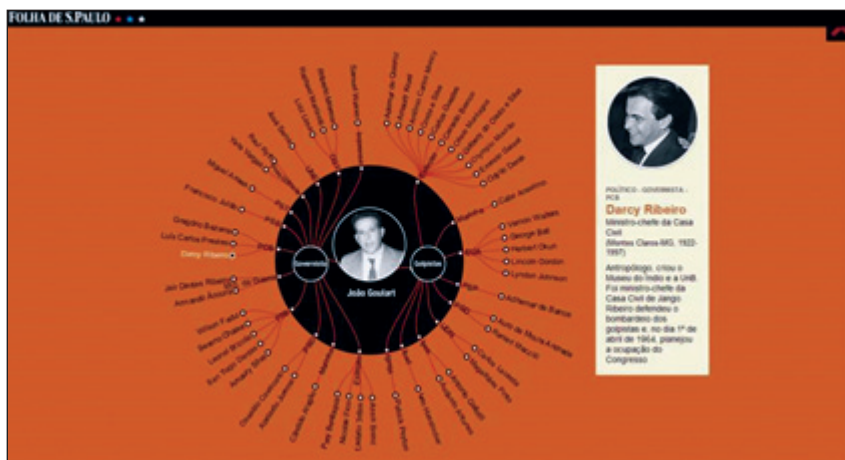
Figura 1: <http://arte.folha.uol.com.br/treinamento/2014/01/05/50-anos-golpe-64/>



8 Disponível em: <http://arte.folha.uol.com.br/treinamento/2014/01/05/50-anos-golpe-64/>.

Acessando o ícone “Golpe Militar de Hora a Hora” são encontradas diversas animações que contam os dias e horários desde que João Goulart deixou o Palácio das Laranjeiras até o dia em que o general Humberto de Alencar Castello Branco é nomeado presidente da República pelo Congresso Nacional. Voltando até a página inicial do infográfico encontram-se três ícones, o primeiro trata de “Quem é quem”, ao clicar o leitor depara-se com um círculo com a foto central de João Goulart, e envolto por 53 nomes, são militares, políticos e civis mais importante no Golpe Militar, cada nome abre uma pequena janela com a foto e descrição da pessoa.

Figura 2: <http://arte.folha.uol.com.br/treinamento/2014/01/05/50-anos-golpe-64/>



No segundo ícone, que trás “Intervenções Militares” uma prateleira de livros se abre e em cada um deles os dez momentos em que as forças armadas atuaram na política antes do Golpe. E por fim, “O que mudou em 50 anos” é um link que leva à uma série de animações, mapas, dados, vídeos, desenhos e fotos que mostram as mudanças que ocorreram de 1964 até os dias de hoje.

Figura 3: <http://arte.folha.uol.com.br/treinamento/2014/01/05/50-anos-golpe-64/>



a) Quanto aos princípios do hipertexto

Considerando as observações de Levy (1993) sob características da cibercultura e à sua linguagem propriamente dita, identificamos os princípios do hipertexto no especial multimídia.

A heterogeneidade revela-se a partir do conjunto dos materiais apresentados, onde é possível encontrar as diferentes modalidades que compõem as estruturas da memória, quais sejam imagens, vídeos, fotos, ilustrações, animações e palavras, que não concorrem, mas dialogam entre si. O texto verbal se manifesta principalmente em forma de legenda, que surge na medida em que o usuário avança na leitura. As fotos são usadas principalmente para mostrar antigos participantes do momento histórico em que vivia o Brasil. As animações e ilustrações apresentam os acontecimentos que não foram fotografados ou filmados. E, por fim, as imagens em movimento são utilizadas para evidenciar o que mudou nesses 50 anos.

O princípio da multiplicidade e de encaixe das escalas aparece em contiguidade ao anterior (da heterogeneidade), uma vez que essa diversidade de estruturas, linguagens e suportes está em convergência, gerando múltiplas informações conectadas umas nas outras pela lógica da proximidade e associação (topologia). Tem-se assim uma rede de nós. É também esta natureza de nós, que permite a evidência do princípio da metamorfose, embora neste caso, de modo limitado, pois o usuário pode ir daqui ali, por diferentes links, construído caminhos distintos e reconfiguráveis durante a navegação, o que o torna coautor do texto acessado (princípio da exterioridade por meio da interação). Mas limitado porque não há conexão entre os infográficos. Cada qual está encerrado em si mesmo, restringindo também a mobilidade dos centros, pois a cada novo acesso, há um conjunto circunstancial de possibilidades de navegação, reduzido pela ausência de alguns nós. Essa condição também revela a fragilidade dos aspectos de topologia no material apresentado, uma vez que conteúdos que revelam uma relação de proximidade não estão conectados uns aos outros, por meio dos links. Nesse caso, toda narrativa está ligada à página inicial do infográfico e, após o nível inicial de acesso (como veremos a seguir), parece não haver uma predominância estrutural deste ou daquele conteúdo.

b) Quanto ao tipo de infográfico

Por ser constituído de 3 infográficos, este especial multimídia pode ser observado sobre 02 aspectos diferentes: a) por um lado, o conjunto multimídia, pode ser considerado independente, já que foi criado em uma página específica para ele, não tem uma reportagem que o antecede ou que faça parte da mesma página; b) por outro, como se trata de um conjunto de 3 infográficos, um torna-se complementar ao outro, já que não há um novo nível introdutório para cada um.

Trata-se ainda de um infográfico jornalístico, pois está ligado a um aspecto mais singular, um fato ou uma situação real, de interesse do público principalmente por fazer parte da história brasileira. Essa singularidade é aquilo que faz com que esse Golpe de

1964 seja único, não sendo possível, por conseguinte, que esse infográfico fosse usado para demonstrar outro Golpe Militar, que dificilmente aconteceria da mesma forma.

c) Quanto à visualidade e à utilidade

Este especial multimídia e interativo pode ser considerado uma infografia com a característica da visualidade. As animações da reconstituição do golpe torna esse um infográfico visual, as pessoas seguem a leitura e encontram fotos, legendas, vídeos, criando todo um conceito histórico do acontecimento. Sentem-se presas à mensagem visual e interativa que o infográfico proporciona aos olhos do leitor.

d) Quanto à interatividade

A relação entre o usuário e a narrativa pode ser considerada uma interatividade no nível coativo, no qual: “É possível o controle do ritmo, da sequência e o estilo do programa assistido” (CANNITO, *apud* MACHADO, 2013, p. 04), ou seja, o espectador reage à animação, fazendo escolhas do conteúdo que mais chamou sua atenção no momento do acesso ao infográfico. Dessa forma, é considerada uma interação de nível médio, pois em uma interação mais elevada o leitor poderia mudar o conteúdo, mas, apesar disso o leitor pode escolher o caminho que deseja seguir.

e) Pirâmide deitada

Tendo por base o conceito de pirâmide deitada de Canavilhas, é possível observar que esse infográfico oferece a possibilidade de seguir diversos eixos de leitura e uma navegação livre, pois o leitor pode optar por ler somente o que lhe interessar sobre o Golpe de 1964, buscar novamente informações já consultadas ou percorrer um caminho ressignificado a cada acesso.

Considerando-se os quatro níveis da pirâmide deitada proposta por Canavilhas, pode-se constatar que esse infográfico se organiza da seguinte forma: na unidade de base, tem-se o quê? Os 50 anos do Golpe; quando? No ano de 1964, comemorando-se 50 anos em 2014; quem? João Goulart, militares, civis e políticos; onde? Brasil. Dentro do formato mais elaborado, que é toda construção de cada janela da infografia, essas informações estão claras na capa da narrativa, mas, vão se desenvolvendo ao longo da infografia. No “nível da explicação” temos o “porquê”, que estaria construído no ícone “O Golpe Militar Hora a Hora”, e o como, está explicado através de diversas ilustrações que narram o passo a passo dos militares até o poder do general Humberto de Alencar Castello Branco é nomeado presidente da República pelo Congresso Nacional. No nível da contextualização, a informação está ligado aos diversos elementos usados para a construção da narrativa. E, por último, no nível da exploração, tem-se que a infografia foi criada para que o leitor tenha um entendimento claro do que foi o golpe, mas principalmente as mudanças que ocorreram nos 50 anos do Golpe Militar.

Considerações finais

Depois do estudo proposto, dois aspectos destacam-se nas considerações que podem ser tecidas: 1) a relação entre a produção de conteúdo jornalístico e a disponibilidade de bancos de dados onde o passado e o presente possam ser cruzados instantaneamente, potencializa-se com a chegada das mídias digitais, como bem lembrou Suzana Barbosa (2008). Segundo a autora, as bases de dados são definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, tornando-se uma forma cultural simbólica que permite o resgate do passado histórico, por exemplo, a partir de uma nova combinação, estruturada pelos nós e pela interatividade e potencializada pelos especiais multimídia. Dessa forma, a notícia se torna dinâmica e repleta de elementos que a tornam visual e heterogênea, possibilitando, pela diversidade de informações conectadas e de caminhos disponíveis a resignificação dos conteúdos e até da memória histórica. Entretanto, devido à complexidade dessa abordagem, a contemplaremos em outro momento da pesquisa, quando os diferentes referências teóricos já estiverem sido levantados e articulados.

Referências

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Trad. de Estela dos Santos Abreu, Cláudio C. Santoro; Revisão técnica Rolf de Luna. 16. ed., Campinas, SP: Papirus, 2012.

BARBOSA, Suzana de Oliveira. **Jornalismo Digital em Ambientes Dinâmicos. Propriedades, rupturas e potencialidades do Modelo JDBD**. In: Observatório (OBS*) Journal, 4 (2008).

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 06 maio 2013.

CASTELLS, Manuel. **Inovação, liberdade e poder na era da informação**. In: MORAES, Dênis de. **Sociedade midiaticizada**. (Org.). Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 225-231.

FIGUEIREDO, Suely. **Analisando infográficos**. Disponível em: <http://sbpjr.kamotini.kinghost.net/sbpjr/admjr/arquivos/iiisbpjr2005_-_cc_-_tattiana_teixeira_-_suely_figueiredo.pdf>. Acesso em: 06 de maio de 2013.

KELLNER, Douglas. **Cultura da mídia e triunfo do espetáculo**. In: MORAES, Dênis de. **Sociedade midiaticizada**. (Org.). Trad. de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Cambria Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad 2006. p. 119-147.

LEMOS, André. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34, 1999.

_____. **A internet e a crise do sentido**. In: PELLANDA, Nize Maria Campos e PELLANDA, Eduardo Campos. **Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000. p. 21-35

LONGHI, Raquel Rither. **Webnotícia e linguagem hipermídia:** como conta o jornalismo online. Disponível em: <<http://posjor.ufsc.br/files/2012/01/projeto-RAQUEL.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2013.

MACHADO, Augusto, SANTOS, Layse e Tanaka, Misaki. **O potencial do vídeo interativo nas novas mídias.** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0935-1.pdf>>. Acesso em: 07 maio 2013.

PRIMO, Alex; CASSOL, Márcio. **Explorando o conceito de interatividade:** definições e taxonomias. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286/3756>>. Acesso em: 07 maio 2013.

SELIGMAN, Laura e COZER, Karis Regina Brunetto. **Jornais Populares de qualidade:** ética e sensacionalismo em um novo padrão do jornalismo de interior catarinense. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornais-seligman.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco.** Um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1972.

TEIXERIA, Tattiana. **Infografia e jornalismo:** conceitos, análises e perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2010.

_____. **Metodologias de Pesquisa sobre Infografia no Jornalismo Digital – uma análise preliminar.** Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada_2_-_tattiana_teixeira.pdf>. Acesso em: 06 de maio de 2013.

“Proteja Brasil”: apropriações da tecnologia móvel no enfrentamento as violências contra crianças e adolescentes¹

Romulo Tondo²
Camila Rodrigues Pereira³

Resumo: Este artigo tem como objetivo apontar o aplicativo para *smartphones* e *tablets* “Projeta Brasil” como ferramenta ao enfrentamento as violências contra crianças e adolescentes. Neste contexto, abordaremos no transcórre deste texto elementos que venham agregar no panorama geral da violência contra a criança e o adolescente no Brasil. A categoria infância é o ponto de partida, mostrando a importância deste sujeito na evolução da humanidade, através da perspectiva do historiador francês Philippe Ariès e da historiadora brasileira Mary Del Priore. Assim, para compreender a importância da Rede de Proteção, também situamos o leitor sobre a proposta da propaganda governamental “Não Desvie o Olhar”, da qual o aplicativo Proteja Brasil faz parte como forma de articulação da Rede de Proteção da criança e do adolescente. Além de apresentar os dispositivos móveis como artefatos essenciais para a maioria dos indivíduos da sociedade moderna e como sua utilização pode implicar no empoderamento do sujeito e na proteção de crianças e adolescentes vítimas de violência

Palavras-chave: Criança e Adolescente; *Smartphone*; *Tablet*; TIC; Violência.

Introdução

“O abuso do trabalho infantil, a ignorância faz diminuir a esperança na TV o que eles falam sobre o jovem não é sério Então deixa ele viver.”

Charlie Brown Jr.

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Digital integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – ALCAR Sul 2014.
 - 2 Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria e Especialista em Políticas e Intervenção em Violência Intra-familiar pela Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. Atualmente é especializando em Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) aplicada à Educação pela UFSM. E-mail: <romulotondo@gmail.com>.
 - 3 Publicitária pela Universidade Federal de Santa Maria.

No trecho da música, “Não é Sério”, do grupo Rock/ Rap Charlie Brown Jr, podemos perceber um pouco sobre a midiaticização dos problemas sociais enfrentados pelas crianças e adolescentes e o olhar ideologicamente marcado e nutrido pela mídia, que negligencia o contexto em que se constituem os principais fatores dos problemas das crianças, adolescentes e jovens brasileiros. Partindo da expressão musical que nos representa e afeta culturalmente que e, em meio a tantas tribulações do dia a dia, que esquecemos, por muitas vezes, de parar e refletir um pouco sobre a sociedade em que estamos inseridos.

Assim, no transcorrer da história, a violência contra a criança é muitas vezes encoberta pela sociedade, pois as pessoas que deveriam assegurar tais direitos são aqueles responsáveis por executar a violência. Segundo informações contidas na cartilha “Impacto da Violência na Saúde das Crianças e Adolescentes: prevenção de violências e promoção da cultura de paz”, produzido pelo Ministério da Saúde, há uma aceitação social da violência contra a criança utilizando-se como justificativa o argumento de “educar”, usar a violência como atributo de formação moral e enquadramento moral. Para nós, o olhar sobre a violência ganha um foco de reflexão acadêmica e determina nossa motivação para apontamentos sobre a utilização da tecnologia móvel e seus aplicativos na articulação, prevenção e denúncia da violência contra crianças e adolescentes.

Para lucidar a temática sobre violência contra a criança e o adolescente iremos traçar um panorama geral e conceituar as violências enfrentadas por estes sujeitos em desenvolvimento, além de apresentar um resgate histórico sobre a posição ocupada pela criança através dos estudos desenvolvidos pelo historiador francês Philippe Ariès e pela historiadora brasileira Mary Del Priore. Nesta perspectiva, também se faz importante elencar os avanços legislativos no cenário brasileiro, do “Código de Menores” ao “Estatuto da Criança e do Adolescente”. Em seguida, abordaremos a importância da informação e capacitação da sociedade civil para a construção de uma Rede de Apoio a Criança e o Adolescente, sendo esta comporta não somente pela sociedade civil, mas também pelo primeiro e segundo setor. E por fim, a importância da Mídia e das Tecnologias Informação e Comunicação para a denúncia de violência, principalmente no que tange a utilização de dispositivos móveis e do aplicativo “Proteja Brasil” na denúncia de violência contra crianças e adolescentes.

Infância: Do Menor ou Sujeito de Diretos

As crianças e os adolescentes ocupam um lugar de destaque na sociedade brasileira após a promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente (1990), mostrando que as ações desenvolvidas para o bem-estar e desenvolvimento destes sujeitos são prioridade absoluta, sendo que esta preferência se dará em ações e Políticas Públicas que venham favorecer o desenvolvimento bio-psico-social destes sujeitos. Sendo assim,

[...] é dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária (Art. 4º Estatuto da Criança e do Adolescente, BRASIL, 1990).

No entanto, a situação da criança e do adolescente nem sempre foi assim no mundo. A evolução da posição da criança perante a sociedade perpassa os séculos e foi gradativamente evoluindo. Segundo Carvalho (2003), o início da evolução da postura da sociedade com relação à infância ganhou repercussão principalmente com a propagação do Mercantilismo entre os séculos XVI e XVII. Neste período:

A aparição da infância ocorreu em torno do século XIII e XIV, mas os sinais de sua evolução tornaram-se claras e evidentes, no continente europeu, entre os séculos XVI e XVII no momento em que a estrutura social vigente provocou uma alteração nos sentimentos e nas relações frente à infância. (CARVALHO, 2003, p. 47).

Esta busca por riqueza através do mercantilismo também deixou indícios que muitas vezes a riqueza e o poder de um país consistiam na posse de metais preciosos, sem levar em consideração o bem estar das pessoas que estavam sendo empregadas como força de trabalho na busca de melhorias para a burguesia. Neste momento, a idade para a mão de obra não era questionada, sendo que crianças de pouca idade eram mandadas para oficinas para aprender um ofício de acordo com seu desenvolvimento e propriamente seus anos de vida.

O historiador francês Philippe Ariès, estrutura em seu estudo, a concepção da infância demarcando estas através de alguns momentos da evolução da história da humanidade: na Antiguidade, do século XIII ao século XVIII e do século XVIII a atualidade. Para o historiador, a expressão artística foi capaz de demonstrar os principais costumes relacionados à criança, principalmente a pintura, que traz como ponto inicial de sua análise do descaso na hora de representar a figura das crianças. “Até por volta do século XII, a arte medieval desconhecia a infância ou não tentava representá-la. É difícil crer que essa ausência se devesse à incompetência ou a falta de habilidade. É mais provável que não houvesse lugar para a infância nesse mundo.” (ARIÈS, 1981, p. 50).

Já Mary Del Priore (2007) afirma que em contraponto à história dos países europeus e americanos, devemos estar alerta a outras formas mais sensíveis de educação para contextualização sobre a infância no Brasil. Assim como nos demais países, a criança teve diferentes funções e posições na sociedade, mas cada país possui suas peculiaridades e são estas que fazem com que possamos ser diferentes ou tentar implementar ações, projetos e programas que venham melhorar a situação das crianças em nossa sociedade. Desta forma Del Priore (2007), diz que “a historiografia internacional pode ser de inspiração, mas não de bússola” (DEL PRIORE, 2007, p. 11). Onde cada país

pode (re)construir seus passos através da história de suas crianças e que um dia serão responsáveis por propagar seus ensinamentos as suas crianças.

(In)formar e transformar: do silenciamento a articulação da Rede

A Rede de Proteção da criança e do adolescente ganha força no enfrentamento as violências através de propagandas informativas. Atualmente o Governo, através da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH/PR), desenvolve a campanha “Não desvie o olhar. Fique atento. Denuncie”, que tem por objetivo conscientizar a população brasileira sobre as violências contra crianças e adolescentes no cenário nacional. Esta campanha foi desenvolvida com intuito de intensificar a proteção das crianças e adolescentes, levando em consideração a “necessidade de proteção, a prioridade absoluta e compartilhada entre a família, o Estado e a sociedade, conforme determina a Constituição Federal de 1988” (BRASIL, 1988).

Com a articulação entre a mídia e a rede de proteção o pacto de silêncio aos poucos está sendo rompido. A violência doméstica e intrafamiliar são as principais interfaces da violência que apresentam o silenciamento de seus envolvidos; em uma ponta encontra-se a criança e o adolescente violentados pelo seu agressor e do outro, muitas vezes, um adulto, que sabe desta situação e não consegue por fatores sociais⁴ efetuar uma denúncia.

Dados apresentados pela SDH/PR mostram que os números de denúncias no enfrentamento à violência contra a criança e o adolescente vem aumentando, somente em 2012 foram registrados 130.029 casos, sendo que 70% destes casos foram denunciados através do disque denúncia, o Disque 100. A fim de facilitar a denúncia de violência contra criança e adolescente foi criado em 2013 o aplicativo para *smartphones* e *tablets*, “Proteja Brasil”, iniciativa de articulação do Centro de Defesa da Criança e do Adolescente Yves de Roussan/ CEDECA-Ba, Unicef, Ilha Soft e Governo Federal.

Smartphones, Tablets e Aplicativos: conectando pessoas e suas ideologias

A década de noventa marca o início da comercialização propriamente dita dos telefones celulares no Brasil. No entanto, nessa época o consumo do celular era privilégio para poucos, o custo era elevado e os usuários eram em sua maioria executivos (CASTELLS *et al.*, 2007). De alguns anos para cá as tecnologias móveis avançaram muito. Hoje um telefone celular não serve somente para fazer e receber chamadas (LEMOS, 2007) ou para encaminhar SMS. O celular se tornou um objeto essencial para a maioria das pessoas, ele possibilita que o indivíduo esteja sempre conectado, atualizado, e par-

4 Compreendemos que os fatores sociais que coíbem a denúncia de violência contra a criança e o adolescente são relacionados muitas vezes ao não empoderamento do sujeito, a dependência financeira do agressor, a baixa escolaridade, e até mesmo a repetição desta violência dentro da família como algo naturalizado.

ticipando de redes sociais digitais e interagindo com amigos, colegas de trabalho e até mesmo com pessoas que estão do outro lado do mundo.

Quando falamos de um celular com variados atributos, nos referimos ao *smartphone* – um telefone inteligente – um celular que possui um sistema operacional e funções mais complexas que a do aparelho celular simples (TELECO 2014). O *smartphone* é capaz de realizar chamadas e enviar mensagens de texto, como os celulares tradicionais, porém a sua maior vantagem é a conexão, o acesso à internet e a aplicativos de todos os tipos. Como dispositivo móvel hoje também encontramos os *tablets*, através dos quais também podemos ter acesso às redes e aos aplicativos. Porém esses aparelhos não são celulares nem computadores, eles têm funções mais ligadas ao entretenimento.

Para Lemos (2007) o celular na atualidade pode ser considerado um Dispositivo Híbrido Móvel de Conexão Multirredes. O autor prefere usar essa nomenclatura porque acredita que o termo expande a compreensão material do aparelho e o desvincula de certa forma do antigo telefone celular. Lemos (2007) usa “*Dispositivo*” porque é um artefato, uma tecnologia de comunicação; “*Híbrido*” por agrupar as funções de um telefone, um computador, câmera de foto e de vídeo, processador de texto e GPS; “*Móvel*” porque podemos carregá-lo para todos os lados e funciona por redes sem fio digitais, ou seja, de “*Conexão*”; e por fim “*Multirredes*”, pois pode empregar diversas redes, tais como *bluetooth*, infravermelho, internet e redes de satélites.

As pessoas carregam seus dispositivos móveis quase vinte e quatro horas junto a seus corpos, em consequência disso acabam criando afeto pelos aparelhos. Em uma pesquisa de Silva (2010) os informantes mostraram que possuem sentimentos pelo aparelho telefônico, como amor, carinho e companheirismo. A autora entende que os celulares constituem “tecnologias afetivas” e agem como instâncias que mediam emoções e que mantém laços sociais; as pessoas acabam desenvolvendo uma relação emotiva com os dispositivos móveis e com os conteúdos que armazenam dentro deles.

O acesso aos dispositivos móveis cresceu e hoje são artefatos extremamente populares no Brasil, utilizados por pessoas das mais variadas faixas etárias, crianças, adultos, idosos, e de diferentes classes sociais, em todas as regiões do país. Segundo Teleco (2014) estima-se que a venda de aparelhos celulares em 2014 será de quase 68 milhões, sendo mais de 50 milhões somente de *smartphones*. Entre os *smartphones* existem os modelos de entrada que tem um valor acessível no mercado, esse fator fez com que a classe popular pudesse comprar o seu celular inteligente por um baixo custo.

Os aplicativos fazem com que os telefones celulares representem, ao mesmo tempo, “funções de conversação, convergência, portabilidade, personalização, conexão através de múltiplas redes, produção de informação (texto, imagens, sons), localização” (LE-MOS, 2007, p. 23). Para cada função que o usuário deseja exercer, existe um aplicativo diferente. Os aplicativos são softwares desenvolvidos para rodar em dispositivos como *smartphones* e *tablets*. Existem ainda *apps* sociais e alguns que foram criados para o usuário poder ajudar ao próximo, aplicativos de carona, aplicativos de doações, aplicativo

de linguagem de sinais, aplicativos com informações relevantes para a sociedade e ainda aplicativos de denúncia, como o que vamos analisar a seguir.

Proteja Brasil: a tecnologia auxilia no enfrentamento e denúncia da violência

O Proteja Brasil é um aplicativo criado, como já referenciado anteriormente, pelo Centro de Defesa da Criança e do Adolescente Yves de Roussan/ CEDECA-Ba, Unicef, Ilha Soft e Governo Federal. Essa tecnologia político-social⁵ tem como objetivo auxiliar na denúncia para o enfrentamento das violências contra as crianças e os adolescentes nas principais cidades brasileiras. O *app* também pode ser utilizado por qualquer brasileiro que esteja no exterior.

Para realizar a instalação do aplicativo no dispositivo móvel, celular ou *tablet*, o usuário deve acessar o repositório de aplicativos de acordo com o sistema operacional do seu dispositivo. O *app* possui duas versões sendo uma para Android⁶ e outra para IOS⁷. Após escolher a versão adequada ao seu celular ou *tablet*, o usuário irá realizar três passos principais⁸. Para entender melhor o funcionamento deste aplicativo baixamos a versão para celular com sistema operacional Android, através da Google Play. Os números da loja *online* informavam mais de mil downloads do aplicativo. Porém, ao realizarmos a localização do nosso posicionamento atual, na cidade de Santa Maria – Rio Grande do Sul, não houve referências para nenhum tipo de denúncia. Isso decorre, pois o aplicativo foi idealizado para o uso nos grandes centros, principalmente, para as cidades sedes da Copa do Mundo, tendo em vista que este *app* faz parte da campanha “Não desvie o olhar. Fique atento. Denuncie”. Para atender diversas nacionalidades durante os megaeventos o Proteja Brasil pode ser baixado em três idiomas diferentes: português, inglês e espanhol. A instalação ocorre de forma automática e ocupa pouco espaço na memória do dispositivo móvel.

Após a finalização do *download* do *app* e a instalação do mesmo irá aparecer a tela principal do aplicativo contendo a identidade visual da campanha nacional, que tem como ícones principais três macacos, representando assim o ver, o ouvir e o falar. Em seguida, são exibidas as marcas das organizações que compõem a rede articuladora desta ação.

5 Optamos por utilizar o termo político-social porque acreditamos que essa expressão designa as políticas públicas sociais voltadas para infância e juventude brasileira.

6 O Google Play é o maior repositório de aplicativos para Android, nele você pode abaixar o aplicativo a partir do link <<http://goo.gl/iLpi2J>>. Somente neste site já foram realizados mais de 1.000 downloads do aplicado.

7 Disponível na *app* store da apple, o aplicativo pode ser baixo em iphone da geração 5 através do link <<http://goo.gl/YDYRdl>>.

8 Primeiro passo: você irá realizar o *download* para os *martphone* ou *tablet*. Segundo passo: Após a instalação permita que o aplicativo saiba qual é seu posicionamento atual através do GPS, assim serão lhe ofertadas delegacias e outras órgãos que trabalham com a infância e juventude. Terceiro passo: Selecione a delegacia mais próxima para efetuar a denúncia. Ela ocorre de forma anônima, assim como no disque denúncia do governo federal, o disque 100.



Imagem 1 – Tela de apresentação do *app*



Imagem 2 – Rede articuladora principal

Posteriormente o GPS do dispositivo móvel é acionado a fim de informar a localização do usuário e assim disponibilizar na interface as principais organizações e órgãos para efetuar a denúncia. Os ícones no mapa podem ser de dois modelos que representam as delegacias (imagem 3) e os conselhos tutelares mais próximos da localização do usuário. Ao clicar na interface gráfica o aplicativo irá apresentar ao usuário uma caixa (imagem 4) contendo informações para a denúncia. Esta caixa possui o nome da organização e ou delegacia, seu endereço e o telefone para contato, além de três opções: ícone de telefone, ícone contato e o ícone de um mapa. Ao acionar o ícone do telefone o usuário estará efetuando uma ligação para realizar a denúncia; caso opte por salvar o contato ele deve acionar o segundo ícone da caixa de diálogo. Já se acionar o terceiro e último ícone ele estará apresentando a distância e o percurso até o órgão para efetuar a denúncia.

Também é possível buscar organizações e delegacias em outras cidades e estados (Imagem 5). Para os usuários que utilizarem o aplicativo no exterior lhes será apresentado o endereço e o telefone das Embaixadas Brasileiras. Ao clicar para efetuar a denúncia no botão “Denunciar” em vermelho, na parte inferior da tela, são apresentados oito tipos de violência (Imagem 6). Ao clicar em qualquer um dos ícones aparecerá uma breve descrição de cada uma das violências que podem ser denunciadas a partir do Projeto Brasil (Imagem 7). As descrições tem por objetivo informar a tipificação da violência para o usuário efetuar a denúncia de uma forma mais precisa e diminuir o número de incidência de denúncias equivocadas. Esta medida também auxilia na quantificação de

denúncias por tipificação, auxiliando desta forma para que a delegacia, o conselho tutelar e outras organizações atuem de uma forma mais precisa para providenciar a garantia da proteção da criança e do adolescente.



Imagem 3: Localização geral de delegacias



Imagem 4: Caixa com dados para denúncia



Imagem 5: Possibilidade de busca por Estados



Imagem 6: Tela com os 8 tipos de violência



Imagem 7: Apresentação da tipificação da violência e demais recursos do app.



Imagem 8: Apresentação do Aplicativo

Para melhor compreensão transcrevemos abaixo as oito violências que podem ser denunciadas através do Proteja Brasil:

	Tráfico de Pessoas: O recrutamento, o transporte, acolhimento de pessoas, recorrendo a ameaça ou uso da força dentre outras formas para obter o consentimento de uma pessoa que tenha autoridade sobre outra para fins de exploração.
	Trabalho Infantil: No Brasil, a idade mínima para o trabalho é 16 anos, exceto quando exercido na condição de aprendiz que é permitido a partir dos 14 anos.
	Negligência e abandono: abandono, descuido, desamparo, desresponsabilização e descompromisso com o cuidado. Não implica em dificuldades socioeconômicas do responsável.
	Violência física: ato de agressão física que se traduz em marcas visíveis ou não.
	Tortura: atos intencionalmente praticados para causar lesões físicas, ou mentais, ou ambas as naturezas com finalidade de obter determinada vantagem, informação, aplicar castigos, dentre outras.
	Violência sexual: abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes. Utilização de crianças e adolescentes para fins sexuais, mediada ou não por força ou vantagem financeira.
	Discriminação: discriminar, distinguir, segregar, prejudicar, dar tratamento injusto a alguém por causa de características pessoais, raça/etnia, gênero, crença, idade, origem social, entre outras.
	Violência Psicológica: relação de poder com abuso da autoridade ou da ascendência sobre o outro, de forma inadequada e com excesso ou descaso. Coerção.

Conclusão

A tecnologia quando utilizada para o desenvolvimento das relações sociais sempre nos traz bons elementos para uma reflexão. Ao analisarmos o aplicativo Proteja Brasil pensamos primeiramente no avanço que as redes governamentais, aqui expressas pela Unicef, Governo Federal, CEDECA-BA e a empresa desenvolvedora do software, atingiram ao apostarem na tecnologia da informação e comunicação para trabalhar com uma temática profunda e muitas vezes dolorosa, pois estamos dialogando com diferentes faces da violência cometida contra crianças e adolescentes. De certa forma, acreditamos que, este tipo de aplicativo proporciona um empoderamento de sujeitos não somente da rede de proteção, mas também qualquer cidadão brasileiro, mostrando que as denúncias das violências são de extrema importância para a construção de uma sociedade humana e fraterna, tendo em vista que as crianças e adolescentes são sujeitos que necessitam de um acompanhamento devido ao seu desenvolvimento. Com este objetivo de aprendizado o *app* em questão traz um apelo visual, ao trazer o material icônico da campanha maior deste ano, e também uma breve descrição dos tipos de violência, onde o interagente é capaz de ao mesmo tempo efetuar a denúncia e compreender qual é o enquadramento de cada uma das violências, agilizando desta forma o atendimento a criança e ao adolescente que estão sendo violentados. Lembramos também que a denúncia feita através deste aplicativo ocorre de forma anônima assim como a realizada pelo disque denúncia, o disque 100, órgão federal que recebe as denúncias contra qualquer tipo de violência, não somente relacionado ao público criança e adolescente.

Este aplicativo traz consigo um legado de mobilização e articulação entre a Rede, mostrando que a Copa do Mundo de 2014 será um marco do uso e incentivo das tecnologias móveis para o enfrentamento à violência contra crianças e adolescentes. Observamos também que as cidades de pequeno e médio porte, assim como Santa Maria, ainda não possuem dados de organizações e repartições públicas para efetuar a denúncia, mas compreendemos que este é o primeiro passo tendo em vista que o aplicativo tem como referência as cidades sedes da Copa e cidades de grande porte de nosso país. Sendo assim este tipo de aplicativo nos mostra que a tecnologia está sendo utilizada para mapear e transpor para o ambiente virtual a gama de organizações que atuam na defesa dos direitos da criança e do adolescente. O marco deste aplicativo faz com que pensemos que a Rede de Proteção também está se mostrando através deste dispositivo e que existe uma rede que poderá ser articulada a qualquer momento, seja no *off-line* ou através do *online*.

Referências

ANDI. Estatuto da Criança e do Adolescente. **Estatuto da Criança e do Adolescente: um guia para jornalistas**. Belo Horizonte, MG: Rede ANDI Brasil, 2009.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. Tradução de Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>.

_____. **Estatuto da Criança e do Adolescente**: promulgado em 13 de julho de 1990. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm>.

CARVALHO, Eronilda Maria Góis. **Educação infantil**: percurso, dilemas e perspectivas. Ilhéus, BA: Editus, 2003.

CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, Mireia; QIU, Jack Linchuan; SEY, Araba. **Mobile Communication and Society**: a global perspective. Cambridge: MIT Press, 2007.

DEL PRIORE, Mary (org.). **História das crianças no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2007.

LEMOES, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, vol. 4, nº 10, 2007.

SILVA, Sandra Rubia. **Estar no tempo, estar no mundo**: a vida social dos telefones celulares em um grupo popular. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 2010.

TELECO. **Inteligência em Telecomunicações**, 2014. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/>>. Acesso em: fev 2014.

Sites e Imagens

BRASIL. Secretaria de Direitos Humanos Presidência da República. Disponível para acesso em <<http://www.sdh.gov.br/assuntos/criancas-e-adolescentes>>.

PROTEJA BRASIL. Disponível para acesso em: <www.protejabrasil.com.br>. Acesso em: 04.02.2014.

PROTEJA BRASIL. Página do aplicativo para Android. Disponíveis para acesso em: <<http://google.com/NWPSLS>>.

**História
da
Mídia Impressa**

Transformações do gênero crônica: análise dos textos publicados na Ilustrada na última década¹

Valquiria Michela John²
Pricilla Tiane Vargas³

Resumo: A pesquisa se propôs a analisar quais as características presentes e quais os principais temas abordados nos textos definidos como crônica no caderno cultural Ilustrada do jornal *Folha de S.Paulo*. Foram analisadas as crônicas publicadas no caderno no período de janeiro de 2000 a dezembro de 2012, a partir de consulta online às edições impressas do jornal. A análise foi realizada a partir da proposição de Bardin (2004) tendo, portanto, como principal técnica a análise de conteúdo (AC). A seleção do corpus seguiu a proposição da autora quanto à análise do mês composto, neste caso, ano composto, totalizando 12 edições do jornal, cada uma delas correspondente a um dia da semana, mês e ano, o que corresponde a 12 meses, cada um deles referente a um dos 12 anos do intervalo de análise. Em cada uma das edições, foram analisadas todas as crônicas encontradas. Além disso, foi selecionado um intervalo de 45 dias durante os meses de julho e agosto de 2012 de modo a observar a frequência de incidência desse gênero jornalístico no caderno analisado. Foi possível observar que a crônica publicada no caderno cultural do jornal de maior circulação no país mantém a premissa da fidelidade ao cotidiano, entretanto, nem sempre articula esse aspecto à crítica social.

Palavras-chave: jornalismo cultural; gêneros jornalísticos; crônica; Folha de S.Paulo.

Introdução

O jornalismo cultural é uma das várias formas de segmentação do jornalismo, uma das mais antigas. Segundo Piza, (2004) as revistas, incluindo os tabloides literários semanais e quinzenais, desempenharam papel importante na valorização do jornalismo

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Impressa integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Jornalista, Mestre em Educação, doutoranda em Comunicação no PPGCOM/UFRGS. Professora do curso de Jornalismo da Univali, pesquisadora do grupo Monitor de Mídia, integrante da Renoi.

3 Acadêmica do 7º período do curso de Jornalismo da Univali, pesquisadora do grupo Monitor de Mídia.

cultural durante o século XX. Essa época foi marcada pela efervescência cultural e as revistas publicavam ensaios, resenhas, críticas, reportagens, perfis, entrevistas, além das publicações de contos e poemas.

Por ser um espaço de formação de opinião, o jornalismo como um todo e o cultural em particular ocupa um papel socializador, exerce uma importante mediação nos modos de representarmos o mundo a nossa volta. Entendemos aqui jornalismo cultural a partir de Gadini (2009), caracterizando esta especialidade jornalística como a que contempla:

(...) os mais diversos produtos e discursos midiáticos orientados pelas características tradicionais do jornalismo – atualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, clareza, dinâmica, singularidade etc. – que, ao abordar assuntos ligados ao campo cultural, instituem, refletem e projetam modos de ser, pensar e viver dos receptores, efetuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde ele é produzido, circula e é consumido (GADINI, 2009, p. 81).

Conforme apontam Gadini (2009) e Piza (2004), historicamente o jornalismo cultural representa o maior espaço de interpretação e opinião no jornalismo, sobretudo nos jornais impressos, contemplando inclusive gêneros tipicamente definidos (Marques de Melo, 2003) como opinativos, como é o caso das colunas, da resenha cultural e da crônica, foco de análise desta pesquisa.

A crônica é definida por vários autores, entre eles Marques de Melo (2003), como sendo um gênero híbrido, que transita entre o jornalismo e a literatura sendo vista, inclusive, como um gênero tipicamente brasileiro. O autor ainda aponta que as principais características da crônica contemporânea são a fidelidade ao cotidiano e a crítica social embutida. Neste sentido, estudar este gênero no jornal de maior circulação no país representa conhecer também parte de nossa memória, parte de nossa história cotidiana.

Sendo a crônica um gênero opinativo que reflete, portanto, a posição do cronista sobre os fatos cotidianos noticiados nos veículos jornalísticos, a visão de mundo ali retratada contribui para o registro da memória, de uma história cotidiana. Estudar este gênero representa estudar parte da própria história recente do país. Esta pesquisa norteou-se por esta perspectiva e teve como principais metas responder aos seguintes questionamentos: quais as características predominantes nas crônicas publicadas no caderno Ilustrada do Jornal *Folha de S.Paulo* ao longo da última década? Quais os temas/ assuntos priorizados nesses textos? Qual história recente é enfatizada pelos cronistas? Que olhar depositam sobre nossa história cotidiana?

Diante dessa problemática, a pesquisa teve como objetivo analisar as características e enfoques do gênero opinativo crônica a partir dos textos publicados no caderno Ilustrada do jornal *Folha de S.Paulo* ao longo da última década. De modo a alcançar este objetivo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Identificar os temas/assuntos predominantes no interesse dos cronistas;
- Descrever o espaço destinado à crônica no caderno;
- Elencar os cronistas que escreveram para o caderno durante o intervalo de análise;
- Verificar o cumprimento das características inerentes ao gênero;

Percursos da pesquisa

O *corpus* de análise é composto pelas edições do jornal *Folha de S.Paulo*, especificamente o caderno *Ilustrada*, correspondentes ao intervalo de janeiro de 2000 a dezembro de 2012.

Conforme sugere Bardin (2004), não foi considerada a totalidade das edições, mas uma amostra, estabelecida de modo aleatório, definida como mês composto. Duarte e Barros (2005) explicam esse formato: “No primeiro caso, escolhe-se no calendário, a semana que servirá como referência inicial e, dentro dessa semana, o dia em que se deseja começar a análise, geralmente uma segunda-feira. Na semana seguinte, o dia escolhido será terça-feira, na semana posterior a quarta-feira e assim por diante, até chegar à sétima semana, que inclui o domingo”. Foram, portanto, analisadas 12 edições do jornal, cada uma delas correspondente a um dos 12 anos do intervalo, sendo que para sua definição começamos da seguinte forma: a primeira edição analisada foi a da primeira segunda-feira do mês de janeiro de 2000; a segunda edição foi a da segunda terça-feira do mês de fevereiro de 2001 e assim sucessivamente até a última edição referente ao mês de dezembro de 2012.

A coleta foi realizada no *site* do jornal, onde foram acessadas as edições impressas dispostas em arquivo digital. Ao longo da pesquisa, consideramos relevantes também proceder a uma análise de edições impressas de um intervalo de 40 dias consecutivos, de modo a observar a frequência do gênero crônica no caderno *Ilustrada* e melhor observar suas características. O referido intervalo compreende todas as edições da *Ilustrada* publicadas entre 12 de julho e 219 de agosto de 2012.

Para a análise dos dados, foi adotada a análise categorial proposta por Bardin (2004). As categorias foram definidas a partir das características atribuídas ao gênero crônica por Marques de Melo (2003).

Sobre a crônica e suas características

A crônica, gênero que está entre o jornalismo e a literatura, é considerada por muitos autores (e cronistas) como o mais brasileiro dos gêneros jornalísticos. Conforme Santos (2007) a crônica permite ao narrador a liberdade total e criativa de relatar um fato, detalhes ou um simples acontecimento do cotidiano. Ainda conforme o autor: (...) a crônica está no detalhe, no mínimo, o escondido, naquilo que aos olhos comuns pode não significar nada, mas puxa uma palavra daqui, “reminiscência clássica” dali, e colo-

ca-se de pé uma obra delicada de observação absolutamente pessoal. O borogodó está no que o cronista escolhe como tema. (SANTOS, 2007, p. 17)

Segundo Melo (2003), a crônica jornalística possui duas características básicas: fidelidade ao cotidiano e crítica social, “(...) tomando a crônica a feição de relato poético do real, situado na fronteira entre a informação de atualidade e a narração literária (...)” (MELO, 2003, p. 111). Este gênero surgiu no Brasil em um tempo que escritores aceitavam trabalhar nas redações para receber um salário fixo – os meios de comunicação pagavam pouco, mas era um salário garantido – e para conseguir uma visibilidade maior entre os leitores, a crônica era a opção para quem pretendia escrever sobre a atualidade, mas não queria deixar de lado as características literárias e o seu estilo próprio. Com isso, nasce uma geração de autores que teve na crônica, a sua forma de fazer jornalismo, sendo que o exemplo mais notório é o de Machado de Assis.

Atualmente, o conceito de crônica jornalística se difere da praticada por Machado de Assis. A crônica moderna necessita acompanhar a realidade e a mudança constante das notícias. É necessário ao cronista que esteja sempre atento às próprias notícias que estamparão as páginas dos jornais para que não haja distanciamento entre as crônicas e as matérias jornalísticas. “Se a crônica de costume se valia do real (fatos ou ideias do momento) simplesmente como ‘deixa’ ou como inspiração para um relato poético ou para a descrição literária, a crônica moderna assume a palpitação e a agilidade de um jornalismo em mutação” (Melo, 2003, p. 115). Sobre a singularidade do gênero na prática jornalística brasileira, Micheletti explica que ela se caracteriza por ser:

(...) uma composição breve publicada em jornal e revista que, embora relacionada com a atualidade, possui elementos poéticos e ficcionais. Ela pode, assim, refletir de maneira poética, e às vezes irônica, o imaginário coletivo presente no cotidiano de nossas vidas. Entretanto, como não quer ser uma mera reprodução dos fatos, usa recursos próprios da literatura para expressar-se: diálogos, alegorias, versos, personagens típicos, metáforas, analogias. Além do estilo, a criação é visível também nos recursos linguísticos usados na crônica, na estrutura e temporalidade próprias (MICHELETTI, 2012, p. 36).

Há várias classificações possíveis para o gênero. Nesta pesquisa, adotamos as proposições de José Marques de Melo. O autor afirma que a crônica, normalmente, obedece às seguintes características: a) Fidelidade ao cotidiano, pela vinculação temática e analítica que mantém em relação ao que está ocorrendo, aqui e agora; pela captação dos estados emergentes da psicologia coletiva; b) Crítica social implícita, entrando a fundo no significado dos atos e sentimentos do homem.

Adotamos, a partir de Melo (2003), a classificação proposta por Luis Beltrão que caracteriza a crônica, conforme o tema em: a) Crônica geral – trata de assuntos variados ocupando espaço fixo no jornal; b) Crônica local – conhecida como urbana, trata de assuntos do cotidiano captando as tendências da opinião pública; c) Crônica Espe-

cializada – focaliza assuntos referentes a um determinado campo de atividade (como esporte e cultura, por exemplo).

Quanto à forma do texto propriamente dito, a crônica jornalística parte dos acontecimentos diários, “dos fatos menores do cotidiano, apresentando-se, muitas vezes, como um discurso do tipo relato, quase notícia; outras, com um tom opinativo e, quase sempre, com algumas pitadas de humor, ironia ou lirismo, construindo-se com referências a outros textos, especialmente os da tradição literária”. (MICHELETTI, 2012, p. 36)

Estas são as características norteadoras da pesquisa a ser realizada, bem como a análise quanto aos temas/assuntos priorizados pelos cronistas e, deste modo, as memórias que estão preservando, a história cotidiana que estão registrando.

A crônica, como se vê, é um gênero híbrido. Costuma ser definida nos livros sobre história literária como sendo um gênero literário produzido essencialmente para ser veiculado em revistas ou jornais, o que reafirma seu caráter interdiscursivo ou pelo menos interdisciplinar. Isso se deve em parte à sua história uma vez que o gênero nasceu, no Brasil, efetivamente nos jornais, sendo publicada conjuntamente aos folhetins nos rodapés dos jornais ao longo do século XIX (MARQUES DE MELO, 2003).

A crônica é espaço privilegiado para a invenção e a criatividade, diferenciando-se de outros gêneros jornalísticos mais descritivos e informativos, como a notícia. “Portanto, a crônica determina novas relações com os gêneros jornalísticos, não se limitando a informar ou opinar; mas construindo novos significados na própria articulação entre várias linguagens que o cronista exercita para explicar as representações de seu mundo ao leitor”. (PEREIRA, 2004, p. 32). Neste sentido, como afirmam Rosseti e Vargas (2006), a crônica jornalística torna-se um objeto privilegiado para o estudo da criação e seus processos, “constituindo um campo fecundo para a investigação da questão da criação na área do jornalismo”.

Embora a crônica esteja presente em várias editorias e espaços do jornal, normalmente, seu principal espaço está nos cadernos e revistas culturais. Conforme MICHELETTI (2012) isso ocorre “pelas próprias características dessa área do jornalismo que, normalmente, trabalha menos com a urgência do fato e mais com as interpretações e análises dos eventos culturais e artísticos”. A autora ainda afirma que é mais usual encontrar a crônica no espaço destinado ao jornalismo cultural “pela histórica vinculação deste com a literatura, com a criatividade do texto e a mescla de gêneros”.

A escolha por analisar a crônica veiculada em um caderno cultural ocorreu por conta desses fatores e também porque, conforme afirma Piza (2004), as seções culturais dos grandes jornais brasileiros estão entre as páginas mais lidas e apreciadas.

Resultados encontrados

Em praticamente todas as edições, a crônica está localizada na parte superior da contracapa do caderno Ilustrada, com metade do espaço da folha. O título da crônica

está em cor preta, localizado no centro da página, acima do nome do cronista que fica em caixa alta, de cor azul, acima da ilustração colorida que se encontra centralizada, no meio do texto, com fonte em itálico, dividido em colunas. Abaixo da ilustração central, encontra-se um “olho”, de poucas linhas, quatro ou três na maioria das vezes, com formatação em negrito.

A crônica sempre teve espaço fixo nas seções culturais de jornais e revistas brasileiros e, portanto, é modalidade inegável do jornalismo cultural brasileiro. Ela desempenha o papel de atrair a leitura para o jornalismo, produzida por híbridos de jornalista e escritor, caso que acontece no segundo caderno do Jornal *Folha de S. Paulo*.

Nas 39 edições impressas foram encontradas 41 crônicas. Os dias 14/08/12 (terça), 07/08/12 (terça) e 18/07/12 (Quarta) não possuem crônica, porém nos dias 19/08/12 (Domingo), 15/08/12 (Quarta), 12/08/12 (Domingo), 05/08/12 (Domingo) e 29/07/12 (Domingo) possuem 2 crônicas por edição. O quadro a seguir evidencia os cronistas que escreveram nesse período:

Quadro 1 – Total de crônicas por autor

Cronista	Total de crônicas
Álvaro Pereira Júnior	3
Contardo Calligaris	6
Carlos Heitor Cony	5
Drauzio Varella	3
Fernanda Torres	1
João Pereira Coutinho	3

No período analisado, de 12/07/12 a 19/08/12, dez colunistas escreveram suas crônicas no segundo caderno, intitulado *Ilustrada*. Entre todos, apenas três são efetivamente graduados em jornalismo, Álvaro Pereira Júnior, Mauricio Stycer e Carlos Heitor Cony. Os outros sete, se intitulam colunistas, cronistas, escritores e jornalistas por paixão. Entre as profissões que exercem, encontra-se o repertório mais variado possível: psicanalistas, médicos, poetas, filósofos, economistas, atores, entre tantas outras.

No período desta análise, a única pessoa que publicou apenas uma crônica foi Fernanda Torres. Atriz e colunista da *Folha* desde 2010. Escreve aos sábados, a cada duas semanas, na versão impressa do caderno *Ilustrada*. Na crônica publicada, ela conta a história da revista *Piauí*, e do jeito que conseguiu se popularizar de forma indireta, mesmo estando muitas vezes em uma encruzilhada econômica. A massificação da arte e da informação seduz quem produz e consome peças, livros, jornais e filmes.

Em todas as crônicas analisadas foi confirmada a característica apontada por Marques de Melo (2003) de fidelidade ao cotidiano, tanto nas 12 crônicas referentes ao intervalo de 2000 a 2012 quanto nos 40 dias de análise impresso. Já a segunda característica apontada pelo autor – crítica social embutida – os resultados podem ser visualizados no quadro disposto a seguir:

CRÍTICA SOCIAL IMPLÍCITA	SIM	NÃO	TOTAL DE CRÔNICAS
EDIÇÕES IMPRESSAS	18	24	42
EDIÇÕES ONLINE	2	8	10

Os resultados apontam para a significativa presença da crônica no caderno Ilustrada, reforçam seu caráter textual híbrido, haja vista a diversidade de autores, formação destes e os temas abordados. Tanto no período de 2000 a 2012 quanto nos 40 dias em que o caderno foi analisado em sua versão impressa, pode-se perceber que o gênero crônica mantém a característica apontada por Marques de Melo (2003) de ser fiel aos eventos cotidianos.

Percebeu-se, porém, que a outra característica apontada pelo autor – a crítica social implícita – praticamente não figurou nos dois períodos analisados, apontando para mudanças no gênero.

Referências

- ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. O jornalismo especializado na sociedade da informação. **Revista BOCC**. Disponível em: <www.bocc.upi.pt>. Acesso em 04/03/2012.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- HOELTZ, Mirela. Design Gráfico – dos espelhos às janelas de papel. **Revista BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2001. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/hoeltz-mirela-design-grafico.html>>. Acesso em 25/04/2012.
- MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Opinativo**. 3. ed. São Paulo: Mantiqueira, 2003.
- MERINO, Eugênio. Design e Ergonomia. **ABC Design**. 21.08.2009. Disponível em <<http://abcdesign.com.br/porassunto/artigos/design-e-ergonomia/>>.
- MICHELETTI, Guaraciaba. Discurso, memória e sentido da crônica jornalística. **Leitura: Linguagens, Representações e Práxis**. Coleção Mestrado em Linguística. Disponível em: <<http://publicacoes.unifran.br/index.php/colecaoMestradoEmLinguistica/article/viewFile/424/350>>. Acesso em 12/06/2012.

- PEREIRA, W. **Crônica**: a arte do útil e do fútil. Salvador: Calandra, 2004.
- PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004
- ROSSETTI, Regina; VARGAS, Herom. A recriação da realidade na crônica jornalística brasileira. **UNIrevista**. Vol. 1, nº 3, julho 2006.
- SANTOS, Joaquim Ferreira dos. (Org.). Introdução. In: **As cem melhores crônicas brasileiras**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.
- ZANINI, Tássia Caroline. Estratégias e formação de repertório no jornalismo visual: um estudo da cor-informação. Disponível em: <<http://celacom.fclar.unesp.br/pdfs/82.pdf>>. Acesso em 25/04/2013

“Um país à beira do abismo” – os discursos dos editoriais de *Zero Hora* sobre o contexto nacional anterior ao golpe de 1964¹

Camila Marchesan Cargnelutti²
Viviane Borelli³

Resumo: O presente estudo analisa a forma como *Zero Hora* (ZH) referenciou a situação econômica, política e social do Brasil anterior ao golpe de 1964 nos editoriais publicados posteriormente, nos aniversários da intervenção militar ao longo da ditadura civil-militar brasileira. Dentre os objetivos da pesquisa estão analisar os discursos dos editoriais de ZH referentes ao contexto brasileiro anterior ao golpe e identificar o posicionamento do jornal frente ao episódio que deflagrou 21 anos de ditadura no país. Para responder o problema de pesquisa e alcançar os objetivos, o aporte teórico-metodológico utilizado é a Análise de Discurso (AD), que permite uma análise contextualizada com a conjuntura sócio-histórica do momento. Os resultados da pesquisa demonstram a construção de discursos por parte de ZH que procuram legitimar, por meio de distintas estratégias discursivas, a ditadura civil-militar brasileira, apontando para um alinhamento ideológico entre o periódico analisado e o regime ditatorial.

Palavras-chave: Editorial; *Zero Hora*; golpe civil-militar; Análise de Discurso.

Entre a modernização, a censura e o alinhamento ideológico: a imprensa e o golpe

Na madrugada do dia primeiro de abril de 1964, um golpe civil-militar pôs fim ao governo do presidente João Goulart. Os militares tomaram o poder, interrompendo o ciclo democrático e iniciando um período de repressões e violências institucionais, que afetaram principalmente os setores da sociedade identificados politicamente com a esquerda. O golpe de 1964 foi aprovado por alguns setores da sociedade brasileira – empresários, grandes proprietários rurais, setores da classe média e da imprensa inclusive

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Impressa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Jornalista e mestrandia do Programa de Pós-Graduação em Letras da UFSM / E-mail: <camila.m.cargnelutti@gmail.com>.

3 Prof^a Dr^a do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM / E-mail: <viviborelli10@gmail.com>.

estimularam a intervenção militar no governo de João Goulart. Dentre os argumentos encontrados para defender o posicionamento favorável ao golpe estavam, por exemplo, a necessidade de controlar a crise econômica. Tão logo os militares assumiram o poder em 1964, deu-se início a um regime político onde a autoridade do Estado era privilegiada em detrimento da liberdade e dos direitos individuais e o poder Executivo estava em um patamar mais elevado em relação aos poderes Legislativo e Judiciário.

Ao longo do período ditatorial o governo militar buscou legitimar juridicamente suas ações políticas através dos Atos Institucionais. Com eles, os militares procuravam justificar os atos de exceção cometidos durante a ditadura e que atingiram diretamente os direitos humanos básicos. Durante sua vigência, esse período ficou oficialmente conhecido como “Revolução” e não como ditadura, e seus governos – “revolucionários” – tentaram forjar um ambiente democrático.

Nesse contexto, a imprensa desempenhou um papel crucial desde os preparativos do golpe civil-militar até o estabelecimento do novo regime. Para o sucesso e legitimação do Golpe, os militares investiram fortemente em propaganda política, que procurava enaltecer as “melhorias” de seu governo, e contaram com o apoio de jornais de grande circulação na época.

O crescimento do mercado das comunicações no período pode ser percebido, por exemplo, no surgimento de muitas faculdades de Comunicação e Jornalismo nas décadas de 60, 70 e 80, na primeira regulamentação da profissão de Jornalista ocorrida em 1969 com o Decreto-Lei nº 972 e na exigência legal do diploma para o exercício da profissão de Jornalista ocorrida em 1970. Para Romancini e Lago (2007, p. 121), “o regime militar, via crescimento econômico, colabora indiretamente para o crescimento da imprensa, mas o ambiente repressivo do regime militar tenta controlá-la para legitimar-se”. Esse controle tornou-se ainda mais forte a partir da edição do Ato Institucional nº 5, de dezembro de 1968. Além de diversas outras arbitrariedades, de acordo com Romancini e Lago (2007, p. 127), com o AI-5 “a censura aos meios de comunicação é institucionalizada, embora sob formas disfarçadas ou negadas”.

Outra forma de controlar os meios de comunicação, não tão explícita quanto a censura, era através dos financiamentos às empresas do setor, favorecendo a construção de sedes modernas e a compra de equipamentos – bem como negando esses “benefícios” às empresas que criticavam ou não obedeciam as ordens do governo. De acordo com Motta (2003, p. 7), a ditadura militar brasileira concentrou esforços, na década de 1960 e 1970, na implantação da infraestrutura de comunicações “indispensável ao crescimento dos veículos de mídia que lhe acobertavam e na oligopolização do setor e criação de grandes redes nacionais”. Para Abreu (2002, p. 15), a modernização dos meios de comunicação na ditadura estava associada à ideologia da segurança nacional, pois um sistema de informações que conseguisse “integrar” o país era “essencial dentro de um projeto em que o Estado era entendido como o centro irradiador de todas as atividades fundamentais em termos políticos”.

Todos esses conflitos também tiveram reflexos no Rio Grande do Sul. Sob as cinzas do jornal Última Hora de Porto Alegre, que havia sido fechado por razões políticas com a eclosão do golpe civil-militar, nasce o jornal *Zero Hora* – em 4 de maio de 1964, exatamente um mês e três dias após o golpe. No primeiro editorial do novo jornal, publicado na data de seu lançamento, *Zero Hora* afirma que “se manterá na defesa dos princípios cristãos” e apoiará a todos aqueles “que lutam para impedir a implantação em nosso país de ideologias contrárias às nossas tradições democráticas”.

Entre 1967 e 1970, o jornal *Zero Hora* é adquirido gradualmente por Maurício Sirotsky Sobrinho e passa a fazer parte da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS), afiliada à Rede Globo. O jornal surge quando os militares assumem o poder e, para Motta (2003, p. 15), o alinhamento com o regime foi automático. Era necessário como “manobra de sedimentação do jornal e da própria empresa”. Sobre o fechamento de Última Hora e a origem de *Zero Hora*, Guareschi e Ramos (1992, p. 70) também afirmam que a extinção de UH ocorreu por razões políticas e que seu sucedâneo deveria estar afinado com as contingências da ditadura.

Nesse contexto, e considerando-se a recente criação da Comissão Nacional da Verdade⁴, que tem trazido à tona um debate silenciado por muito tempo, é de importância fundamental um espaço para a discussão das relações entre mídia e ditadura. A CNV foi instituída com a finalidade de apurar graves violações de Direitos Humanos entre 1946 e 1988. O relatório das atividades do primeiro ano de atuação foi apresentado em solenidade realizada em Brasília, aberta ao público e transmitida ao vivo no dia 21 de maio de 2013. A criação da CNV está pautando debates que até então praticamente não tinham espaço na mídia tradicional, como a questão da importância da preservação da memória, da busca pela justiça e pelo conhecimento do passado do nosso país.

Relacionados aos debates e temas que a CNV está pautando no Brasil, dois acontecimentos marcaram o mês de novembro de 2013. O primeiro foi a exumação do corpo de Jango⁵ com a finalidade de apurar as circunstâncias de sua morte. A família de João Goulart acredita na possibilidade de envenenamento do ex-presidente por motivos políticos durante o exílio na Argentina, em 1976. Desde 2007, o caso está sendo investigado pelo Ministério Público Federal e, a partir de 2012, a CNV passou a colaborar com as investigações. O segundo acontecimento foi a anulação da sessão de 1964⁶ que declarou vaga a presidência da República, ocupada por Goulart. Na época, o presidente

4 A Comissão Nacional da Verdade (www.cnv.gov.br) foi criada pela Lei 12528/2011 e instituída em 16 de maio de 2012.

5 Mais informações sobre a exumação dos restos mortais de Jango podem ser encontradas no seguinte link: <<http://www12.senado.gov.br/noticias/videos/2013/11/para-filho-de-jango-exumacao-e- apenas-primeiro-passo-para-restauracao-da-verdade>>.

6 Mais informações sobre a anulação da sessão de 1964 podem ser encontradas no seguinte link: <<http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2013/11/21/congresso-anula-sessao-que-afastou-jango-e-abriu-caminho-para-o-golpe-de-1964>>

do Senado, Auro de Moura Andrade, declarou a vacância da presidência inconstitucionalmente, uma vez que o presidente Goulart se encontrava no país. A anulação, mais do que demonstrar a falta de legitimidade do golpe e da ditadura que se instaurou a partir dele, é um ato de justiça histórica para o Brasil e para os brasileiros. Ambos os acontecimentos refletem uma maior abertura para esclarecimentos sobre o passado recente do país e, mais do que isso, são passos importantes na luta pela nossa memória.

Também em 2014 completam-se 50 anos do golpe civil-militar. Assim, os estudos que analisem o modo como a mídia referencia esse episódio têm sua importância renovada. A pesquisa faz-se necessária não só para obtermos um leque maior de dados a respeito da época e avançarmos no que diz respeito à recuperação de nosso passado e de nossa memória, como também para alcançarmos um entendimento mais amplo e aprofundado sobre o tratamento jornalístico que o golpe militar de 1964 recebeu no Brasil e, mais especificamente, no Rio Grande do Sul. A necessidade de preservação da memória, de conhecimento da verdade e de aprender com as lições desse passado recente são fundamentais para a construção do nosso presente e planejamento do nosso futuro.

Diante da diversidade de coberturas e posicionamentos a respeito do episódio de 1964 e das consequências resultantes dele, definimos uma mídia para a análise. O jornal *Zero Hora*, por sua origem atrelada à ditadura, por sua importância e abrangência⁷ foi o escolhido para o estudo. O objetivo do artigo é analisar os editoriais de *Zero Hora* referentes à situação econômica, política e social do país anterior ao golpe de 1964 nas datas comemorativas desse episódio, considerando o contexto em que o jornal está inserido, e identificar o posicionamento do jornal a respeito do golpe civil-militar. O artigo é um recorte de uma pesquisa mais ampla⁸, que abrange diferentes categorias para a análise dos discursos de aniversário do golpe de 1964 nos editoriais de ZH ao longo da ditadura civil-militar brasileira.

A construção dos discursos jornalísticos

O discurso do jornal, de acordo com Maurice Mouillaud (2002), não está solto no espaço – está envolvido em um “dispositivo”. Este não deve ser compreendido apenas como um suporte técnico, mas como um lugar onde se inscrevem os textos e que prepara o leitor para o sentido. Assim, para Mouillaud (2002, p. 32) “o dispositivo não comanda apenas a ordem dos enunciados, mas a postura do leitor”. Além disso, os dis-

7 De acordo com dados de 2012 da Associação Nacional de Jornais (ANJ), *Zero Hora* é o jornal de maior circulação no Rio Grande do Sul e, em nível nacional, ocupa a 6ª posição. Pesquisa disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>.

8 O artigo é resultado da monografia “É tempo de construir o Brasil Grande”: Uma análise dos editoriais de *Zero Hora* nos aniversários do golpe civil-militar de 1964, apresentada como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal de Santa Maria, em 2013.

positivos encaixam-se uns nos outros – o jornal, por exemplo, faz parte do dispositivo da informação e possui outros dispositivos subordinados, tais como o dispositivo editorial, foco do presente trabalho – e pertencem a lugares institucionais. Neste contexto, Mouillaud (2002) afirma que o dispositivo jornal e o lugar institucional são indissociáveis do sentido, orientando a interpretação dos discursos que ali se inscrevem. Ainda de acordo com Mouillaud (2002, p. 51), é importante frisar que o sentido que o jornal leva aos leitores é por eles “remanejado a partir de seu próprio campo mental e recolocado em circulação no ambiente cultural”.

Para Márcia Benetti (2010, p. 107) o jornalismo é visto como um “lugar de circulação e produção de sentidos” e seu discurso deve ser considerado como histórico, associado ao contexto em que está inserido. Para a autora, se assim o entendemos “somos obrigados a abandonar uma outra visão ingênua, a de que o discurso poderia ser analisado sem considerar o contexto de produção de sentidos” (2010, p. 109). Assim, a relação entre linguagem e exterioridade não apenas repercute no discurso, como o constitui. Para compreender o jornalismo como um lugar de circulação e produção de sentidos é necessário entender também que os sentidos são determinados por configurações ideológicas, que instam a construção de um discurso. De acordo com Benetti (2010, p. 112), uma formação discursiva é “aquilo que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode e não deve ser dito”. Dessa forma, a formação discursiva está amarrada a uma formação ideológica.

Considerando que o discurso jornalístico está relacionado ao seu contexto histórico e a ideologias que determinam a visibilidade ou o ocultamento de informações, Benetti e Jacks (2001) afirmam ainda que o jornalismo enquanto “espelho” do real não encontra nenhuma sustentação teórica. No entanto, as instituições jornalísticas seguem construindo sua imagem como capazes de um relato fiel dos fatos e da realidade – fazer com que o leitor acredite no mito da objetividade e na separação entre opinião e informação continua sendo fundamental para o jornalismo.

Para Manuel Carlos Chaparro (1998), a separação histórica do jornalismo em opinião e informação não é possível. O autor acredita que esta divisão é um falso paradigma, uma vez que o jornalismo não é dividido entre informação e opinião, mas construído na interação permanente desses dois elementos. Chaparro (1998) justifica sua posição explicando que dentro do dispositivo jornal não existem lugares exclusivos para a informação ou para a opinião e defende que o jornalismo é construído justamente através da interação entre eles.

A partir das discussões teóricas apresentadas anteriormente a respeito do jornalismo em relação com o contexto em que está inserido, Marques de Melo (2003) explica que admitir a existência dessas duas categorias de jornalismo – informativo e opinativo –, que correspondem ora ao relato dos fatos ora ao das ideias, “não significa absolutamente desconhecer que o jornalismo continua a ser um processo

social dotado de profundas implicações políticas, onde a expressão ideológica assume caráter determinante” (p. 25). Assim, sua classificação consiste em levar em consideração a intencionalidade principal dos relatos jornalísticos e suas peculiaridades estruturais. Dessa forma, a opção pela análise específica dos editoriais de um jornal resulta da compreensão desse dispositivo como o espaço dedicado à opinião institucional, o lugar onde está mais explícita a “voz do jornal” (BELTRÃO, 1980, p. 52), sem desconsiderar as discussões a respeito dos limites e aproximações entre informação e opinião.

Procedimentos teórico-metodológicos

A partir do problema de pesquisa e dos objetivos deste estudo foram selecionados os editoriais de aniversário do golpe ao longo da ditadura civil-militar com referência ao contexto socioeconômico brasileiro anterior à intervenção militar de 1964. Foram analisadas as edições desde o primeiro aniversário do golpe, em 1965, até o último, em 1984 e selecionaram-se, de acordo com o problema e a temática deste trabalho, seis editoriais para a análise final. Os editoriais de aniversário que compõem o *corpus* de análise possuem referência direta ao golpe civil-militar de 1964 e à situação econômica, política e social do país no período que antecedeu a intervenção militar. Para a construção da análise, optou-se por metodologias qualitativas e relacionadas aos estudos dos discursos, com a Análise de Discurso como aporte teórico-metodológico.

De acordo com Eni Orlandi (2009, p. 15) a “Análise de Discurso concebe a linguagem como a mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social”. A AD trabalha com o discurso inserido no mundo, na história, relacionando a linguagem à exterioridade. Dessa forma, a AD ajuda na problematização da interpretação de um discurso e contribui para percebermos que a neutralidade não existe – não existe discurso sem sujeito e tampouco existe sujeito sem ideologia (ORLANDI, 2009).

Para melhor sistematização da análise, os editoriais foram numerados de acordo com a ordem temporal e nomeados de acordo com o título, seguindo-se a abreviação E1, E2, E3 – Editorial 1, Editorial 2, Editorial 3 e assim por diante. Conforme explicado anteriormente, este trabalho é um recorte decorrente de um projeto maior que abrange diferentes categorias de análise para esses e outros editoriais de *Zero Hora* nos aniversários do golpe ao longo da ditadura civil-militar. Para melhor visualização da análise, serão grifadas em negrito algumas partes dos editoriais. A seguir, também podem ser observadas as miniaturas dos editoriais que compõem o *corpus* de análise:



Legenda: Da esquerda para a direita, primeira linha:

Editorial 1 – “Aniversário” – E1, *Zero Hora*, 31/03/1967, p. 4

Editorial 2 – “Os sete anos da Revolução” – E2, *Zero Hora*, 31/03/1971, p. 6

Editorial 3 – “Anos de restauração” – E3, *Zero Hora*, 30/03/1972, p. 4

Da esquerda para a direita, segunda linha:

Editorial 4 – “Figura tutelar” – E4, *Zero Hora*, 31/03/1973, p. 4

Editorial 5 – “11 anos de Revolução” – E5, *Zero Hora*, 31/03/1975, p. 4

Editorial 6 – “Certezas e esperanças” – E6, *Zero Hora*, 31/03/1976, p. 4

“Um país à beira do abismo”: os editoriais de Zero Hora em análise

O período conturbado político e economicamente que antecedeu o golpe civil-militar de 1964 é apontado como uma das razões para a deflagração da quebra constitucional que destituiu João Goulart da presidência do Brasil. A crise econômica e de crédito crescente, com altos índices de inflação, crescimento mínimo e endividamento

externo somava-se à instabilidade política e ideológica do país e favorecia os argumentos da direita e das classes conservadoras em favor de transformações profundas na política nacional. Nesse sentido, a grande imprensa, de maneira praticamente unânime, desempenhou um papel fundamental, expondo a situação econômica crítica do país, colocando-se contra o governo de Goulart e advogando pela necessidade de uma ruptura institucional. Passado o golpe, a postura de relembrar o passado econômico instável do país como uma justificativa para o “Movimento Revolucionário” ainda pode ser percebida. Na sequência, selecionamos algumas FDs dos editoriais de *Zero Hora* durante a ditadura civil-militar em que se evidencia essa situação.

No E1, de 1967, o golpe de 1964 é lembrado como um movimento em reação à “anarquia que se instaurava no país”. Nesse sentido, um dos princípios básicos que guiaram os “próceres distintos de articulações revolucionárias” era a cura da economia nacional, “dessangrada pela inflação galopante e pela corrupção generalizada”. No E2, de 1971, faz-se um apanhado de situações do contexto brasileiro antes do golpe, para em seguida confrontá-las com a modernização do país naquele momento. A seguir separamos alguns trechos que explicitam o contexto do Brasil governado por Goulart:

Éramos um arquipélago, formado por ilhas cuja intercomunicação se fazia pelos **métodos mais primitivos** (E2, *Zero Hora*, 31 de março de 1971, p. 6).

Pregava-se a reforma agrária confiscatória, a **distribuição pura e simples das terras. Fazer algo para melhorar a situação dos homens ligados à terra não se fazia**; tudo ficava **no plano dos manifestos e dos discursos** (E2, *Zero Hora*, 31 de março de 1971, p. 6).

Ao ter início o primeiro Governo da Revolução, a marinha mercante brasileira estava **em fase de desaparecimento**. Na navegação de longo curso dependíamos quase que exclusivamente de navios de bandeiras estrangeiras, cujos fretes **pesavam insuportavelmente na balança de pagamentos**. Na navegação de cabotagem, **o panorama ainda era mais triste, agravado pela deterioração** do aparelhamento portuário e pelas demagógicas vantagens concedidas ao pessoal (E2, *Zero Hora*, 31 de março de 1971, p. 6).

Nesse editorial há marcas que remetem ao fato de a comunicação no país no período pré-golpe ser arcaica, que se fazia através dos “métodos mais primitivos”. O E2 critica ainda o posicionamento de Jango, que propôs as reformas de base em seu governo, inclusive a agrária, e qualifica-a como uma “distribuição pura e simples de terras”. Além disso, acrescenta que o governo nada fazia para “melhorar a situação dos homens ligados à terra” e que todo o planejamento e as propostas de melhorias e desenvolvimento de Goulart ficavam “no plano dos manifestos e dos discursos”. A fim de não deixar dúvidas a respeito do estado caótico e triste do governo anterior ao golpe, ZH ainda lista outros exemplos: a marinha mercante “em fase de desaparecimento”, a dependência de navios estrangeiros para a navegação de longo curso, “cujos fretes pesavam insuporta-

velmente na balança de pagamentos”, e o panorama “ainda mais triste” da navegação de cabotagem, devido à deterioração dos portos.

Somam-se a esses problemas, outros que o E2 também descreve. Sobre a inflação à época de Goulart, ZH afirma: “Em 1964, o Brasil defrontava-se com um processo inflacionário galopante”. A respeito do crescimento econômico nacional e do crédito externo, lembra: “O produto nacional crescia em proporção inferior ao aumento da população; regredia a economia; o crédito externo era nulo”. Sobre os créditos externos durante o governo de João Goulart, o E2 ainda recorda do “caráter humilhante dos pedidos de socorro anteriormente comuns”.

O E3, de 1972, também visibiliza algumas dessas questões, como a crise do comércio marítimo – “não tínhamos mais marinha mercante” – e a reforma agrária – “a agricultura e a pecuária eram ameaçadas por uma reforma agrária de propósitos demagógicos”. Além desses, distingue as elevadas taxas de inflação da época, as “greves e arruaças” organizadas por grupos reconhecidamente de esquerda e a crise de crédito que atingia o país:

Fazem parte de **um passado que se afigura distante**, na curta memória das massas, aqueles dias em que **a inflação era estimada à taxa de 12% mensais**. Como fazem parte do passado aqueles dias em que **não se contavam as horas de trabalho, mas as consumidas em greves e arruaças**. E também merecem apenas algumas linhas de história os dias em que o **crédito externo do país descera a zero**, em que **empréstimos eram negociados de chapéu à mão** para cobrir obrigações decorrentes dos juros de operações vencidas (E3, *Zero Hora*, 30 de março de 1972, p. 4).

Nesse trecho do E3, destacamos ainda dois exemplos onde se utilizam expressões para intensificar o “caos” da época. Na primeira expressão utilizada por ZH, afirma-se que nos dias anteriores ao golpe “não se contavam as horas de trabalho, mas as consumidas em greves e arruaças”. E na segunda, soma-se à afirmação de que o crédito externo do país descera a zero, a expressão que reforça isso – os empréstimos eram “negociados de chapéu à mão” –, o governo tinha de implorar créditos e submeter-se às condições dos credores. Dessa forma, não restam ao leitor dúvidas das proporções da crise econômica que atingia o país e da ineficiência do governo Goulart para controlá-la ou superá-la. Para reforçar a insustentabilidade da situação brasileira durante o governo de Goulart, ZH afirma claramente que “nunca o Brasil esteve tão à beira do abismo, para usar a imagem consagrada”. Dessa forma, ZH demarca seu posicionamento editorial e mostra aquilo que deseja que os leitores saibam (MOUILLAUD, 2002).

Frente à situação caótica em que se encontrava o país, o golpe é visto como uma necessidade e, mais que isso, inevitável. Assim, tão logo assumiu o general Castelo Branco, em 1964, era necessária uma “atuação enérgica, cirúrgica mesmo, tanto no campo político quanto no setor da economia e das finanças”. É o que afirma o E4, de 1973,

que também reforça a crise econômica brasileira no governo Goulart: “tão grave era, à época, a situação do país que Castello Branco, em que pesasse a sua natural discrição, afirmou ser ‘síndico de massa falida’”.

Sobre essa questão, também no E5 *Zero Hora* corrobora a importância dos militares nesse contexto que, “vencendo toda uma série de óbices herdados de administrações anteriores” conseguiram assegurar o desenvolvimento econômico e o progresso do país. Afirma ainda no E5 que “mesmo os mais acirrados adversários serão obrigados a reconhecer que marchávamos aceleradamente para o caos econômico e social” quando a intervenção militar de 1964 “recompôs as esperanças” da maioria da população.

No E6, de 1976, caracteriza-se o passado anterior ao golpe como um “tempo do subdesenvolvimento sem esperança”. O E3 também relaciona o “Movimento Revolucionário” e a instauração do novo governo ao fim de dias de “desânimo e descrença” da população em relação aos destinos do país. Ainda nesse editorial, observamos a seguinte FD:

O governo de então **sequer se pode dizer que tenha sido derrubado**; na verdade, **dissolveu-se**; quem ameaçava céus e terras à noite de 13 de março de 1964, tomou com **rapidez insuspeitada o rumo do exílio** (E3, *Zero Hora*, 30 de março de 1972, p. 4).

O trecho acima afirma que o presidente Goulart não foi derrubado – “na verdade, dissolveu-se”. Com isso o editorial prega a legitimidade do governo instaurado a partir dessa “dissolução”, uma vez que, subentende-se, o movimento revolucionário não se utilizou de força e o próprio presidente teria saído de cena, tomando “com rapidez insuspeitada o rumo do exílio”. Infere-se que João Goulart “fugiu” para o Uruguai, abandonando o país e deixando-o ao comando dos militares. ZH “esquece” de dizer que, ainda na madrugada do dia 2 de abril, mesmo com Jango ainda em território nacional, o senador presidente do Congresso ignorou o fato e declarou, de maneira inconstitucional, a vacância da presidência da República. ZH afirma que o presidente teria abandonado o país, rumo ao exílio, reforçando a impressão de que os militares assumiam em benefício da população, como se esta fosse a única atitude possível naquele momento para enfrentar a crise econômica, política e social que atingia a nação.

Passados vários anos após o golpe civil-militar e com a ditadura já instaurada, ainda era importante para o periódico continuar lembrando a população brasileira da situação caótica em que se encontrava o país governado por Goulart e ressaltar que essa situação era insustentável e levaria o país ao abismo. ZH, por meio de seus editoriais, fez questão de recordar a população desse passado, ao mesmo tempo em que listava uma série de benefícios e progressos que a “Revolução” trouxe para o Brasil, colocando as Forças Armadas como agentes da salvação de um país em colapso econômico e social. A comparação entre os tempos frutíferos da época dos editoriais com um tempo anterior de “desesperança”, “descrença” e “desânimo” funcionava como uma forma de legitimação do golpe e da ditadura civil-militar deflagrada por ele.

Considerações finais

Nota-se que para ZH não bastava mostrar as conquistas da “Revolução”, era necessário evidenciar a ineficiência de um governo identificado com o populismo de Vargas e visibilizar a crise econômica, social e política do país antes do golpe. Além disso, a publicação dos editoriais servia para reforçar a insustentabilidade da situação à época, fazendo com que o golpe fosse visto como inevitável, e mais do que isso, como um desejo e uma necessidade da maioria da população brasileira. Dessa forma, o posicionamento observado nos editoriais de ZH demonstra estar de acordo com a ideologia vigente no período, lembrando as discussões de Marques de Melo (2003) sobre a direção ideológica da mídia em refletir também a visão da sociedade em que ela está inserida.

A legitimação do golpe de 1964 e da ditadura civil-militar instaurada a partir dele fica evidente através da presente análise. Quando *Zero Hora* afirma em seus editoriais que o “Movimento Revolucionário de Março” era “necessário” frente a um governo ineficiente, que levava o país ao caos econômico e social e ainda ressalta que a situação era insustentável e que levaria o país ao abismo, nota-se que o jornal legitima a intervenção militar. Também é legitimada a quebra da constitucionalidade quando as Forças Armadas são apresentadas como a salvação para um país em colapso econômico e social e quando se coloca o golpe de 1964 como um “anseio da população”, ao qual os militares souberam “interpretar” e atender ao pedido. Através da análise dos discursos dos editoriais de *Zero Hora*, infere-se que o jornal contribuiu para a legitimação do golpe de 1964 e da ditadura civil-militar instaurada com ele, o que, por sua vez, aponta para um alinhamento ideológico entre a instituição jornalística ZH e o regime ditatorial.

Referências

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

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BENETTI, Marcia. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3. ed. Petrópolis, RS: Vozes, 2010.

BENETTI, Marcia; JACKS, Nilda. O discurso jornalístico. In: **X Compós** – Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília, 2001. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1217.pdf>. Acesso em: 29 out. 2013.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Jornalismo não se divide em opinião e informação. In: CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d’Aquém e d’Além Mar – Percursos e Gêneros do Jornalismo Português e Brasileiro**. Jortejo Edições, Santarém (Portugal), 1998.

GUARESCHI, Pedrinho A.; RAMOS, Roberto. **A Máquina Capitalista**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo:** gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. rev. e ampl. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

MOTTA, Diego Airoso da. **Os direitos humanos no Jornal Nacional e no Diário Gaúcho: Entre a dominação e a emancipação.** 34º Encontro anual da ANPOCS – Direitos humanos, políticas e diversidade cultural.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido.** 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

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

SKIDMORE, Thomas E. **Brasil: de Getúlio a Castello (1930-1964).** São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

Núcleo 31 de Março (1967/2014): planejamento didático-pedagógico para analisar o papel desempenhado pela imprensa regional durante a ditadura¹

Ben-Hur Demeneck²
André Luis Rosa e Silva³

Resumo: o texto propõe a aplicação de jornal na escola como recurso para discutir a cidadania no contexto dos 50 anos do golpe militar no Brasil. Em se tratando de história da mídia impressa, a questão dos nomes de logradouros públicos demonstra quanto a luta ideológica da ditadura foi uma constante também fora das capitais. O exercício permite avaliar como a imprensa serviu de meio de propaganda ou como fez um contraponto a esse discurso interessa tanto à escola quanto à universidade e à redação. Este artigo complementa trabalho apresentando no VIII Encontro Nacional da Rede Alcar, em 2011, “Major, viemos pagar o aluguel...” em que é narrada a história de um núcleo habitacional “31 de Março”, inaugurado e nomeado logo no terceiro aniversário do golpe. Embora o jornalismo seja campo ora de aproximação, ora de tensão da cidadania, nele se travam lutas sociais como a do direito à verdade e à memória. Especialmente por conta da Comissão Nacional da Verdade, instalada em 2012, cresceu a visibilidade midiática de episódios e de personagens identificados ao regime de exceção mantido entre 1964/1985. O lançamento de obras artísticas e científicas a respeito dessa época responde ao interesse público em saber mais dos anos de chumbo. Portanto, aplicar um plano de aula envolvendo política e história, permite contextualizar a imprensa que tivemos e a contrapor com aquela que temos e com aquela que queremos ter a fim de usufruirmos a cidadania em toda a sua extensão de direitos.

Palavras-chave: 31 de Março, Imprensa regional, Direito à verdade, Plano de aula, Jornal na Escola.

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Impressa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 Doutorando em Ciências da Comunicação pelo PPGCOM da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), pesquisador bolsista pela CAPES. É mestre em Jornalismo (UFSC, 2009). Contato: <b.demeneck@usp.br>.
 - 3 Professor de Língua Portuguesa e Literatura. Mestre em Educação pela UEPG, é consultor de planos de aula da revista Nova Escola e colaborador da revista Profissão Mestre. E-mail: <andrerosae@gmail.com>.

1. Introdução

O dia 31 de Março de 1964 foi uma data considerada especial pelo regime militar por representar a deposição do presidente João Goulart – para efeito de exatidão seria mesmo o 1º de Abril, mas por ser este o “dia da mentira” foi negligenciado como aniversário.

Fato é que o “31 de Março” se espalhou pelos logradouros brasileiros durante os 21 anos do regime de exceção, em extensa lista. O presente artigo irá propor um planejamento pedagógico para abordar temas de cidadania entre alunos de ensino médio e mesmo de ensino superior.

Convém assinalar que a questão das homenagens feitas à ditadura em nomes de logradouros serve tanto para analisar a história da mídia impressa quanto para demonstrar, diante da efeméride de 50 anos do golpe militar, que a permanece realidade longe do discurso de que no interior brasileiro não se travou uma guerra ideológica por corações e mentes.

Em geral, essas homenagens são auto-homenagens como é o caso do núcleo “31 de Março”, localizado na cidade de Ponta Grossa (120 km de Curitiba, com cerca de 350 mil habitantes). O conjunto foi inaugurado em 1967, no terceiro aniversário do golpe com aproximadamente 1.000 casas. E uma de suas ruas se chama “Sargento Carlos Argemiro de Camargo”, um dos elos para explicar o ciclo de autorreferências por ser um herói fabricado pelos militares.

Para saber aos detalhes desse “31 de Março”, o leitor está convidado a procurar os anais do VIII Encontro Nacional de História da Mídia para baixar o artigo “Major, viemos para pagar o aluguel: um núcleo habitacional com o caso de homenagem e auto-homenagem do regime militar a partir de diários de 1967 e de 2010 a opinião pública de 25 anos de democracia” (DEMENECK & OLIVEIRA, 2011).

Para países interrompidos por ciclos ditatoriais, como o Brasil, um tema de auto-homenagem promovido por um regime autoritário pode sintetizar o câmbio de papéis do jornalista e da imprensa, permitir reflexões sobre cidadania dentro de democracias em consolidação.

2. História da Imprensa e direito à verdade

Nos anos 2010, A Comissão Nacional da Verdade representa um esforço em assegurar ao brasileiro o direito à verdade e à memória e a ação tem começado a dar frutos. Portanto, o ato de questionar esses símbolos autoritários serve como exercício de cidadania, de participação política.

O jornalismo (e a imprensa, em especial), é um campo privilegiado de observação porque nele se manifestam e se silenciam lutas sociais travadas dentro do sistema capitalista desde a modernidade. A relação entre jornalismo e cidadania ora se dá por

aproximações, ora por tensionamentos. Afinal, os meios jornalísticos dispõem de uma dupla natureza. Embora sejam empresas, promovem direitos sociais na medida em que são pressionados por indivíduos, grupos ou instituições.

O direito à memória e à verdade são direitos sociais em crescente visibilidade na pauta midiática. Ao se desvendar a história do Sargento Camargo, tem-se a informação de que ele foi um dos primeiros militares mortos em exercício de repressão, em março de 1965. Apenas dois meses passados de sua morte, ganha projeto de lei para virar nome de rua. Sargento Camargo era ponta-grossense.

A trama entre imprensa regional e a ação do regime de exceção sobre cidades periféricas apenas começa para quem esquadrinhar os arquivos públicos. Ou seja, um simples nome de rua serve não só ao jornalista, mas ao professor que quiser colocar seus alunos diante de uma atitude interpretativa da história e da política do século XX.

Uma consulta à enciclopédia digital Wikipédia permite demonstrar que a história de Argemiro alcançou diferentes regiões brasileiras. O militar é lembrado nesses logradouros e espaços públicos:

- Rua Sargento Carlos Argemiro Camargo, Ponta Grossa, Paraná
- Colégio Estadual Carlos Argemiro Camargo, Capitão Leônidas Marques, Paraná
- Escola Sargento Camargo, Recife, Pernambuco
- Rua Carlos Argemiro Camargo, Vila Militar, Fortaleza, Ceará
- Rua Carlos Argemiro Camargo, Blumenau, Santa Catarina
- Av. Carlos Argemiro Camargo, Sgt, 96, Anil, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro
- Rua Tenente Camargo, Francisco Beltrão, Paraná

No Brasil, a discussão acerca da memória vai ao encontro do período de exceção 1964-1985, sob o qual estão silenciadas diversas histórias sob a forma de proteção de arquivos públicos considerados secretos e mecanismos jurídicos em favor de uma Lei da Anistia que garantiu a impunidade aos crimes praticados pelo Estado. Portanto, contextualizar as referências ligadas ao regime favorece a prática democrática.

Ponto a se colocar em questão não é apenas a reparação simbólica mais direta, aquela que restitui a reputação de perseguidos políticos e a que faz ver o lado obscuro dos heróis de ocasião, mas também a que procura criar um contraponto às histórias consolidadas pelo regime. Por exemplo, no caso de haver uma vila “31 de Março”, procurar que seja construído em sua praça um monumento a Vladimir Herzog.

A prática do direito está contida na atualidade, àquilo que é vigente. Conforme esclarece o jurista italiano Norberto Bobbio, “uma coisa é um direito; outra, a promessa de um direito futuro” (1992, p. 83). E o direito à verdade acabou se constituindo um direito social. Seguindo a classificação do autor de “A era dos direitos”, há os direitos civis, os políticos e os sociais.

O direito civil é aquele que protege o cidadão do poder do Estado; o direito político é o que estabelece os mecanismos de participação no Estado e os direitos sociais são

aqueles a serem garantidos pelo Estado (BOBBIO, p. 128). Curiosamente, a luta pelo direito à memória e à verdade passa por um embate jurídico numa tradição de formar leis inclusive para arbitrariedades.

O decreto 20.493/1946 dispunha sobre o trabalho do censor. Profissão regulada por lei cujo ingresso se dava por concurso público. Para se candidatar, era preciso apresentar “diploma devidamente registrado de conclusão de curso superior de Ciências Sociais, Direito, Filosofia, Jornalismo, Pedagogia ou Psicologia” (KUSHNIR, 2004, p. 103). Esse aparato jurídico só caiu com a Constituição de 1988.

Fator igualmente interessante é considerar que durante o período militar é que se deram condições para o surgimento do capitalismo tardio no Brasil, o que propiciou que a indústria cultural se estabelecesse como ficou evidente com o movimento tropicalista (RIBEIRO, 1994).

3. *Ditadura contada em livros e filmes*

A considerar o ano de 2012, com o estabelecimento da Comissão Nacional da Verdade, houve avanços simbólicos e esse processo não se deixa de acompanhar por um interesse de pesquisadores e de artistas pelo tema da memória do país relativa aos “anos de chumbo”, basta perceber o número e a qualidade de produções bibliográficas e cinematográficas sobre o tema considerando os últimos três anos.

Muitas produções artísticas e científicas procuram preencher as lacunas de conhecimento existentes durante esse hiato democrático de 21 anos. Elas respondem à demanda social por esclarecimentos referentes à política nacional, mas também regionais. O direito à verdade se configura, pouco a pouco, cultura e juridicamente num direito social procurado e “consumido”.

Seguem duas tabelas com amostras de livros e filmes produzidos nos últimos três anos, a ponto de começar a ser difícil acompanhar tantos lançamentos:

Tabela 1: Amostra de filmes lançados em 2012 em contexto à ditadura

Cara ou Coroa (Ugo Giorgetti, 110 min, 2012).

Sinopse: uma peça do dramaturgo alemão Bertold Brecht é o fio condutor da história de um grupo de jovens atores em 1971, durante o regime militar no Brasil. Com foco no velho embate entre esquerdistas e militares, o filme traz a história de uma garota que precisa abrigar dois prisioneiros políticos em sua casa, escondendo a dupla da vigília do avô, um general na reserva avesso a comunistas. Elenco: Walmor Chagas, Otávio Augusto, Emilio de Mello, José Geraldo e Julia lanina.

Marighella (Documentário de Isa Grinspum Ferraz, 107 min., 2011)

Sinopse: o documentário conta a história do líder comunista e parlamentar Carlos Marighella sob a ótica de Isa Grinspum Ferraz, sua sobrinha. Autor do “Manual do Guerrilheiro Urbano”, ele foi considerado o inimigo número um da ditadura militar. Além de trazer imagens de arquivo, o longa conta com depoimentos da viúva de Marighella, Clara Charf, e de intelectuais como Antônio Candido. Vozes: Lázaro Ramos.

Uma Longa Viagem (Documentário de Lucia Murat, 97 min., 2011, estreia 11/05/2012)

Sinopse: o longa mistura documentário e encenação para recriar as viagens que o irmão da cineasta, Heitor, fez entre 1969 e 1978, quando foi enviado ao exterior pela família para evitar que se envolvesse com a luta armada contra a ditadura. O documentário é construído a partir das cartas que Heitor enviou a família durante esses nove anos, encenadas por Caio Blat, contrapostas a depoimentos do personagem real e a comentários da cineasta sobre sua vivência da época, em que se envolveu com a resistência à ditadura e acabou sendo presa. Elenco: Caio Blat.

Tropicália (Documentário de Marcelo Machado, 100 min., 2012)

Sinopse: Marcelo Machado revisita o movimento da Tropicália em documentário homônimo, cinquenta anos após o auge dos artistas que mudaram a configuração da cultura brasileira e foram interrompidos pela ditadura militar. Com um recorte entre os anos de 1967 e 1969, o filme conta com relatos e imagens inéditas de figuras centrais no movimento como Caetano Veloso e Gilberto Gil.

Fonte de informações das sinopses: UOL Cinema

Tabela 2: Amostra de livros nos três últimos anos em contexto à ditadura

Marighella – o Guerrilheiro Que Incendiou o Mundo (Mário Magalhães, Cia das Letras, 2012, 792 p.).

Sinopse: O jornalista Mário Magalhães reconstitui a trajetória do legendário revolucionário Carlos Marighella, militante do Partido Comunista Brasileiro e fundador do maior grupo armado de oposição à ditadura militar (1964-85). Passagens pela prisão, resistência à tortura, assaltos a bancos (e a um trem pagador), tiroteios, espionagem internacional, tudo é apresentado em ritmo de thriller, com revelações desconcertantes.

Memórias de uma Guerra Suja (Cláudio Guerra, Marcelo Netto, Rogério Medeiros; Topbooks, 2012, 292 p.).

“Memórias de uma Guerra Suja” revela os bastidores de uma parte do trabalho de destruição da esquerda brasileira durante os anos 1970 e início dos 1980. É o depoimento, em primeira pessoa, de um ex-delegado do Dops que foi o principal agente de um grupo de militares fora da cadeia de comando oficial das Forças Armadas.

Política dos quartéis: revoltas e protestos de oficiais na ditadura militar (Maud Chirio, Editora Jorge Zahar).

Sinopse: narra a história política da ditadura militar brasileira, desde os antecedentes do golpe de 1964 até o final dos anos 1970, com o diferencial de reconstituir os acontecimentos a partir do olhar da oficialidade. Descrevendo suas trajetórias e redes, seus modos de organização e ação, suas convicções e estratégias de protesto, a autora mostra que as dissidências militares no interior das Forças Armadas não se resumem a uma pequena história ao lado da grande – esta, protagonizada por generais. Muito ao contrário, a análise dessas dissidências permite compreender a própria evolução do regime, com sua progressiva militarização e seu fechamento repressivo nos anos 1970.

K (Bernardo Kucinski, 2011, 177 p.).

Sinopse: em 1974, durante a Ditadura, um jovem casal desaparece sem deixar o menor sinal. Após buscas incansáveis e muito sofrimento, descobre-se que eles eram militantes da resistência e tinham sido sequestrados, torturados e assassinados. O senhor K., o protagonista, fica dilacerado em seu amor paterno e sente-se culpado por não ter percebido o que acontecia com a filha, justo ele que também fora um resistente judeu na Polônia

Resistência e Repressão: censura a livros na Ditadura Militar (Sandra Reimão, Edusp, 2012, 184 p.).

Sinopse: este livro aborda a censura oficial à cultura e às artes e, especificamente, a livros de ficção de autores brasileiros durante a Ditadura Militar Brasileira. O estudo dos atos censórios do Departamento de Censura e Diversões Públicas (DCDP) em relação a livros nos possibilita delinear alguns elementos dos mecanismos de censura e também refletir sobre a repercussão desta censura no universo da produção da cultura brasileira. Inicialmente, Sandra Reimão traça um panorama histórico da atuação censória nos governos militares em relação à cultura, às artes e aos livros em particular.

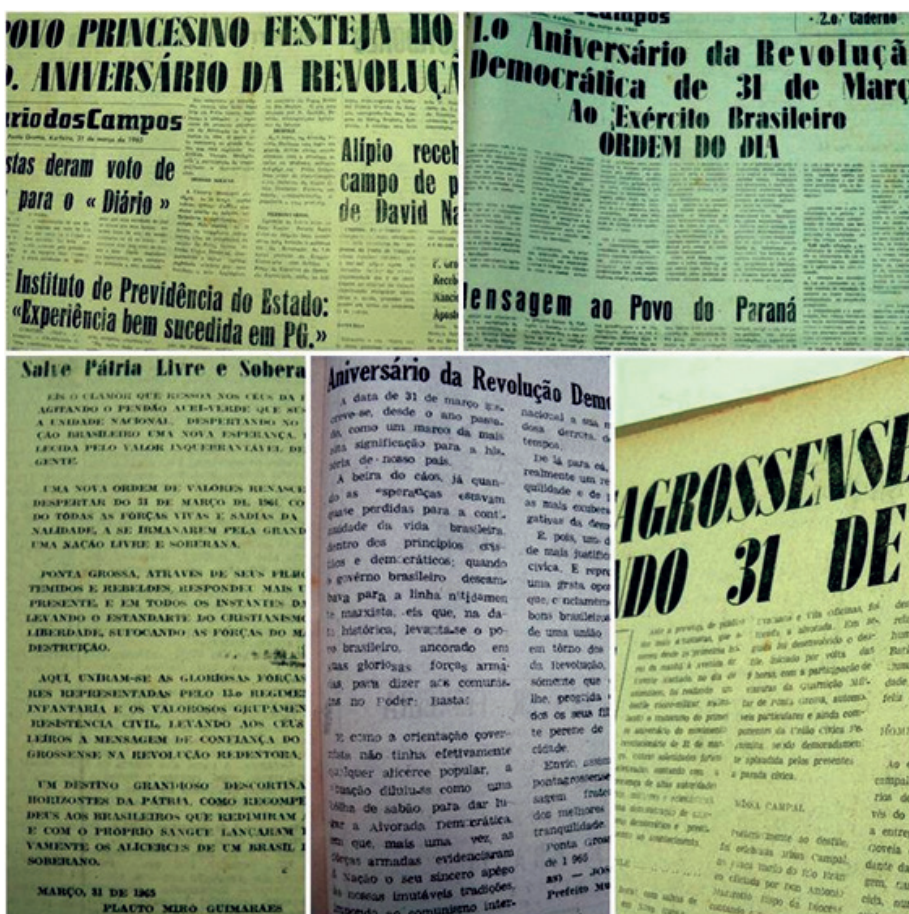
Fonte das sinopses: portal virtual da Livraria da Folha e o da Livraria Cultura.

4. Imagens de arquivo da Imprensa Regional

Seguem umas fotografias de material de arquivo a fim de oferecer subsídios para o planejamento pedagógico proposto neste artigo que, embora remeta ao plano nacional, finca pé na questão das cidades médias e pequenas, via de regra negligenciadas na imprensa.

Todas as imagens de jornal foram recolhidas por Ben-Hur Demeneck no Museu Campos Gerais e na Casa da Memória de Ponta Grossa e se referem a edições do Jornal da Manhã (fundado em 1954) e do Diário dos Campos (fundado em 1907).

A) 31 de Março de 1965 – o primeiro aniversário do golpe militar



(a) “Povo princesino festeja hoje 1º aniversário da Revolução” – CAPA;

(b) “1º Aniversário da Revolução Democrática de 31 de Março:

Ao Exército Brasileiro – Ordem do Dia” – 2º Caderno;

- (c) “Salve Pátria Livre e Soberana”. Texto de autoridade local, Plauto Miró Guimarães;
- (d) “Aniversário da Revolução Democrática”. Texto do então prefeito José Hoffmann;
- (e) “Povo pontagrossense vibrou comemorando 31 de Março”.

As fotografias são de páginas do jornal Diário dos Campos. As quatro primeiras imagens são de uma edição que circulou a 31 de março de 1965, apenas a última é que é de 2 de abril. As imagens (b), (c) e (d) estão na mesma página, a primeira do segundo caderno. O texto representado em (e) alude à repercussão das comemorações.

B) 31 de Março de 1967 – terceiro aniversário do golpe militar



- (a) “Nação comemora III Aniversário da Revolução” (31/03/1967)
- (b) “Rua Sargento Carlos Argemiro de Camargo” (2006)
- (c) “Gal. Carmo: Sarg. Camargo sobe ao Panteon da gratidão do povo” (02/04/1965)
- (d) “PG recebe hoje casas da COHAB” (31/03/67)
- (e) Ônibus linha “31 de Março” (2006)

5. Plano de aula (*Ensino Médio*)

A revisão acerca dos 50 anos do golpe militar, que instaurou a última ditadura no Brasil, pode estimular discussões e debates sobre as instituições democráticas e seu papel na consolidação dos direitos fundamentais dos cidadãos. Esse tema é sempre bastante pertinente para ser utilizado como parte de planejamento didático-pedagógico na escola e permite a realização de atividades transdisciplinares – que envolvam, por exemplo, história, produção de textos, geopolítica, sociologia, filosofia – pode servir como um instrumento para fazer emergir o debate fundamental a respeito do papel do Brasil no mundo contemporâneo.

Essa discussão passa, necessariamente, pelo entendimento de que, sem o fortalecimento das instituições democráticas (sejam as eleições e o direito ao voto, a liberdade de escolha no campo político-partidário e ideológico, as instituições jurídicas, as instituições educacionais, e também, as organizações populares e movimentos sociais), nosso país não conseguirá se estabelecer enquanto nação determinante, cultural, política e economicamente, no século 21.

Nas ditaduras, o debate e a discussão de ideias e pontos de vista não é livre, e é sempre dirigido e determinado pelos governantes. Porém, somente através da multiplicidade de ideias, propostas, pontos de vista e manifestações livres de pensamento é possível que um povo tenha clareza de que a democracia é, com todos os seus defeitos e limitações, o sistema político que pode garantir o acesso pleno aos direitos fundamentais e o desenvolvimento integral de qualquer nação.

Para isso, como síntese ao texto que ora se apresenta neste congresso, sugerimos proposta de atividades dirigidas ao trabalho com alunos do Ensino Médio, fazendo uso de conceitos como o uso do jornal na escola, do debate como estímulo à produção de textos argumentativos e de pesquisa histórica.

5.1 Objetivos

- a) Analisar a origem do voto e das eleições como instrumentos de participação popular ao longo da história.
- b) Identificar monumentos, logradouros e locais públicos que tenham recebido nomes referentes ao Golpe Militar de 1964.
- c) Pesquisar sobre os projetos de lei que nomeiem logradouros e locais públicos.
- d) Ler textos jornalísticos que debatam sobre a legitimidade da nomenclatura que homenageie fatos históricos da Ditadura Militar.
- e) Produzir textos opinativos e argumentativos, em forma de dissertação, sobre o tema.

5.2 Materiais necessários

Textos jornalísticos selecionados sobre o tema. Máquina fotográfica para registrar placas indicativas de topônimos.

5.3 Avaliação

Ao final da sequência, avalie se os alunos foram capazes de compreender a o voto e as eleições como instrumentos de participação popular e de solidificação da democracia; se conseguiram identificar em suas cidades monumentos e logradouros que façam referência aos fatos históricos da Ditadura Militar; produzir dissertações dentro das normas, em linguagem formal, a respeito da temática proposta.

5.4. Conteúdos

As eleições

Através do viés histórico, é possível abordar a origem das eleições, a influência do pensamento Iluminista na organização da democracia participativa, o conceito de democracia criado a partir da independência dos EUA e a ideia das eleições como um evento em que a participação e a vontade popular, expressos através do voto universal, devem ser respeitadas.

É possível utilizar destes conceitos como ponto de partida para o debate acerca de serem ou não as eleições e o voto universal um sistema realmente participativo. Em diversos momentos da história, no Brasil – e em outras partes do mundo – não foram incomuns as fraudes eleitorais, a lista de voto aberto, o chamado “voto de cabresto” (em que o eleitor é coagido a votar em determinado candidato apoiado por seu patrão ou chefe regional, nem sempre manifestando sua vontade individual), a compra de voto, as eleições indiretas (que em diversos períodos definiram os ocupantes de cargos públicos), entre outras práticas não democráticas.

As eleições no Brasil nem sempre foram diretas. Durante a República – durante os anos 1891, 1933, 1964, 1966, 1969, 1974, 1979 e 1984 –, os presidentes foram escolhidos por meio de um colégio eleitoral, composto por membros da elite política, social ou econômica.

Uma abordagem específica para contextualizar essas datas e explorar os motivos que levaram a eleições indiretas (em geral, golpes militares e revoluções políticas), e as consequências sobre as decisões político-administrativas tomadas a partir da concentração do poder e exclusão do voto popular.

É possível, então, abordar diretamente o tema do artigo – de que forma a ditadura militar utilizou de seu poder coercitivo e centralizador para prestar “homenagens” através da nomenclatura de logradouros, bairros, monumentos que faziam referência

aos acontecimentos ligados ao golpe. Demonstre que a nomeação de locais públicos e a construção de marcos ou monumentos funciona como forma de exaltar tais eventos, e através disso, estabelecer uma visão unilateral dos acontecimentos históricos como cânone.

Indique aos alunos que pesquisem logradouros, ruas, praças, bairros em sua cidade ou em locais de seu conhecimento que façam referências ao Golpe Militar de 1964. Após essa coleta de dados, peça que continuem a pesquisa, buscando informações sobre os acontecimentos homenageados. Finalize pedindo a eles que escrevam um texto opinativo, em forma de dissertação, expondo suas opiniões: está correto homenagear acontecimentos históricos ligados a ditaduras? Os nomes dos monumentos ou logradouros exprimem a verdade a respeito dos fatos ou pessoas homenageados? É lícita a iniciativa de debater a respeito da mudança desses logradouros? Em caso positivo, que personagens ou acontecimentos históricos devem ser usados para nomear os locais?

A participação popular

A discussão pode avançar sobre os aspectos da democracia. O instrumento mais importante de um regime democrático é o voto universal. Sugira uma pesquisa sobre o voto como expressão da vontade popular: suas origens como sistema de participação popular nas decisões remontam aos primeiros clãs e organizações sociais.

A história aponta a democracia ateniense como o primeiro sistema a utilizar de eleições para decidir questões administrativas e operacionais do estado. No século de Péricles (século V a.C.), Atenas dava o direito ao voto a cerca de 1/5 de sua população (somente homens livres e nativos podiam votar). As votações nessa época eram públicas, e o votante deveria anunciar em voz alta sua opinião – o que por vezes gerava confusões e divergências. O voto secreto foi ideia dos romanos, que no século II d.C. criaram o sistema de urna onde os votos eram depositados.

O voto também fez parte das monarquias: os príncipes do Sacro Império Germânico recorriam à prática para definir quem seria o monarca. O voto, entretanto, até o século XIX não era compreendido como um sistema universal que incluísse a maioria da população. Somente alguns membros de elites – cuja configuração variava de sistema para sistema – podiam votar. Em geral, mulheres, jovens e adolescentes, cidadãos estrangeiros ou de minorias étnicas (ou de majorias étnicas subjugadas ou escravizadas), deficientes físicos, analfabetos, escravos e apenados não podiam votar.

No Brasil, somente na década de 1930 o voto foi considerado universal – pela primeira vez, as mulheres puderam ter seus nomes incluídos nas listas de votantes. Sobre esse aspecto, é interessante abordar o tema das chamadas “Ladies Suffragetes”: movimento feminista do início do século passado, que pedia o direito de voto às mulheres e até hoje é considerado um símbolo das primeiras manifestações em prol dos direitos

das mulheres. Outro aspecto interessante é tentar compreender o voto como um direito e também uma obrigação.

No Brasil, desde a chamada “redemocratização” (fim da ditadura militar e implantação das primeiras eleições diretas em duas décadas, a partir da década de 1980), a Constituição de 1988 instituiu o voto como um “dever e um direito”, assegurando ao cidadão o voto secreto, e estendendo o direito de votar a analfabetos, índios, mulheres, maiores de 16 anos (até os 18, o voto é facultativo, e após os 70, passa a ser facultativo também, assim como os analfabetos e indígenas não são obrigados a votar).

Questione os alunos se é possível considerar democrático um sistema que obriga seus cidadãos, sob pena de multa, perda de direitos políticos e sociais, a inscrever-se a votar. Vários países no mundo, inclusive alguns vizinhos do Brasil (como a Venezuela e o Chile), não utilizam o voto compulsório como parte de seu sistema eleitoral. Países como os EUA, o Canadá, a Líbia, a Áustria, Itália, França, Japão também não obrigam seus cidadãos a votarem.

Como referência ao artigo, peça aos alunos que reflitam sobre a validade/ necessidade de submeter ao escrutínio popular a nomeação de logradouros, monumentos, praças, bairros e ruas. Lembre-os que essa é uma atribuição, nos municípios, da Câmara de Vereadores. E não é incomum imaginar que o trabalho de um vereador resume-se a nomear ruas, praças e logradouros.

Estimule os alunos a averiguar os projetos de lei que dão nome a logradouros em sua cidade, e quais vereadores fazem isso com mais frequência. Peça que acompanhem o trabalho de um ou mais vereadores, e que pesquisem se os projetos apresentados contemplam outras demandas, além da nomeação de logradouros públicos.

Como síntese do trabalho, promova debates a respeito da política como parte da formação do cidadão e do estudante. Se considerar pertinente, convide políticos com mandatos ou candidatos de diferentes tendências a participar de conversas com alunos e professores. Peça que os alunos produzam um texto sob o tema: “A democracia brasileira e os 50 anos do Golpe Militar de 1964”.

6. Conclusão

A questão dos nomes de logradouros públicos demonstra como a luta ideológica da ditadura foi uma constante também fora das capitais. Avaliar como a imprensa serviu de meio de propaganda ou como fez um contraponto a esse discurso interessa tanto à escola quanto à universidade e às redações.

A Comissão Nacional da Verdade foi uma das responsáveis por dar visibilidade a temas que passavam despercebidos nas pautas dos grandes diários nacionais. Os trabalhos desse grupo conseguiram colocar na ordem do dia temas como: a) torturados, mortos e desaparecidos no regime militar; b) a Guerrilha do Araguaia; c) a Operação

Condor; d) as violações de direitos de indígenas e, no campo; e) O papel da igreja durante a ditadura; f) A perseguição a militares que se opuseram ao regime, entre outros.

Ao fim do 35º Congresso Nacional dos Jornalistas foi lançada a Carta de Rio Branco (11/2012). Ela indicava o interesse dos profissionais da informação em recuperar histórias do regime de exceção. O documento destaca o posicionamento dos jornalistas brasileiros quanto ao direito à memória e à verdade, textualmente afirma que “os jornalistas somam-se ao esforço de resgate da dívida histórica para com aqueles que foram vítimas de violências praticadas pelo Estado Brasileiro quando sob domínio da ditadura militar”.

Portanto, a contribuição desse artigo passa por um planejamento pedagógico que prevê o debate como estímulo à produção de textos argumentativos envolvendo a pesquisa histórica, inclusive a da mídia impressa. Sobretudo pelo fato de os anos 2010 serem um período em que pipocam conteúdos culturais e científicos sobre o regime militar.

Topônimos baseados em referenciais autoritários podem ser trabalhados em atividades transdisciplinares capazes de indicar que o jornalismo ora se aproxima, ora se distancia da prática da cidadania desde a modernidade. No entanto, ser cidadão passa por usufruir do direito à verdade e de sua defesa como um direito social.

7. Referências

BELLONI, Maria Luisa. **O que é mídia educação**. Campinas: Autores Associados, 2001.

BOUFLEUER, José Pedro. *Pedagogia da ação comunicativa*. Ijuí: Unijuí, 2002. BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

CARTA DE RIO BRANCO. Disponível em <<http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=3737>>.

CITELLI, Adilson. **Comunicação e Educação: a linguagem em movimento**. São Paulo: Senac, 1999.

DEMENECK, Ben-Hur; OLIVEIRA, T. A. D. Major, viemos para pagar o aluguel: um núcleo habitacional com o caso de homenagem e auto-homenagem do regime militar a partir de diários de 1967 e de 2010 a opinião pública de 25 anos de democracia. In: VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2011, Guarapuava. 8º Encontro Nacional de História da Mídia-Rede Alcar, 2011.

FARIA, Maria Alice. *Como usar o jornal na sala de aula*. São Paulo: Contexto, 1996. HIRSCHMANN, Alberto. **A Retórica da Intransigência: Perversidade, Futilidade e Ameaça**. Trad. Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de guarda: Jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. NY: Dover, 2004. Originally published by Harcourt, Brace and Company, New York, in 1922.

NASCIMENTO, Luciano. Comissão Nacional da Verdade faz balanço positivo de 2012. Agência Brasil. Matéria de 30/12/2012 – 17h07. Acessado em 2 Jan 2012 em <<http://agenciabrasil.abc.com.br/noticia/2012-12-30/comissao-nacional-da-verdade-faz-balanco-positivo-de-2012>>.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. **Sempre Alerta** – Condições e Contradições do Trabalho Jornalístico. São Paulo: Editora Brasiliense e Olho D'água, 1994.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Volume I. Florianópolis: Insular, 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2002.

Materiais complementares

Edições de jornal consultadas para este artigo: Diário dos Campos – 1967 (15, 16, 29, 31 de março; 1º, 2 de abril) e Jornal da Manhã – 1965 (3 de abril). Listagem incompleta.

Projeto de Lei – Maio de 1965 – projeto de lei do prefeito José Hoffmann.

Álbum de Ponta Grossa 1967-1968. Gestão Plauto Miró Guimarães.

Verbete Wikipedia: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Carlos_Argemiro_Camargo>.

FICiP – “Festival Internacional de Cine Político”. Quarta edição (8-14/05/2014). <<http://www.ficip.com.ar/>>.

UOL CINEMA <<http://cinema.uol.com.br/filmes/2012/cara-ou-coroa.jhtm>>.

As fotografias da placa de rua e do ônibus interbairros foram feitas pelo fotógrafo Alceu Bortolanza, publicadas em matéria do jornal cultural Grimpa (#05 / Abril-Maio 2006).

Em nome da credibilidade: a mudança na forma de contar histórias no jornalismo popular do *Diarinho*¹

Felipe da Costa²

Resumo: Este artigo tem como objetivo demonstrar a mudança na forma de contar histórias realizada pelo jornalismo popular ao longo dos anos, em especial no jornal Diário do Litoral, mais conhecido como Diarinho. Primeiro apresentamos as duas fases ocorridas nos Estados Unidos – a primeira da popularização da linguagem e a segunda do sensacionalismo – para depois comentar sobre esta vertente no Brasil, com ênfase na nova fase que deixa de lado o sensacionalismo e trabalha mais voltado para a cobertura do mundo do leitor, com prestação de serviço e proximidade. Apresentamos algumas questões relatadas no guia de ética e regulamentação jornalística do Diarinho que demonstram uma preocupação maior com os aspectos informativos da narrativa e a mudança editorial para conquistar credibilidade. Demonstramos ainda duas matérias publicadas sobre a inauguração das sedes da Câmara de Vereadores de Itajaí nos anos de 2003 e de 2012, como forma de ilustrar essas mudanças na forma de contar as histórias. O Diarinho é um jornal sediado em Itajaí e que circula há 35 anos na região. É conhecido pelo sensacionalismo, mas presta um importante serviço de informações aos moradores da região.

Palavras-chave: História da mídia impressa; Jornalismo Popular; Diarinho.

Introdução

Entre o final da década de 1990 e início do novo século surge no Brasil um novo modelo para os jornais populares. Os veículos que até então eram conhecidos pelo sensacionalismo e reportagens inventadas dão lugar para um jornalismo mais preocupado com a participação do leitor e notícias próximas do público.

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Impressa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestrando em Jornalismo pelo POSJOR/UFSC, bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e especialista em Gestão em Comunicação Empresarial, ambos pela Univali. É pesquisador do Monitor de Mídia e membro da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (RENOI). E-mail: <contato@felipedacosta.com.br>.

Apesar da grande visibilidade que vem ganhando nos últimos anos, tanto no mercado jornalístico quanto na academia, a história do jornalismo popular inicia quase dois séculos antes, nos Estados Unidos. Esses jornais da primeira geração do jornalismo popular deixou uma herança para o jornalismo como um todo, ao popularizar a linguagem. Depois veio uma fase mais sensacionalista, que se alastrou pelo mundo todo, inclusive no Brasil.

A mudança na forma de fazer o jornalismo popular teve como um dos motivos a necessidade em recuperar a credibilidade perdida ao longo dos anos por jornais como o Notícias Populares, conhecido por inventar reportagens.

O *Diário do Litoral*, jornal de Itajaí-SC mais conhecido como *Diarinho*, nasceu nessa fase do jornalismo sensacionalista. Apesar de ainda resguardar algumas características da época em que foi criado, precisou mudar para continuar no mercado em que está há 35 anos.

Após a morte de seu criador, Dalmo Vieira, o jornal passou a se preocupar mais com os aspectos informativos da narrativa, e a utilizar com mais critério a linguagem popular pela qual o jornal ficou conhecido, os palavrões e adjetivos. Tudo para não perder e/ou melhorar a credibilidade perante seus leitores.

Temos como objetivo neste artigo discutir a mudança na forma de contar histórias no jornalismo popular ocorrida ao longo dos anos, principalmente no jornal *Diarinho*. Para isso, relatamos um breve histórico do jornalismo popular nos Estados Unidos e no Brasil, assim como a preocupação com a credibilidade e a linguagem que o *Diarinho* demonstra em seu guia de ética e regulamentação jornalística.

Como forma de ilustrar essas mudanças na forma de contar as histórias, selecionamos dois textos que tratam da inauguração da sede do legislativo itajaiense, a primeira ocorrida em 2003 e a segunda em 2012, antes e depois da morte de Dalmo Vieira.

Nos Estados Unidos: popularização da linguagem e sensacionalismo

A história do jornalismo popular começou no século XIX, nos Estados Unidos. Em uma época em que a imprensa norte-americana já consolidada publicava essencialmente notícias de economia e política, e que ainda existiam os jornais de partido. O jornalismo popular trouxe inovações que até hoje são utilizadas nos veículos impressos.

Jorge Pedro Souza (2008) aponta duas diferentes gerações da imprensa popular no país, embora uma seja a base para o desenvolvimento da outra. A primeira geração iniciou por volta dos anos 1830, e procurava se converter em num negócio lucrativo ao conquistar as audiências crescentes.

Essa conquista do público se deve a vários fatores citados pelo autor, como o preço baixo, conteúdos diversificados, promoção de interesse humano, culto aos fatos e linguagem clara, simples e direta, capacidade de iniciativa jornalística e a introdução de novos gêneros jornalísticos.

Dessas características apontadas, é de destacar a questão da temática e da linguagem. Souza (2008, p. 138) afirma que os conteúdos “(...) abarcavam da política ao crime, passando pelo comércio e informações de serviços, e onde todos, pobres e ricos, políticos e operários, homens ou mulheres, podiam ser objetos de notícia (...)”. O pesquisador diz que as representações de mundo foram alargadas aos pequenos fatos da vida cotidiana. Mas adverte: “(...) temas como crimes e criminosos, tragédias, assuntos insólitos e vida dos famosos já eram notícias desde vários séculos antes” (p. 138).

Já em relação à linguagem o jornalismo popular da primeira geração preconizava a forma clara, simples e direta, para que fosse acessível a todos. Inclusive aqueles que não dominassem o inglês. Outro recurso de linguagem utilizado era a emoção, como forma de atrair os leitores.

Além de fazer com que o jornalismo popular fosse difundido nos Estados Unidos, essas características também foram implantadas nos demais veículos jornalísticos e até hoje são utilizadas. Outra inovação que esta época trouxe foi a separação da redação em editorias, o que também acabou por criar a necessidade de jornalistas especializados na cobertura de determinadas áreas.

A segunda geração da imprensa popular norte-americana ocorreu nas últimas décadas do século XIX, em especial entre os anos 1890 e 1900. A força neste período dos periódicos populares eram tão fortes que fez com que a imprensa de partido perdesse expressão mercadológica.

Esta nova etapa utilizou de algumas características já consagradas na anterior, como o preço baixo e a linguagem acessível, mas deu mais atenção ao conteúdo e elementos gráficos dos veículos. Entre algumas das mudanças apontadas por Souza (2008) estão temáticas populares como esporte, escândalos, sexo, corrupção, miséria, entre outros; e jornalismo de investigação e denúncia; formato manejável; a grande atenção aos títulos, fotografias, ao texto e ao design.

Os elementos gráficos tornam-se ‘imagem da marca’ da imprensa. O novo visual é mais sensorial, apelativo e emotivo gritando ao leitor ‘compra-me, lê e vê’. Os títulos são habilmente colocados como sinalizadores e elementos apelativos. Todos os dias um título é eleito para a **manchete**. Assim, a informação visual não deixará de fazer parte da identidade da imprensa, contribuindo, igualmente, para a estruturação gráfica dos jornais e revistas. (SOUZA, 2008, p. 145)³

Dois grandes jornais populares marcaram esta época. O primeiro foi *The World*, de Joseph Pulitzer, considerado o principal progenitor dessa segunda geração da imprensa popular norte-americana. Já o segundo foi *The New Yorker Journal*, de William Randolph Hearst.

3 Grifo do autor.

Enquanto Pulitzer ficou conhecido por praticar um jornalismo rigoroso, combater a corrupção política e incentivar a profissionalização, Hearst publicava histórias baseadas em rumores e boatos e manipulava fotografias. Seu jornal se tornou mais sensacionalista, escaboso e agressivo do que o concorrente, o que ajudou a criar o termo jornalismo amarelo para depreciar esse tipo de jornais.

No Brasil: Do espreme que sai sangue ao jornalismo popular do novo século

No Brasil, apesar da falta de estudos sobre a história de jornais populares, como afirma Paula (2011), duas fases são de grande significância para o jornalismo popular nacional. A primeira é de uma vertente mais sensacionalista, conhecida como espreme que sai sangue. Já a segunda é responsável por um crescimento exponencial nas vendas desses veículos, e por uma retomada na credibilidade desses veículos, perdida na anterior.

Assim como o jornalismo de Hearst representa um marco da fase sensacionalista nos Estados Unidos, o *Notícias Populares* é o mais conhecido no Brasil neste estilo. A primeira edição circulou em São Paulo em 15 de outubro de 1963, e já contava com oito mil exemplares.

Segundo Campos Júnior (*apud* Paula, 2011, p. 34) “A ideia era contra-atacar o *Última Hora* na mesma moeda – ou seja, criar um veículo nos mesmos alicerces jornalísticos (sexo, crime, esporte, sindicatos), mas orientado por uma visão conservadora”. Esta fase do *Notícias Populares* como instrumento político não durou muito tempo.

Já com 100 mil exemplares/dia, a família Levy perdeu o interesse no vespertino. Foi então que a empresa *Folha da Manhã*, dos empresários Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, comprou o veículo em 22 de outubro de 1965.

A fase espreme que sai sangue, do jornal, inicia em 1972, quando Ebrahim Ali Ramadan assume a redação. Este período é marcado por manchetes policiais e destaque para a exposição da violência em imagens de cadáveres (PAULA, 2011). É nesse período que é publicada a emblemática série de reportagens do Bebê Diabo, que segundo Angrimani (1995) foi, literalmente, inventada para preencher uma lacuna de um plantão de sábado e ganhou manchete por 22 edições seguidas.

O *Notícias Populares* criou um verdadeiro estigma ao jornalismo popular no Brasil. Não raras são as críticas de que este é um jornalismo de mau gosto ou até mesmo menor. Mas este panorama está começando a mudar com o grande número de populares que tem surgido, a partir do final da década de 1990 e início do século XXI, e que coincide com a extinção do *Notícias Populares*.

Esta mudança na forma dos jornais populares inicia ainda mais cedo, em 1983, quando Ary Carvalho compra o jornal *O DIA*, e gradualmente inicia uma reforma editorial que buscava dar como manchetes temas que afetam a vida do leitor, ao invés das matérias de polícia.

Entretanto, conforme afirma Paula (2011), na intenção de ser um popular de qualidade, o jornal acabou de se aproximar demais das classes A e B. Isso abriu espaço para que o *Extra*, primeiro popular das Organizações Globo, entrasse em circulação no Rio de Janeiro em 1998.

Ainda podem ser citados neste exemplo dos novos populares *O Diário Gaúcho*, da RBS do Rio Grande do Sul que iniciou as operações em 2000, e o mineiro *Super Notícia*, que teve sua primeira edição em 2002 e por dois anos desbancou a *Folha de S. Paulo* da primeira colocação do ranking de maior circulação⁴.

Os novos jornais populares, segundo Amaral (2006, p.10), “no lugar da linguagem chula, da escatologia e das matérias inventadas, os jornais buscam a linguagem simples, o didatismo, a prestação de serviços e, pasmem, a credibilidade”. Estes veículos têm baixa paginação, atendem basicamente o público das classes B, C e D, são vendidos em bancas de jornais, apostam nas editorias cidades, e apostam na proximidade com o leitor, prestação de serviço, entretenimento e, em alguns casos, distribuição de brindes (AMARAL, 2006).

Entretanto, a autora chama atenção que “(...) esse posicionamento dos jornais populares não é sinônimo de qualidade. A cobertura jornalística tem uma importância maior, embora não seja nos mesmos padrões dos jornais de referência” (AMARAL, p. 29).

A diferença entre os jornais de referência e os populares está na matriz cultural em que os dois modelos jornalísticos têm origem. “No processo de a imprensa se fazer popular, ela adota formas culturais consagradas historicamente como populares, que trabalham determinada visão sobre quem são as camadas populares, o que gostam, como vivem e o que consomem” (AMARAL, 2005, p. 9).

Segundo a autora enquanto a imprensa tradicional é baseada em valores de uma matriz cultural racional-iluminista, os impressos populares são dominados por elementos de uma matriz dramática, afinadas com estratégias mercadológicas:

O segmento da imprensa de referência desenvolve-se a partir das noções liberais e iluministas e mesmo que seja inserido na lógica empresarial, define-se como seguidor de princípios ligados à divulgação dos fatos de interesse público. Já o segmento popular está dirigido à necessidade de formação de um público leitor e à ampliação do mercado e assume a ênfase no entretenimento e na prestação de serviço. Nesses jornais, os temas não são necessariamente o que é importante publicamente, mas sim o que satisfaz o público. A imprensa passa a adotar como estratégia a abordagem de temáticas ligadas ao privado, a um estilo de vida e a um gosto popular (AMARAL, 2005, p. 9).

4 <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>.

Apesar das críticas ao jornalismo popular apontarem que esses periódicos são feitos para o mercado, Amaral (2006) defende que todos os jornais, seja popular, de elite, alternativo, de oposição ou sindical, também são produzidos para determinado mercado. A autora explica que:

Nos jornais populares, os princípios tradicionais do jornalismo são mais facilmente tensionados, porque eles se destinam a um público de menor escolaridade e são mais vulneráveis ao mercado publicitário, pois não contam com assinaturas. Assim, a imprensa popular busca satisfazer os leitores a qualquer custo, pois são bastante volúveis em função do baixo poder aquisitivo e precisam ser conquistados cotidianamente. (...) É muito mais difícil vender jornal para quem tem baixo poder aquisitivo e pouco hábito de leitura. (AMARAL, 2006, p. 52)

Se os jornais de referência falam para o leitor do mundo, os jornais populares falam do mundo do leitor. Assim,

[...] Na imprensa popular, um fato terá mais probabilidade de ser noticiado se: possuir capacidade de entretenimento; for próximo do geograficamente ou culturalmente do leitor; puder ser simplificado; puder ser narrado dramaticamente; tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização); for útil. (AMARAL, 2006, p. 63)

Amaral (2006) aponta ainda que para a realização de um jornalismo popular de qualidade é necessário resguardar a identidade do jornalismo, que trate de interesses comuns da sociedade, com responsabilidade social, sem submeter-se aos interesses políticos da elite, ao entretenimento e ao espetáculo. A autora ainda lembra que o entretenimento informa, mas que este não é seu compromisso. “Para falar de jornalismo, preciso falar em informação para a cidadania, não para o entretenimento ou para o consumo” (p. 134).

Acreditamos que este ponto enfatizado pela a autora mereça uma relativização. Concordamos quando ela fala de resguardar a identidade do jornalismo, mas entendemos que todo modelo jornalístico, utilizado por qualquer veículo de jornalismo, produzido visando o consumo das notícias. Senão não haveria razão para a produção.

Diarinho: 35 anos de jornalismo em Itajaí e região

O *Jornal Diário do Litoral*, mais conhecido como *Diarinho*, foi fundado pelo advogado Dalmo Vieira em 12 de fevereiro de 1979. Foi o primeiro jornal diário a circular em Itajaí e nas cidades próximas como Balneário Camboriú, Navegantes e Camboriú. E o único que alcançou 35 anos e está em pleno funcionamento.

Dalmo tinha o sonho de chegar aos 50 anos, se aposentar da advocacia e abrir um jornal (SOMMER, 2003). Desde o começo, ele queria um jornal independente da política e que fosse amplificador das vozes de seus leitores.

Segundo o guia de ética do *Diarinho*, Dalmo queria um jornal local, que contasse o resultado dos jogos do Marcílio Dias, time da cidade, acidentes mais próximos e dificuldades da região. Mas que essas notícias também fossem publicadas em linguagem acessível para ser entendida pelo povo, sem se importar se o que estava sendo dito, contado e mostrado agradava ou não os poderosos (DIARINHO, 2012, p. 9). Apesar de Dalmo ter morrido em 2004, a diretora de redação Samara Toth Vieira continua seguindo as lições do avô de fazer jornalismo.

O veículo é impresso em formato tabloide e tem o valor de capa de R\$1,50. As vendas são realizadas em bancas e em diversos pontos como padarias e sinaleiras. Além disso, também é possível assinar tanto a versão impressa quanto a área restrita do *site*⁵, que além de ter atualizações durante o dia ainda possibilita folhear a versão digital das edições atual e anteriores.

As editorias principais da publicação são Polícia, Geral, Política, Seu Dinheiro (com informações de economia), Variedades e Voz do Povo, onde são publicadas matérias sugeridas pelos leitores, reclamações, resposta a dúvidas, cartas, entre outros. Além disso, o jornal tem colunas de política local e nacional, mural de recados e o caderno de classificados.

Nos últimos anos o jornal aumentou a área de cobertura e circulação, que antes era composta apenas por 12 municípios da microrregião do Vale do Itajaí. Agora o veículo circula nas cidades de Balneário Camboriú, Blumenau, Bombinhas, Brusque, Barra Velha, Biguaçu, Camboriú, Florianópolis, Ilhota, Itajaí, Itapema, Palhoça, Navegantes, Penha, Piçarras, Porto Belo, Santo Amaro da Imperatriz, São José e Tijucas. Em 2012, o jornal já tinha a tiragem média diária de 10 mil exemplares⁶.

Credibilidade e linguagem: preocupações do Diarinho

Segundo o guia de ética e regulamentação jornalística do *Diarinho*, Dalmo Vieira criou o estilo do jornal a partir das ruas. Isto quer dizer que é um jornal nascido das conversas. “(...) os assuntos tratados nas mesas dos bares, nas esquinas, nas barbearias, no mercado, foram trazidos para as páginas do jornal, mantendo o jeitão com que o povo fala” (DIARINHO, 2012, p. 17).

Com a morte de Dalmo, em 2004, algumas mudanças aconteceram no *Diarinho*. Sua neta, Samara Toth Vieira, apostou na profissionalização da redação, e isso trouxe também algumas mudanças na forma como as histórias são contadas. Apesar disso, o jornal se diz tão revolucionário quanto na época que foi criado. “Houve uma evolução,

5 <www.diarinho.com.br>

6 <<http://www.diarinho.com.br/materias.cfm?caderno=25&materia=39113>>.

que soube preservar o essencial: o espírito de independência, de destemor, de apego à liberdade, a linguagem acessível e o respeito pelo leitor, que formam o legado do velho Dalmo” (DIARINHO, 2012, p. 19).

Segundo *Diarinho* (2012), são três os componentes do DNA do jornal: credibilidade, interatividade e linguagem atraente. Estes três componentes estão intimamente ligados:

O DIARINHO é, desde sua fundação, um jornal popular. Preocupa-se em ouvir seus leitores e faz absoluta questão que seus leitores compreendam o que está sendo publicado em suas páginas. A linguagem com o que é redigido, portanto, tem grande importância. Assim como é importante a exatidão das informações que veicula. (DIARINHO, 2012, p. 42)

O guia de ética e regulamentação jornalística afirma que a credibilidade é uma conquista diária, e que a busca pela informação correta está na base da credibilidade do jornal. “Só quem não conhece direito o DIARINHO acha que a linguagem solta, a gíria, o português coloquial significam que as informações são obtidas e divulgadas sem rigor” (DIARINHO, 2012, p. 18).

O *Diarinho* (2012) não permite a utilização da opinião no noticiário, pois acredita que o importante para os leitores é a informação. “E a informação, todos sabem, dá trabalho para desenterrar, custa caro, porque às vezes exige deslocamentos, telefonemas, idas e vindas. A opinião é fácil e barata. Em todos os sentidos” (p. 45).

É por este motivo que o texto do *Diarinho* deve evitar adjetivos. “O repórter bem informado, que fez com competência seu dever de casa e recolheu dados abundantes sobre o fato que investigou, terá condições de contar a história de tal forma que a maioria dos adjetivos se tornem desnecessários” (p. 44). Desta forma, segundo o guia, mais vale descrever com precisão a vestimenta de uma pessoa do que dizer que ela estava usando “uma roupa ridícula”.

Embora as gírias e os palavrões sejam utilizados no jornal, o *Diarinho* (2012) recomenda não exagerar. “Como parte da evolução que vem ocorrendo no jornal desde que foi criado, aumentou a preocupação com os aspectos informativos da narrativa. E o palavrão, junto com a gíria, tem sido usado com maior critério” (p. 43).

O guia de ética e autorregulamentação jornalística não trata somente do texto. Ainda é recomendação do jornal que as fotos e ilustração utilizados não podem cumprir apenas um papel meramente estético. Elas devem transmitir informação. “E, ao fazer isso, é fundamental que tenham alguma relação com o fato narrado” (DIARINHO, 2012, p. 29). Não basta colocar a foto de uma Kombi qualquer se a matéria fala sobre o automóvel. Tem que ser a imagem do veículo que se fala na matéria, ou do contrário deixar claro na legenda.

Histórias similares, diferentes formas de contar

Para demonstrar a mudança na forma como as histórias são contadas no Diarinho, selecionamos duas reportagens publicadas pelo jornal. Ambas tratam da inauguração da sede da Câmara de Vereadores de Itajaí em dois momentos distintos: antes e depois do falecimento de Dalmo Vieira.

A primeira foi publicada na edição de 2 de setembro de 2003 e tem como título “Festa de arromba na nova baía da Juça”⁷ e como linha de apoio “Elegantíssima – como sempre, aliás – a presidenta-pantera-legislativa recebeu a fina flor da picaretagem política peixerense”. A reportagem inicia assim:

Quem viu, jamais esquecerá! Um esplendor!

Foi a “noite dos sonhos” de todos os eleitores da cidade peixeiro-porto-água-salsense. Uma “festa do arromba”, de lembrar o episódio histórico do Baile da Ilha Fiscal.

Com a presença maciça de políticos, altamente selecionados, a fina flor da picaretagem político-social peixense, a presidenta da Câmara de Vereadores inaugurou – com pompa desmedida – a sua nova baía, sábado à noite.

Os convidados foram muito selecionados. A festa, afinal, não era pra qualquer um. Inclusive, veículos de comunicação foram escolhidos a dedo. Uns foram ignorados, outros, convidados em cima da hora, de forma a não poderem ter tempo de fazerem roupas novas, assim, inibidos da *comparecensa*. Caso do DIARINHO, que recebeu convite só sábado, dia da festa. Tanto que o *veio* Dalmo, que esperou até a última hora para que seu alfaiate lhe mandasse seu novo ciroulão verde-amarelo-cor de anil, sem roupa adequada à etiqueta exigida, tomou doril.

Em compensação, o “capo”, todo poderoso da RBS TV na região tava lá, todo prosa junto com uma equipa, que veio da terra dos viados (Blumenau) e periferia para registrar o “rega-bofé”, a preço de liquidação, ou promoção.

O foco do texto não está na inauguração da nova sede do legislativo, mas sim na festa em que a presidente do legislativo realizou. Há de se notar que Dalmo é representado quase que como o mocinho que foi convidado na última hora e não pode ir à festa por falta de roupa. De certa forma já contradizendo o que o guia de ética fala sobre o repórter não ser notícia. Já os políticos, são representados como vilões, como também pode ser visto no trecho a seguir:

Alguns vereadores foram acompanhados da família Inteira, empregada e conexas, além da sogra e do namorado da prima. Que nem sempre aparece um festação desses, boca livre, tudo de bom.

7 Juça é a então presidente da Câmara de Vereadores, Maria Juçara Pamplona.

Só que, nem sempre pega bem, numa festa de grande estilo como aquela, levar um ex- governador ou até o atual. Mas, na festança da Juça, o Luiz Henrique deu o bolo.

Confirmou a presença, mas (dizem que aconselhado pelo Virso) acabou não aparecendo. Sequer mandou representante.

O presidente da Assembléia, deputado Volnei Morastoni, também não deu o ar de sua graça. Dizem que ela teria mandado seu chefe de gabinete da presidência representá-lo. Mas, como o pinta não conhece Santa Catarina, pois é um folgado paulista desempregado – ao invés de vir pra Itajaí foi parar em Ituporanga.

O secretário Paulo Cruz mandou no seu lugar o prof. Ademir Furtado, que com aquele seu charme e seu terno de periquito australiano made Alfonsin, arrasou. Foi sem sombra de dúvidas o mais elegante e charmoso da festança. Agora linda, lindona, um estraçalho, um tesão, dentro de um terninho “ala sapata” com calça de pegar caranguejo no outro lado da vala, a poderosa presidenta, dona da festa, tentava se desgrudar do Bellini e da Eliane Rebello, ambos na mó *rasgação*. Até o Vechi foi num terninho de liquidação prestigiar a festança que tinha no mínimo três caixas de uísque 12 anos, fora o resto.

Jandir Bellini, Enio Casemiro, João Macagnan, Guto Dalçóquio, é claro, marcaram presença. Afinal, tem eleições no ano que vem.

Entre os convidados, parentes, parentes, parentes e parentes. O Eloy levou uns 30. Agora do povão, do povo mesmo, tinha um ou outro. Uns gatos pingados...

Apesar do texto aparentar que o repórter estivesse no local e presenciasse todo o ocorrido, o final deixa na dúvida a credibilidade das informações, já que não dá a informação do gasto da festa com exatidão nem cita quem foram os peritos que avaliaram o valor do evento, como no trecho a seguir:

Peritos avaliaram pro DIARINHO que com toda aquela comilança e cachaçada, a poderosa e charmosa presidenta deve ter gastado, no mínimo outros R\$ 70 mil (valor gasto na reforma da sede provisória).

O texto está cheio de adjetivos e carregado de opinião. Nem mesmo a aparente presença do repórter na festa demonstra na reportagem a exatidão das informações de que o guia de ética e regulamentação jornalística tanto preza. Ou seja, coloca em xeque a credibilidade do jornal.

A situação é diferente na reportagem publicada no dia 21 de dezembro de 2012, intitulada “Ao custo de R\$ 9 milhões, nova câmara de vereadores é inaugurada em Itajaí”. A matéria, publicada na editoria de geral, ocupa um pequeno espaço no rodapé da página, com uma foto do prédio do lado do texto.

Os vereadores de Itajaí, desde ontem, estão de casa nova. E uma bela mansão, diga-se de passagem. O endereço da casa do povo agora é na avenida Abraão João Francisco, a Contorno Sul, 3825, no bairro Ressacada. O local foi inaugurado oficialmente nesta quinta-feira, às 17h, com discurso de *otoridades*, lançamento do livro sobre a história do legislativo *peixeiro* e de um selo comemorativo pelos Correios. Na sequência, rolou até trabalho, porque os edis realizaram a última sessão ordinária da 16ª legislatura.

A sede própria do legislativo, que agora se livra do aluguel, começou a ser construída em março de 2011. O prédio conta com cinco pavimentos e área total de 5.817m², com acessibilidade das pessoas com deficiência, por meio de rampas e elevadores. Foram utilizados materiais e técnicas ecologicamente corretas, como o aproveitamento máximo da luz natural e ventilação – para economia de energia elétrica – e a captação e reutilização da água da chuva nas áreas externas. Aproximadamente R\$9 milhões foram investidos na construção da nova casa do povo de Itajaí.

O texto publicado em 2012 já segue uma estrutura mais noticiosa, com indicações do local exato do novo prédio, horário de início, tamanho da sede e valor da obra. Inclusive a foto traz informação precisa, já que o leitor pode identificar a fachada do prédio. Diferente da primeira matéria, que tem a ilustração de uma mulher loira, com um vestido pomposo que lembra a vestimenta de princesas, coroa na cabeça, uma taça de vinho em uma mão e um leque em outra.

Considerações finais

Tivemos a intenção neste artigo demonstrar que o jornalismo popular, ao longo da história, vem mudando a forma de contar histórias. Primeiro foi a popularização da linguagem, depois a introdução do sensacionalismo, nos Estados Unidos. Nos últimos anos, no Brasil, surgiram novos veículos com uma proposta diferente: mais atenta ao mundo de seus leitores, como forma de combater o estigma da fase espreme que sai sangue e recuperar a credibilidade dos jornais destinados às camadas mais pobres da população.

O Diarinho, veículo que há anos conta com uma história de sucesso editorial na região da cidade de Itajaí-SC, para não perder seus leitores também teve algumas mudanças editoriais. E isto fica evidente na demonstração das duas matérias acima. Talvez tenha sido essas mudanças e a busca da credibilidade, junto com a expansão da área de cobertura, que fez com que o veículo aumentasse a tiragem de 6.000 exemplares/dia⁸, em 2003, para 10.000 em 2012.

O jornal soube preservar uma das principais heranças da primeira fase do jornalismo popular dos Estados Unidos, que é a linguagem acessível, e os preceitos da nova

8 Sommer (2003).

fase do jornalismo popular brasileiro. E ainda assim conseguiu manter características próprias, como o uso das gírias utilizadas pelos moradores da região e manchetes que chamam a atenção: sensacionalistas, engraçadas e que apelam à emoção.

As observações que temos feito até agora indicam que o Diarinho pratica um modelo híbrido de jornalismo popular. Embora isto precise ser confirmado com outros estudos.

Referências

AMARAL, Márcia Franz. Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho. **E-Compós**, v. 3, 2005.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

DIARINHO. **O caminho das pedras**: guia de ética e autorregulamentação jornalística. Nova Letra: Blumenau, 2012.

PAULA, Gustavo Serra Nogueira de. **A classe C vai às Bancas**: a ascensão dos tablóides populares no Brasil. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

SOMMER, Vera Lúcia. **Diário do Litoral**: o caminho da notícia num jornal sensacionalista do Vale do Itajaí (um estudo de caso). Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

SOUZA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no ocidente. **BOCC**, 2008. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 28 out 2013.

Percepções femininas na *Revista Panorama*¹

Éverly Pegoraro²
Jasmine Aparecida Horst dos Santos³

Resumo: Ao longo do tempo, a maneira como a mulher é vista na sociedade foi se modificando. Através de uma análise midiática é possível perceber a representação feminina nos meios de comunicação, quais os papéis que eram destinados a ela. A revista *Panorama*, uma das mais antigas do país, teve diferentes linhas editoriais ao longo de sua história, e uma análise das publicações que tratavam da mulher, durante toda a década de 1950, possibilita entender os papéis que eram destinados a mulher na referida década, buscando compreender quais eram as percepções acerca do mundo feminino, que lugar e funções ela tinha no espaço social paranaense. A década de 1950 foi escolhida por ser uma época de importantes mudanças sociais que ocorreram no pós-guerra. Parte-se de um estudo interdisciplinar entre Comunicação e História e da compreensão da referida revista como lugar de memória contemporânea, para compreender as estratégias discursivas e as construções de significações acerca da mulher nesse período.

Palavras-chave: Mídia impressa, Mulher; Memória; Discurso Jornalístico; Revista Panorama.

Corpo do texto

As estratégias percebidas no discurso jornalístico das revistas, longe de ser um espaço de descrição histórica, apontam diferentes percepções acerca do mundo feminino, suas fragilidades, anseios e lutas por reconhecimento. O discurso jornalístico é persu-

1 Trabalho apresentado no GT de História da mídia impressa integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Professora do Departamento de Comunicação da Unicentro. Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em História Social pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Integrante do Projeto de Pesquisa “Imprensa feminina e memória: A pedagogia do gênero no jornalismo paranaense. (2012-2014)”, financiado pelo CNPq.

3 Acadêmica do curso de Jornalismo, bolsista de Iniciação Científica pela Fundação Araucária/Unicentro (PAIC) (2013/2014). Integrante do Projeto de Pesquisa “Imprensa feminina e memória: A pedagogia do gênero no jornalismo paranaense. (2012-2014)”, financiado pelo CNPq.

asivo, aliando ações de poder disciplinador, educativo, inibidor de práticas, potencializador de novas posturas.

Através da análise de jornais e revistas, é possível observar traços fortes de valores, percepções e ideias em determinada época sobre diferentes assuntos, ficando claro, dessa forma, a relação entre mídia e construção de memória. A imprensa serve como base de pesquisa de variados assuntos, devido às suas articulações sociais, econômicas e culturais, que estão implícitas em sua estrutura (Buitoni, 1990). Com as constantes mudanças no cenário social são historicamente refletidas pela mídia, através da análise de produtos da imprensa segmentada – no caso aqui apresentado, as revistas – é possível explorar e perceber o cenário socioeconômico em que as pessoas estavam inseridas e, neste caso, mais especificamente, as mulheres.

Para Marialva Barbosa (2007), a mídia opera como uma espécie de memória escrita de uma determinada época, retendo aquilo que considera culturalmente como excepcional. Entretanto, isso não quer dizer que os discursos registrados nas páginas de jornais e revistas são a descrição da realidade. Significa dizer que o discurso midiático semantiza os acontecimentos e os fatos sociais, produzindo um saber que ordena sentido, que organiza modos de leitura influenciados pela percepção do presente. Nesse processo, se entrelaçam vozes e saberes que, constantemente, estão em luta por legitimação no campo social.

Ao se constituir como documento, podemos pensar os meios de comunicação como um dos mecanismos contemporâneos de transformação do ausente no presente e, portanto, como lugar da memória contemporânea. Por outro lado, ao possuir o estatuto de texto, transforma-se em uma espécie de documento de época, regido pela convenção de veracidade necessária aos documentos – monumentos de memória. (BARBOSA, 2007, p. 51)

Douglas Kellner (1998) argumenta que a cultura da mídia incentiva os indivíduos, a adotarem determinados padrões de conduta e modos de pensamento. Para ele, a cultura da mídia invade o cotidiano individual, domina o tempo de entretenimento e molda comportamentos sociais com seus sons, imagens e espetáculos. E, com isso, fornece os subsídios para a formação de identidades.

Numa cultura contemporânea dominada pela mídia, os meios dominantes de informação e entretenimento são uma fonte profunda e muitas vezes não percebida de pedagogia cultural: contribuem para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar – e o que não. (KELLNER, 2001, p. 10)

A década de 1950, época de desenvolvimento econômico e social para o Brasil, também refletiu no segmento jornalístico de revistas, especialmente pensado para o público feminino. Thomaz Souto Corrêa (2008) afirma que as revistas femininas lança-

das a partir de 1950 tinham como temas principais, moda beleza, culinária, trabalhos manuais e um pouco de matérias de interesse geral. Neste momento, a imprensa brasileira não falava muito sobre o movimento feminista. Apenas algumas revistas nacionais, como era o caso de *Cláudia*, começavam a discutir a temática.

O discurso jornalístico estampado nas revistas daquele período produzia sentido a respeito de determinados modelos de mulher. Dá para se falar na criação de uma espécie de disciplina corporal feminina, já que o convencimento passava pela argumentação de que, para ser aceita ou se enquadrar nos parâmetros sociais e morais vigentes, era necessário comprar, consumir, se comportar ou ser da forma apresentada pelos diversos meios de comunicação vigentes. Ela estava em constante observação e pressão para ser aceita, seja no seio familiar, seja em âmbito social.

Segundo Dulcília Buitoni (1990, p. 17), a revista funcionou como uma espécie de feminização da imprensa. “Lazer e um certo luxo foram-se associando a ideia de revista no século XX. E a imprensa feminina elegeu a revista como seu veículo por excelência”. No caso da revista paranaense *Panorama*, mesmo não sendo um periódico especificamente para o público feminino, muitos aspectos típicos das publicações destinadas às mulheres foram incorporadas às seções que visavam atingi-las.

Portanto, a partir da análise da imprensa, é possível perceber discursos que possibilitam variados entendimentos acerca do que era ser mulher. Do cenário de início da imprensa socialmente instituída até a configuração da imprensa “moderna” da década de 1950, muita coisa mudou. Segundo Michele Perrot (2008, p. 33), as primeiras publicações especializadas femininas eram escritas por homens, pois o jornalismo era tido como uma profissão masculina, cenário que começou a mudar com as revoluções sociais que questionaram o porquê da exclusão feminina.

As publicações que outrora eram destinadas unicamente aos homens, a quem era resguardado o papel de “pensar”, começam a ceder espaços, ainda que limitados, à figura feminina, tanto em suas páginas quanto atrás das máquinas de escrever. Com as mudanças no cenário econômico e cultural, a mulher foi ganhando seu espaço lenta e gradativamente, sem sombra de dúvidas, o que deixava claro que seu papel tradicional na instituição familiar ainda estava engessado. As fissuras começavam a surgir a partir dos discursos de igualdade entre os sexos (BUITONI, 1990).

As décadas de 1950 e 1960 foram marcadas pelo crescimento econômico do pós-guerra, pela industrialização crescente e pelas mudanças nos discursos políticos que prevaleceram até então. Surgiam movimentos liberais, inclusive uma nova tendência de emancipação feminina, principalmente na Europa e nos EUA. Entretanto, estes movimentos não foram totalmente incorporados no Brasil. O papel da mulher na sociedade ainda resumia-se, basicamente, em ser boa esposa, boa mãe e boa dona de casa. A criação que recebia já visava preparar a menina para desempenhar bem suas funções no futuro, ser uma espécie de auxiliar do marido, a quem ficava destinado o papel de trabalhar e sustentar o lar:

Ser mãe, esposa e dona de casa era considerado o destino natural das mulheres. Assim, desde criança, a menina deveria ser educada para ser boa mãe e dona de casa exemplar. As prendas domésticas eram consideradas imprescindíveis no currículo de qualquer moça que desejasse se casar. E o casamento, porta de entrada para a realização feminina, era tido como “o objetivo” de vida de todas as jovens solteiras. (BASSANEZI, 2000, p. 610)

Lúcia Ferreira (2007) argumenta que os anos que se seguiram ao pós-guerra foram influenciados pelo capitalismo, que promoveu um rearranjo nos papéis sociais, permitindo que a mulher urbana que fosse instruída pudesse integrar o sistema produtivo capitalista. Porém, como dito acima, isso aconteceu de maneira lenta, e o papel feminino na sociedade custou a mudar.

Gilles Lipovetsky (2000) evidencia como um dos momentos marcantes na trajetória histórica feminina o início da Era Moderna, que sacraliza os papéis de esposa, mãe e educadora, predominantes ainda na década de 1950. Embora a participação feminina no mercado de trabalho crescesse, o único trabalho valorizado era aquele feito fora de casa, e pelo homem. Trabalhos domésticos e criação dos filhos ficavam a cargo da mulher e eram vistos como obrigação. A aspiração das jovens naquela época resumia-se em arranjar um bom casamento, para tanto, elas deveriam ser vistas como “moças de família”, de tal maneira que deveriam ter uma postura tida como correta, comportando-se de acordo com os princípios morais ditados pela sociedade (BASSANEZI, 2000).

As moças paranaenses nas páginas de Panorama

Na década de 1950, Curitiba era considerada uma cidade moderna e industrial (BOSCHILIA, 2010, p. 33), mas o cotidiano ainda se parecia muito com o de cidades menores, seja pela religiosidade bastante presente, ou pela moral imposta a elas. A rua era um espaço liberado ao homem. Às mulheres eram impostas limitações quanto a horários, como também de acesso a determinados lugares.

As confeitarias, principalmente aquelas que vendiam bebidas alcoólicas eram um exemplo típico de espaço proibido às mulheres [...] o acesso das mulheres a estes locais só era permitido se ela estivesse acompanhada por um homem. (BOSCHILIA, 2010 p. 39)

Casamento era o principal anseio que rondava as moças de então. Para “arranjar um bom partido”, o sonhado príncipe encantado, a forma de se posicionar socialmente era fundamental. Para se inteirar dos “truques” dessa árdua missão, nada mais confortável do que aprendê-los através das páginas de uma respeitável revista na sociedade curitibana, como era o caso de *Panorama*.

A verdadeira dona de casa é aquela que é capaz de fazer brotar poesia onde quer que ponha a sua mão. Nas menores coisas ela encontra a beleza: no pentear uma crian-

ça, no preparar uma refeição, no arranjar uma cortina e no arrumar um armário. (OLIVEIRA, 1952, p. 230).

Se há poesia numa cozinha, também há poesia num tanque de roupa, onde encontramos bolhas de sabão a voarem e desaparecerem no espaço. Há encanto em ver como a roupa brilha e perdura, quando há amor e cuidado no seu lavar e passar. (OLIVEIRA, 1952, p. 230).

A mesma reportagem acima, “A arte de ser uma boa dona de casa”, insinua, em tom poético, a função de protetora do lar delegada à mulher, apontando o quão recompensador é o trabalho de uma dona de casa e o quanto ele contribui para a ordem familiar.

Esta é a arte de ser uma boa dona de casa, de fazer de um pouco uma casa e desta casa um lar feliz. (OLIVEIRA, 1952, p. 231)

A revista *Panorama* surgiu na cidade de Londrina, norte do Paraná, em junho de 1951. No começo, seu principal objetivo era dar destaque para acontecimentos londrineses diversos. Sua descrição era de uma “revista mensal de acontecimentos gerais”. Em 1954, o periódico mudou para Curitiba e seu foco passou a ser os acontecimentos da sociedade curitibana.

Agora, com sede em Curitiba, a revista teria seu público ampliado. A área comercial passaria por uma reformulação e a venda por assinatura cresceria barbaramente. Dos dois mil exemplares editados em 1951, saltaria para 5 mil em 1954; 10 mil em 1956; 25 mil em 1958; 37 mil em 1957; atingindo seu ápice em 1960 com uma tiragem de 40 mil exemplares, tornando-se um marco no jornalismo. (ALVES, 2009, p. 24).

A revista possuía seções fixas e outras que apareciam somente em algumas edições. Com as mudanças que ocorriam no mundo todo, e que começavam a diminuir as distâncias sociais entre homens e mulheres, muitas dessas seções passaram a ser destinadas ao público feminino. Contudo, em geral, ainda tratavam de assuntos relacionados a como cuidar do lar, dicas de moda e de estética, além de dar destaque a moças da sociedade curitibana e a eventos da cidade.

O formato de *Panorama* em muito se assemelhava ao da revista *O Cruzeiro*, periódico que surgiu em 1928 e que destacava eventos e notícias relacionados à sociedade carioca. Segundo Leoni Serpa (2003, p. 69), “[...] a realidade das mulheres representadas por *O Cruzeiro* referia-se às classes sociais elevadas, completamente diferente da popular”. Um ponto destacável em *O Cruzeiro* refere-se às capas, que sempre traziam mulheres em close, característica que se tornou padrão para a revista.

Para as mulheres divulgadas pela revista, as capas eram as vitrines. A cada edição, lindos rostos, maquiados segundo os padrões da época, enchiam as páginas em ilustrações e fotos, acompanhadas de relatos pitorescos sobre sua

intimidade, mesmo que não fossem estrelas do rádio ou do cinema. Bastava marcar presença em eventos sociais, como bailes e salões de festas e em atividades esportivas ou beneficentes, para alcançar algum espaço de renome e glória. (SERPA, 2003, p. 20)

A *Panorama* seguia a mesma receita, geralmente, trazendo mulheres (celebridades ou da elite paranaense) na capa. A sociedade curitibana também ganhava destaque em grande parte de suas páginas, com a cobertura de eventos sociais que movimentavam a cidade e destacavam personalidades.

Assim como em *O Cruzeiro*, os famosos concursos de beleza e a escolha das *misses* de 1950 ganhavam destaque. Em muitas edições da década, as “beldades” do momento ganhavam destaque de capa, além de extensas reportagens com muitas fotos e o perfil da vencedora.

De acordo com as construções jornalísticas da revista, os concursos revelavam-se verdadeiros campos de batalha. As *misses* tornavam-se padrão de beleza, de comportamento e de opiniões. A importância que a *Panorama* aponta para o Concurso de Miss Brasil em 1959 é tão grande que chega a falar sobre uma tensão pré-concurso comparada à tensão provocada pela Guerra Fria.

O concurso “Miss Brasil”, assemelha-se em muitos aspectos, “a guerra fria, com todas as tensões psicológicas e consequências físicas. As “misses” passam por um enervante processo de preparação, nas mãos de cabeleireiros, costureiras, maquiladores, “experts” em desfiles e outros consultores”. (KALK-BRENNER, 1959, p. 4).

Podemos observar que o espaço curitibano estava bastante dividido em locais que permitiam a presença feminina e outros em que presença dela só era “moralmente aceita” se acompanhada dos pais ou do marido. De qualquer forma, uma “moça da sociedade” nunca deveria se apresentar sozinha em público para não gerar comentários maldosos.

As mulheres, com exceção daquelas que utilizavam a própria rua como espaço de trabalho, sofriam limitações não só de horário, mas também de acesso a determinados locais. As confeitarias, principalmente aquelas que também vendiam bebidas alcoólicas, eram um exemplo típico de espaço proibido às mulheres. (BOSCHILIA, 2010, p. 38).

A *Panorama* aponta vestígios dessas regras sociais voltadas ao mundo feminino na reportagem “Os 10 mandamentos da esposa” para manter a ordem do lar. Entre os conselhos, a sugestão de que ela abra mão de seus desejos em prol da felicidade do marido.

Lembra-te de que não casaste com um anjo, mas com um homem; não te surpreendas ao encontrares nêle muitas imperfeições e defeitos; Não o aborreças

com incessantes pedidos de dinheiro; vive de modo a não precisares gastar mais do que êle mensalmente te dá; Mostra-te sempre atenciosa para com êle; recorda-te de quando era teu noivo e o consideravas como um ser superior; não o desprezes agora. (UM JORNAL...,1955, p. 27).

Outra seção que aprofundava o perfil das moças da sociedade curitibana é chamada *Moça do Mês*, com curiosidades sobre as jovens em aspectos relacionados à educação, diversão, beleza e suas preferências quanto ao “príncipe encantado”. Exemplos desses perfis não faltam, pois a seção estava presente em praticamente todas as edições da revista na década de 1950, apontando que as receitas normativas agradavam ao público leitor.

As perguntas que circulavam nesta seção geralmente englobavam assuntos como preferências pessoais, escola em que estudava, esportes que praticava, amizades que cultivava e, claro, sobre o marido perfeito. Através das respostas das moças, é possível perceber que elas faziam parte da elite curitibana, seja pelos clubes e pela escola que frequentavam, seja pelo sobrenome pomposo.

Normalmente, as moças escolhidas para essa seção seguiam um mesmo modelo, de maneira que não se encontrava um perfil de alguém que fugisse desse padrão de moça de boa família.

Insistindo ainda no tópico de elegância, Heloísa acha que a mulher tem obrigação de se apresentar sempre bem trajada de acôrdo com a hora e o local”. (A GRACIOSA FILHA..., 1959, p. 26).

O príncipe encantado tem que ter grande personalidade, caráter e cultura. (UMA GRACIOSA MINEIRA..., 1958, p. 17).

A uma nova pergunta, foi a Srta Esther Tourinho, quem nos disse: - Thais gosta muito de fazer doces. É a doceira da casa, atualmente. (TENDO NASCIDO NA CASA..., 1959, p. 14).

As mais elegantes de Curitiba também ganhavam espaço na *Panorama*, através da coluna *As 10 senhoritas mais elegantes*. Na lista eleita pela revista, personalidades curitibanas que se destacavam socialmente pela postura e pelo vestuário, principalmente. No mesmo estilo, aquelas que não recebiam o título de elegância delegado pela revista podiam ganhar espaço na *Resenha Social*, que trazia um resumo sobre os acontecimentos sociais do mês na capital paranaense, como festas de debutantes, casamentos e concursos de beleza.

Segundo Buitoni (1990, p. 22), existem temas que, de certa forma, são de maior interesse das mulheres e que, assim, estão presentes em grande parte das revistas destinadas ao público feminino, tais como os assuntos relacionados ao coração das moçoilas em idade de casar ou com problemas sentimentais. Muitas vezes, numa família conservadora e tradicional, havia pouco espaço para o diálogo entre mães e filhas. Dessa forma, o espaço aberto nas revistas para perguntas tomava a forma de um conselheiro

amoroso, sem que houvesse a necessidade de identificação por parte das mulheres com dúvidas.

Em *Panorama*, uma das seções exemplifica perfeitamente a ideia proposta pela autora acima mencionada. A seção *Correio do Coração* era destinada a responder perguntas enviadas por leitoras com dúvidas sentimentais. Através dela, é possível perceber várias inquietações, anseios, valores e percepções acerca do mundo feminino nesse período.

LILA...Casei-me por imposição de meus pais, mas...

– Infelizmente agora já é tarde... Ninguém pode desfazer uma união que foi abençoada por Deus... (LÚCIA, 1959, p.49)

...adoro crianças, mas tenho muito medo da maternidade...

Minha amiga, a maternidade é a auréola de luz que coroa a mulher *j u n t o* com o Sacramento do matrimônio recebemos a sublime missão de “ser mãe”.

A coragem e a força para suportar as dôres da maternidade, virão para você, como vêm para tôdas as mulheres. (LÚCIA, 1959, p. 68).

As constantes mudanças no cenário social também são refletidas no discurso jornalístico. Entende-se que, através da análise da revista *Panorama*, é possível perceber as nuances dos lugares sociais e possíveis identidades construídas (HALL, 2005) pela e para a mulher no contexto paranaense. Embora uma grande parte da revista fosse restrita a assuntos do universo masculino, através de reportagens de maior ou menor importância transparece a posição do periódico em relação à figura feminina.

Andreas Huyssen apresenta um argumento interessante sobre as relações da cultura de massa e o universo feminino surgidas no século XIX e que prevaleceram até meados do século XX. O autor explica que a leitora desse período é “construída” como uma pessoa subjetiva, emocional, passional, transformando-se, então, numa “mulher consumidora de literatura massificada” (HUYSEN, 1996, p. 43). Com esse perfil estigmatizado, nada mais consequente do que criar nessas revistas seções que refletissem aquilo que se esperava delas.

Brechas e fissuras de um discurso padronizador

Por muito tempo, a palavra gênero foi utilizada para designar traços sexuais, definindo os gêneros existentes como macho e fêmea. Contudo, segundo Joan Scott (1989, p. 2), as feministas começaram a utilizar-se da palavra para se referir à organização social da relação entre os sexos, trazendo o termo para uma discussão mais social do que física. Quando a palavra “gênero” é utilizada como substituto de “mulheres”, isso implica, segundo a autora, que informações sobre mulheres também sejam, consequentemente informações sobre os homens. Através do estudo e análise do gênero feminino,

pode-se chegar a uma definição de como eram, como viviam e quais eram os hábitos de mulheres e homens de determinada época, traçando também, um perfil a respeito da figura do gênero masculino na sociedade.

O uso do termo gênero destaca que tanto mulheres quanto os homens são produtos do meio social e, desta forma, suas condições de vida são variáveis e históricas. Logo, foi largo o passo produzido nas análises sociais sobre o tema, pois chama a atenção para o fato de que parte da humanidade estava na invisibilidade. (SANTOS, 2012, p. 5)

A *Panorama* nos possibilita seguir algumas pistas no delineamento do homem dessa época, sobretudo no espaço social paranaense. Na reportagem “Por que alguns homens são infiéis?”, por exemplo, a temática principal é avaliar o que leva um homem a trair a esposa e, ao mesmo tempo, dar dicas do que a mulher deve fazer para não “irritar” o marido. Os conselhos e argumentos da reportagem revelam uma postura dominadora e de superioridade do homem, uma vez que a mulher é aconselhada, muitas vezes, a abrir mão de suas vontades para satisfazer as vontades do cônjuge. Em outras palavras, a culpapelos problemas conjugais recaía sobre ela. É interessante observar que a revista recorre ao argumento de “especialistas” para reiterar a postura adotada pelo próprio periódico sobre o assunto.

Vários estudiosos no assunto, tais como psicólogos, conselheiros matrimoniais, etc., são de opinião de que a mulher é a principal responsável pelo fracasso do casamento.

Você não pode competir com as mulheres muito mais jovens que você. Mas, cada idade da mulher tem seus pontos de atração, e estes devem ser desenvolvidos.

A espôsa que faz o seu “serviço secreto”, controlando o marido quando ele fica na cidade ou trabalhando ou vai a uma reunião da diretoria, não pode ser FELIZ. (NÃO HÁ NADA DE NOVO..., 1956, p. 84).

Na revista *Panorama*, é possível ainda analisar percepções, muitas vezes paradoxais, entre uma mulher cujas expectativas circulavam através dos papéis tradicionais e conservadores da sociedade curitibana, e de mulher que, mesmo de maneiras limitadas e com pequenas ações, começavam a romper essas limitações. De fato, a partir do momento em que a mulher começa a despontar na sociedade ocupando papéis diferentes daqueles costumeiros, é que se percebe que, até então, elas estavam na invisibilidade. Algumas reportagens de *Panorama* apresentavam moças com perfis diferentes daqueles considerados “usuais” para os parâmetros da época, como mulheres trabalhando ou despontando no cenário político.

Na edição de novembro de 1959, um texto chama atenção por trazer um perfil feminino diferente dos usuais apresentados. A reportagem trata da primeira mulher

a conquistar uma vaga na Câmara de Vereadores de Curitiba, com um pequeno perfil sobre a eleita, Maria Clara Brandão Tesseroli. O texto discorre sobre os motivos que a levaram a escolher a política e sobre os seus possíveis projetos como vereadora.

O marido de Dna. Maria Clara, o funcionário federal Javier Tesseroli, não aprovou, a princípio, as ambições políticas da espôsa. “Mas foi uma resistência pacífica” – informa a vereadora. Logo o Sr Tesseroli desfez a carranca e se não foi um cabo eleitoral dos mais entusiasmáticos, pelo menos depositou o seu voto, disciplinadamente, na sua cara-metade. (Mulher, em Curitiba... 1959, p. 64).

Embora o foco da entrevista seja a mulher adentrando em um ambiente ainda hostil à figura feminina, percebe-se que a sombra do marido paira nas entrelinhas da reportagem, ao registrar que, a princípio, ele não “aprovou” as aspirações da esposa.

Outra reportagem de setembro de 1959 traz um perfil de uma jovem milionária, Regina Vitorelli que, apesar de rica, prefere destinar seu tempo ao trabalho, ao invés de apenas se divertir. Por um lado, uma *socialite* que se interessava pelas causas sociais (não cabe aos limites dessa pesquisa julgar os motivos dela); por outro, uma mulher que fugia dos tradicionais papéis de “rainha do lar”. As contradições e as reações adversas surgem por parte do próprio repórter. Diz o texto que as perguntas feitas à entrevistada deveriam ser mais “sérias” do que as feitas às moças “comuns”, pois o perfil de Regina Vitorelli era considerado muito diferente para a época, ou seja, mais centrada, mais responsável, com aspirações diferentes das moças levianas de sua idade.

Quando entrevistamos Regina, vimos logo que não poderíamos fazer a ela as mesmas perguntas de colete, preparadas para moças na sua idade. O assunto precisava ser sério, e assim foi feito. (CALMON, 1959, p. 10)

Percebe-se que ao “tratar de assuntos sérios”, a revista está se referindo, principalmente, a assuntos de ordem econômica, política, além de assuntos literários, e que geravam polêmica, como pena de morte e divórcio.

“É a favor da pena de morte?”

“Sou contra. Não há nada que justifique tirar a vida de outros. Sanar um problema com outro.” (CALMON, 1959, p. 11).

“Que acha do divórcio?”

“Sou a favor. Entre o desquite e o divórcio, prefiro o divórcio”. (CALMON, 1959, p. 12).

Na década de 1950, o trabalho feminino começava a se difundir, mas ainda não era encarado com muita naturalidade por grande parte da sociedade. Pelo contrário, muitas vezes, a mulher foi acusada de ser indiretamente responsável por problemas relacionados à delinquência, mortalidade infantil e desintegração familiar (BOSCHILIA, 2010).

O argumento era claro: ela era a responsável por manter a ordem familiar, zelando para que o marido estivesse sempre apresentável e que a educação dos filhos seguisse a moral e os bons costumes. Se ela estava trabalhando fora de casa, conseqüentemente, as repercussões de uma possível desestrutura familiar seriam culpa dela.

Considerações finais

Entendendo a mídia como lugar de memória contemporânea (BARBOSA, 2007; RIBEIRO, 2005), podemos notar, através da análise de matérias veiculadas nas páginas da revista *Panorama*, na década de 1950, o espaço que a mulher ocupava na sociedade paranaense. Apesar de o contexto sociocultural estar mudando nessa década, devido à industrialização que se seguiu ao pós-guerra, é possível perceber que esses novos discursos ainda dividiam espaço com os antigos. As mulheres tinham como principais obrigações casar e cuidar da família, vivendo à sombra do marido, a quem era destinada a função de trabalhar e sustentar a casa.

Ana Paula Goulart Ribeiro (2005) propõe entendermos os meios de comunicação como *locus* principal em que dá as representações sociais contemporâneas. Ela acredita que a mídia é o principal lugar de memória da sociedade. Se seguirmos a proposta da autora, podemos compreender que a mídia torna-se o espaço privilegiado para analisar as lutas por visibilidade e por posições sociais, já que se trata de um lugar onde circulam os mais diversos discursos, os quais são responsáveis pela constituição de percepções que se consolidam ao longo do tempo, constituindo, dessa forma, uma memória a respeito desses assuntos.

Os espaços destinados à mulher nas páginas da *Panorama* deixavam transparecer o papel da mulher na sociedade. Seções como Correio do Coração, Resenha Social, Moça do Mês, entre outras, deixam claro qual era a postura que se esperava das mulheres e quais lugares lhes eram destinados em âmbito social no espaço paranaense. Em alguns momentos, podemos observar que existiam pequenas “brechas” no discurso moralizador, tradicional e normatizador de posturas identitárias, mas que, no entanto, a sociedade ainda prezava por manter uma postura ideal para a mulher.

Finalmente, pretendemos, com esta análise da revista *Panorama*, contribuir para o estudo da História da Imprensa no Paraná, apontando as relações entre os discursos que circulam num espaço jornalístico, as vozes que respondem a eles e as subjetividades que se constroem acerca deles.

Referências

A GRACIOSA filha. **Moça do mês**, revista *Panorama*, Curitiba, 1959, p. 25 BARBOSA, Marialva. Percursos do olhar. Niterói: EdUFF, 2007.

- BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PRIORE, Mary. **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.
- BUITONI, Dulcília. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Ática, 1990. 96 p.
- CALMON, Jônatas. Milionária é do trabalho. **Revista Panorama**, Curitiba, 1959, p. 10.
- CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: MARTINS, Ana Luiza, DE LUCA, Tania Regina. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.
- FERREIRA, Lucia M. A. Uma memória da normatização da conduta feminina na imprensa. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia M. A. **Mídia e Memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Editora DP&A, 2005.
- HUYSSSEN, Andreas. **Memórias do Modernismo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.
- KALKBRENNER, José. Shirley foi, viu e voltou. **Revista Panorama**. Curitiba, 1959, p. 4.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: Edusc, 2001.
- LÚCIA, Vera. **Revista Panorama**. Correio do Coração, Curitiba, 1959, p. 49.
- MULHER, EM CURITIBA. **Revista Panorama**, Curitiba, 1959, p. 64.
- NÃO HÁ nada de novo, **Revista Panorama**, Curitiba, 1956, p. 84.
- OLIVEIRA, Odete. A arte de ser uma boa dona de casa. **Revista Panorama**. Panorama Feminino, Curitiba, 1952, p. 230.
- PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2008. 190 p.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A mídia e o lugar da história. In: HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Mídia, Memória & Celebridades**. 2. ed. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.
- SANTOS, Juliana Anacleto dos. **Gênero na teoria social: Papéis, interações e instituições**, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2012.
- SERPA, Leoni. **A máscara da modernidade: a mulher na revista O Cruzeiro (1928-1945)**. Passo Fundo, RS: UPF, 2003.
- SCOTT, Joan Wallach. “Gênero: Uma categoria Útil de Análise Histórica”. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, vol. 20, n. 2, julho / dez. 1995, PP 71-99.
- TENDO nascido na casa. Moça do mês, revista *Panorama*, Curitiba, 1959, p. 14. UMA GRACIOSA MINEIRA. Moça do mês, **Revista Panorama**, Curitiba, 1959, p. 17.

Fotonovelas e leitoras: um romance¹

Raquel de Barros Pinto Miguel²

Resumo: Este trabalho tem como objetivo discutir o lugar ocupado pelas fotonovelas entre mulheres que viveram sua juventude ao longo das décadas de 1950 e 1960 no Brasil. As décadas citadas foram o auge das fotonovelas no Brasil. Sua leitura, assim como a de outras revistas femininas, ajudava a integrar as mulheres na sociedade urbana, divulgando modos e modas a serem seguidos e copiados. Ao mesmo tempo, proporcionava-lhes momentos de fuga, verdadeiras válvulas de escape necessárias à manutenção da paz nos lares. O mergulho realizado pelas leitoras nas tramas com final feliz lhes possibilitava momentos de alento e liberdade das obrigações de filha, mãe, esposa e dona de casa. Dessa forma, busco abordar a participação das fotonovelas na construção de subjetividades e de determinados modos de ser homem e de ser mulher.

Palavras-chave: história da mídia impressa; fotonovela; leitura; gênero; história das mulheres

Spaghetti com açúcar: um pouco de história

A fotonovela surgiu na Itália³, após a Segunda Guerra Mundial, como um subproduto do cinema. Devido a dificuldades econômicas para a divulgação e produção de obras cinematográficas, foram criadas revistas com resumos de filmes, que ficaram conhecidas como cine-romance. Nessas revistas, eram expostas algumas fotos de filmes, devidamente legendadas, criando-se, assim, uma história resumida e ilustrada do filme em questão. Partiu de alguns editores, como Cino Del Duca, a ideia de fazer cine-ro-

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Impressa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Possui graduação e mestrado em Psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Doutora em Ciências Humanas pela mesma universidade. Pós-doutora pela Université Paris Diderot – Paris 7. Docente do curso de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina. Pesquisadora vinculada ao Laboratório de Estudos de Gênero e História, ao Instituto de Estudos de Gênero e ao Laboratório de Psicologia Educacional e Escolar (UFSC) e ao Laboratoire Identités, Cultures, Territoires (Université Paris Diderot – Paris 7). <raquelbarros@hotmail.com>.

3 As informações acerca da história da fotonovela foram extraídas, em sua grande parte, de um livro referência neste tema: HABERT, Angeluccia Bernardes. Fotonovela e Indústria Cultural: estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões. Petrópolis: Vozes, 1974.

mance sem, necessariamente, ser o resumo de um filme em cartaz no cinema. A partir desse momento, a produção de revistas de fotonovelas deslançou, expandindo-se, no ano de 1949, para a França, passando a ser, na sequência, exportado para países de língua francesa, para a América Latina e para a África do Sul.

As revistas de fotonovela chegam ao Brasil na década de 1950. A primeira surge em 1951, sob o título *Encanto*, publicada pela editora Artes Gráficas do Brasil. No mesmo ano, a revista *Grande Hotel* (Editora Vecchi), que publicava desde 1947 histórias desenhadas, de cunho mais sensual e erótico, passa a trazer, em suas edições, fotonovelas em capítulos.

Em 1952 a revista *Capricho* é lançada, entrando no mercado das revistas de fotonovelas com a novidade de trazer uma história completa em cada edição, e não aos capítulos, como suas concorrentes. O lançamento da *Capricho* contou com uma grande campanha publicitária, com investimento em *jingles* e *slogans* no rádio, jornais e em outras revistas. De uma maneira mais ostensiva, a campanha publicitária lançou mão ainda de enviar, a um certo número de pessoas selecionadas na lista de endereços, uma revista e uma carta, que continha o seguinte texto: “(...) Rica leitura para o lar, presente magnífico para a mãe, para a esposa e para a filha. (...) É que *Capricho* é a revista ideal para a mulher. Primorosamente impressa apresenta em cada número uma fotonovela completa, contos românticos, conselhos de beleza e modas, além de uma enorme variedade e temas de grande interesse feminino.”⁴

As informações acerca da história da fotonovela foram extraídas, em sua grande parte, de um livro referência neste tema: HABERT, Angeluccia Bernardes. **Fotonovela e Indústria Cultural:** estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões. Petrópolis: Vozes, 1974.

Desde então, o mercado de revistas de fotonovela no Brasil só fez crescer. Em 1967, por exemplo, quatro grandes editoras (Abril, Casa Editora Vecchi, Rio Gráfica e Bloch) colocavam juntas, no mercado, 19 revistas de fotonovela. Com relação à vendagem, as revistas de fotonovelas só ficavam atrás das revistas em quadrinhos. A *Capricho*, por exemplo, só vendia menos que o Pato Donald, Mickey e Tio Patinhas.

Entre as revistas de fotonovela publicadas no Brasil, possuíam mais destaque *Capricho*, *Grande Hotel* e *Sétimo Céu*. Destas, a primeira é que apresentava maior vendagem. O fato de a revista *Capricho* ter sido a primeira do gênero a publicar fotonovelas inteiras em uma mesma edição, certamente foi um dos grandes motivos de seu sucesso.

A fotonovela apresentava-se como um filão de mercado, e a editora Abril soube explorar esse momento. Além da revista *Capricho*, ela publicava, também, outras revistas que tinham a fotonovela como carro-chefe, são elas: *Ilusão*, *Capricho*, *Noturno* e *Supernovelas Capricho*. Esta última compreendia um suplemento bimestral de *Capricho*. Na edição de março de 1966 da revista *Capricho*, por exemplo, está presente uma

4 Informação encontrada em HABERT, Angeluccia Bernardes, *Op. cit.*, p. 34.

propaganda deste suplemento. O anúncio diz: “Extra! Extra! Pela primeira vez 1200 fotos numa fotonovela! Um lar ameaçado pelo drama da traição! A luta dramática de Catarina em defesa de seus princípios! Procure nas bancas! Não perca a mais empolgante história de amor de todos os tempos! Inédita! A maior fotonovela de todos os tempos! Mais de 1000 fotos! 100 páginas!” (p. 74-75). O anúncio é ilustrado por duas grandes fotos, em cada uma há um casal, em uma delas ele está abraçado, na outra a moça repele o rapaz.

A grande maioria das fotonovelas publicadas nas revistas brasileiras era italiana ou francesa. A produção de uma fotonovela era bastante onerosa, por este motivo as editoras brasileiras preferiam importá-las a produzi-las. Apenas a editora Bloch (Séti-mo Céu) produzia com regularidade suas próprias fotonovelas. Para tornar tal empreendimento economicamente viável, a revista contava com a participação de ídolos da televisão em suas histórias, assim como utilizava hotéis e restaurantes como cenário, fazendo *merchandising*, mesmo que discreto, destes. Na revista *Capricho*, entre as vinte fotonovelas por mim analisadas⁵, nenhuma delas foi produzida no Brasil. Em apenas uma delas a narração dizia que a história se passa em São Paulo, mas os atores, as atrizes, o cenário e as locações mostravam que isso não era verdade. Encontrei, porém, entre as propagandas da edição da *Capricho* de junho de 1961, a chamada para uma fotonovela brasileira que seria publicada na edição do mês seguinte. O anúncio diz: “Nossa próxima atração! Os famosos astros do teatro, cinema e da televisão, pela primeira vez reunidos para interpretar uma fotonovela! Jardel Filho e Irma Alvares em: O palco da vida. Uma emocionante fotonovela brasileira, produzida especialmente para *Capricho*. Produção e direção de Domingo Alzugaray. Uma grande história! Um grande elenco! Um grande diretor! Uma grande fotonovela! Você não pode perder o próximo *Capricho*.” (p. 104) Como ilustração, há uma foto de Jardel Filho beijando Irma Alvares na boca.

Pelo anúncio pode-se deduzir que esta seria a primeira fotonovela brasileira a ser publicada na revista. É possível constatar também que de fato recorrer à presença de atores que fizeram fama nas telenovelas servia como um chamariz para atrair o interesse do público para a leitura de fotonovelas produzidas no Brasil. Esta relação entre fotonovela e televisão está presente ao longo da revista, como pôde ser visto no primeiro capítulo, quando foi apresentada a estrutura da revista *Capricho*. É intensa a presença de atores e atrizes em matérias espalhadas pelas páginas da revista. Certamente a presença de atores e atrizes brasileiros chama a atenção do público, mas isso não faz com que as fotonovelas importadas tenham menos sucesso. As leitoras (são predominantemente mulheres as leitoras de fotonovelas) criam uma relação de admiração, afeto e idolatria pelos intérpretes estrangeiros (geralmente italianos), elegendo seus favoritos, procurando as fotonovelas que tragam seus ídolos do “além-mar” como protagonistas. Figuras

5 Este texto é resultado de minha tese de doutorado intitulada “A revista *Capricho* como um lugar de memória (décadas de 1950 e 1960), defendida em 2009 no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas/UFSC.

como Sandro Moretti, Paola Pitti, Franco Dani, Franco Gasparri, Germano Longo fizeram parte do imaginário de muitas mocinhas durante os anos 1950, 1960 e 1970.

A construção de uma fotonovela compreende algumas etapas. No que tange às histórias produzidas na Itália ou na França (como é o caso da maior parte das fotonovelas publicadas em revistas brasileiras), o processo de produção acontece no país de origem e se parece com o processo desenvolvido para a realização de um filme. Quando as fotonovelas chegavam às editoras brasileiras, elas vinham sob a forma de um roteiro de montagem, que compreendia uma coleção de fotos e um texto, sendo indicado qual foto correspondia a qual texto. Cabia à equipe brasileira traduzir os textos, selecionar as fotos e os textos, fazendo as adaptações necessárias (algumas fotonovelas traziam duas opções de foto para a mesma cena, podendo ser mais ou menos ousada). Entre essas adaptações, estavam presentes àquelas exigidas pela censura. Ou seja, esse processo de montagem abre margens para que uma mesma fotonovela seja publicada com diferentes enfoques, de acordo com as censuras políticas e morais de determinado país. Dessa forma, uma vez que a fotonovela era considerada um “produto de exportação cultural”⁶, procurava-se produzi-la da maneira mais neutra possível, facilitando, assim, sua adaptação nos mais diversos países para os quais ela fosse exportada.

As fotonovelas eram produzidas visando seu público alvo: as mulheres. O que não quer dizer que este gênero não despertasse também o interesse de um público do sexo masculino. Na pesquisa de doutorado sobre fotonovelas de Isabel Sampaio⁷, por exemplo, das 11 pessoas, leitoras de fotonovelas em sua juventude, por ela entrevistadas, quatro eram homens. Porém, não resta dúvida de que as grandes consumidoras de revistas de fotonovelas eram as mulheres.

Com relação ao nível socioeconômico das leitoras de fotonovelas, Habert (1974) apresenta uma pesquisa que constata que a maior parte das leitoras encontra-se entre os estratos B e C. O critério utilizado, nesta pesquisa, para a estratificação, foi a posse de aparelhos eletrodomésticos (classe A: de 7 a 9 aparelhos; classe B1: de 5 a 6, classe B2: de 3 a 4; classe C: de 0 a 2). O resultado de uma pesquisa realizada pela revista *Capricho*, em 1959, a respeito de seu público foi: classe A: 12,3%, classe B1: 24,1%, classe B2: 32%, classe C: 31,6%.

Tais dados podem ser corroborados quando nos deparamos com a informação de Ecléa Bosi⁸ de que as revistas sentimentais eram a leitura preferida pelas operárias por ela entrevistadas na década de 1970, sendo a *Capricho* a referendada com maior frequência.

Habert enfatiza, em seu livro, que além de serem voltadas para mulheres de baixa renda, as fotonovelas são dirigidas para mulheres com pouca escolaridade.⁹ Pensando

6 HABERT, Angeluccia Bernardes. *Op. cit.*

7 SAMPAIO, Isabel Silva. **Para uma memória da leitura**: a fotonovela e seus leitores. Tese de Doutorado. Campinas, UNICAMP, 2008

8 BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular**: leituras de operárias. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

9 HABERT, Angeluccia Bernardes. *Op. cit.*

nas três mulheres por mim entrevistadas, assim como nas pessoas entrevistadas por Sampaio em sua pesquisa de doutorado, fico tentada a pensar que talvez realmente elas fossem consumidas mais por pessoas de camadas médias e populares, mas com relação à escolaridade, não creio que isso proceda. Tenho, comigo, a hipótese de que essas revistas possam ter circulado com mais força em cidades interioranas, especialmente pelo fato de as “modernidades”, como televisão e cinema, demorarem mais para chegar a esses locais.

É certo que a revista *Capricho*, assim como as demais que tinham a fotonovela como carro-chefe, era alvo de preconceito, uma vez que as fotonovelas nela publicadas eram taxadas de sublitteratura, bobagem, leitura vazia, leitura de mulher e, ainda, de uma maneira pejorativa, leitura de empregada doméstica. Faço aqui uma especulação: não seria talvez justamente o fato de serem revistas onde são abordados temas como amor, romance, algo estabelecido como pertencente ao universo feminino; um dos motivos para as fotonovelas serem vistas como algo de menor importância? Por que o termo “leitura de mulher” é utilizado como um adjetivo negativo? Por que algo é depreciado por ser uma “leitura de mulher”? Seguindo nesta linha de raciocínio, nem sempre a leitura de romances, incluindo aí as fotonovelas, era bem vista pelos pais e educadores. Dessa forma, desvalorizar a imagem deste gênero de revistas poderia ser uma tentativa de fazer com que moças e mulheres de família se mantivessem distantes de qualquer coisa que pudesse desvirtuá-las dos papéis que lhes eram incumbidos: ser uma boa esposa e uma boa mãe.

Independente de quem fossem suas leitoras – pois certamente uma revista que chegou a vender 500 mil exemplares em uma única edição, como é o caso da *Capricho*, pode ser tida como uma revista que ultrapassa qualquer barreira de classe social ou econômica – as editoras preocupavam-se em mantê-las e em conquistar novas adeptas. A receita era inovar, mas sem grandes mudanças. As editoras preocupavam-se tanto em manter as revistas como uma “cachacinha” para as antigas leitoras quanto em incorporar jovens leitoras.¹⁰ Algumas modificações puderam ser percebidas nas fotonovelas publicadas entre o início dos anos 1950 e o final dos anos 60, especialmente acerca do linguajar empregado pelos personagens e da qualidade das fotos utilizadas pelas histórias.

As fotonovelas deixaram de ser publicadas na *Capricho* no ano de 1982. Edgard Bohn, em sua pesquisa de mestrado, levanta a hipótese de que o enfraquecimento do dialogismo¹¹ existente entre as histórias veiculadas pelas fotonovelas e os demais textos publicados pela revista em questão, seria uma das causas que explicaria o fim da publi-

10 Ibidem.

11 Dialogismo é um conceito discutido por Mikhail Bakhtin (BAKHTIN, Mikhail. *The Dialogic Imagination: Four Essays* by M.M. Bakhtin. Texas: University of Texas Press, 1981) relacionado ao processo de interação que existe entre textos, ou seja, o texto não é visto isoladamente, mas sim correlacionado com outros discursos similares ou próximos. Para este autor, toda linguagem é dialógica. Umberto Eco (ECO, Umberto. *Lector in fabula*. São Paulo: Perspectiva, 1986) discute esta mesma questão ao utilizar o conceito de intertextualidade.

cação de fotonovelas pela *Capricho*.¹² Aliado a esta questão, é possível citar também tanto o acirramento do mercado editorial de revistas de fotonovelas, quanto o surgimento das telenovelas no final da década de 1960.

Tendo como base este histórico a respeito da fotonovela, é possível perceber o furor que esse tipo revista causou entre jovens dos anos 1950 e 1960 (e também dos anos 1970 e 1980), enfatizando a forte presença deste gênero de revistas no cenário editorial brasileiro. Entretanto, apesar de as revistas de fotonovela terem sido um fenômeno que marcou uma época, é exígua a produção de trabalhos científicos a respeito deste tema. Penso que um dos motivos seja o fato de a fotonovela carregar consigo os estereótipos citados anteriormente (subliteratura, leitura vazia...), dessa forma, não seria digna de ser alvo de um trabalho acadêmico. As fotonovelas estão no rol do que Certeau¹³ classificou como cultura ordinária, ou seja, a cultura daqueles considerados sem cultura. Esse tipo de material foi receber atenção do mundo científico apenas após o surgimento e desenvolvimento da Escola dos Annales. Entretanto, mesmo assim, as fotonovelas mantiveram-se no limbo acadêmico.

Fotonovelas e leitoras: um romance

A íntima relação entre leitoras e romances é de longa data, que o digam os romances de folhetim. No século XIX o folhetim ocupava posição de destaque em jornais franceses. Em meados deste mesmo século, este gênero chega ao Brasil de forma arrebatadora e com alcance popular. Entendido como “um modo particular de produção, de criação e de publicação romanesca do século XIX”¹⁴, o romance de folhetim é caracterizado como uma leitura de entretenimento, onde o suspense e o sentimentalismo imperavam. Uma vez que os romances de folhetim aspiravam a ser consumidos por um grande público e de diferentes procedências, eles carregavam consigo particularidades como a simplificação na caracterização de seus personagens, distribuídos de forma maniqueísta ao longo da história. Certamente o público alvo desses folhetins eram as mulheres (possível graças ao aumento da alfabetização feminina observado na mesma época). A relação mulheres e romances está presente, inclusive em obras literárias e na arte, onde as mulheres são retratadas como leitoras vorazes.

Em muito as fotonovelas se assemelham aos romances de folhetim, várias são as heranças por este deixadas, desde aspectos estruturais, até suas leitoras fiéis. A fotonovela, assim como o folhetim, era publicada inicialmente aos capítulos (continuando assim em várias revistas), criando uma aura de suspense e de expectativa envolvendo a leitora. Os temas das histórias também se parecem, sendo comum a seguinte trama: moça

12 BOHN, Edgard. *A revista Capricho: imaginário, ficção e realidade*. Dissertação de Mestrado. Universidade Paulista – Comunicação, 2007.

13 CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*: 1. Artes de Fazer. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

14 MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p. 416

pobre, órfã, sofre até alcançar felicidade ao casar-se com um homem, geralmente, belo e rico. Todas as histórias eram recheadas com muita emoção, lágrimas e, acima de tudo, muito amor. O amor, de fato, era a grande estrela: ele tudo supera, ele tudo vence. De acordo com Kothe, a “narrativa cor-de-rosa”, categoria na qual ele insere as fotonovelas, é constituída por dois terços de sentimento e um terço de aventuras (as tramas paralelas que nutrem a trama central que é a história de amor). Dessa forma, a novela cor-de-rosa seria uma “história ‘positiva’, em que prepondera o sentimento, a reprodução sobre a produção, sem que se entre na excitação de cenas íntimas nem na troca de fraldas.”¹⁵ Assim como as diversas matérias, cartas e imagens publicadas na maioria das revistas femininas da época, as histórias de amor consideradas adequadas perpetuam receitas de como bem se comportar, de como ser mulher, com o matrimônio e a indefectível prole decorrente como seus objetivos finais.

Para as jovens solteiras, com menos responsabilidades que suas mães, em meio aos afazeres domésticos, escolares ou profissionais com os quais se ocupavam, a leitura era uma das opções aceitáveis entre (poucas) outras, como o cinema ou os passeios com as amigas. A leitura prendia a jovem e a senhora em casa; podia ser feita nos intervalos entre o preparo das refeições e praticamente em qualquer lugar com luz suficiente. Embora moralistas alertassem para o fato de que livros podiam “colocar minhocas” na cabeça das mais tolas, era preferível tê-las entretidas dentro do lar que debruçadas na janela ou fofocando por aí, na melhor das hipóteses. Para contornar os perigos, bastava estar atento ao *tipo* de leitura acessível a elas.

A ideia de que o “mundo dos afetos, dos sentimentos e das emoções”¹⁶ é inerente ao universo feminino fez com que os editores apostassem em publicações que a espelhassem. As décadas de 1950 e 1960 foram o auge das fotonovelas no Brasil¹⁷. Sua leitura, assim como a de outras revistas femininas, ajudava a integrar as mulheres na sociedade urbana, divulgando modos e modas a serem seguidos e copiados. Ao mesmo tempo, proporcionava-lhes momentos de fuga, verdadeiras válvulas de escape necessárias à manutenção da paz nos lares. O mergulho realizado pelas leitoras nas tramas com final feliz lhes possibilitava momentos de alento e liberdade das obrigações de filha, mãe, esposa e dona de casa.¹⁸

15 KOTHE, Flávio. **A narrativa trivial**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994, p. 47.

16 CUNHA, Maria Teresa Santos. **Armadilhas da sedução**: os romances de M. Delly. Belo Horizonte: Autêntica, 1999, p. 25.

17 As revistas de fotonovela chegam ao Brasil na década de 1950, mantendo relativa popularidade até os anos 1980, quando deixam de ser publicadas. A primeira em 1951, sob o título Encanto (editora Artes Gráficas do Brasil). Em 1952 é lançada *Capricho*, com a novidade de trazer uma história completa em cada edição, e não em capítulos como as concorrentes; por este motivo chegou a vender mais de 500 mil exemplares em uma única edição nos anos 1960

18 RODRIGUEZ, Simone Meirelles. **Leitoras com o coração**: usos de leitura dos romances sentimentais de massa. Revista Letras, Editora UFPR, n. 65, p. 23-37, jan./abr. 2005, p. 35.

Como dito, o amor compreende um “super tema”¹⁹, um traço que todas as fotonovelas têm em comum. Nas vinte fotonovelas que analisei em minha pesquisa de doutorado, o amor está presente em todas. A grande maioria pode ser classificada como uma “história de amor legítima”, nas quais a relação amorosa entre um homem e uma mulher é o tema central. Em outras, mesmo que a trama central não seja em torno de um par amoroso o amor está presente e tem papel determinante, sendo ingrediente indispensável para um final feliz. Segundo Habert, o esquema básico da fotonovela compreende a seguinte operação:

Amor X obstáculo = amor. Onde o amor é construído como uma totalidade, um grande equilíbrio inicial. Os obstáculos (outras forças) rompem este equilíbrio. O amor, entretanto, é uma esfera solvente, dilui todos os problemas e obstáculos e passa a vigorar em toda a sua plenitude. Enquanto o amor é uma força eterna e a-histórica, os problemas e obstáculos são sempre manifestações existenciais.²⁰

Os obstáculos servem como elementos que nutrem as histórias, são eles que as dinamizam e as diferenciam. Entre os obstáculos mais comuns aparecem, por exemplo, a guerra, as calúnias e intrigas, as viagens e as diferenças sociais. Geralmente são os vilões os responsáveis por proporcionarem, ou acentuarem, essas situações de obstáculo. E por falar em vilões, os papéis são definidos desde o início da história, não havendo espaço para mudanças bruscas, ou seja, desde o começo sabe-se quem é bom e quem é mau, obedecendo a um princípio maniqueísta. Dessa forma, a redundância, apontada por Kothe como a lei básica da narrativa trivial, está instaurada nas fotonovelas, fazendo com que “muita coisa aconteça para que nada se altere substancialmente.”²¹

Integração e fuga

Pensando acerca da relação entre leitoras e fotonovelas, destacarei o que chamo de duas funções possíveis destas histórias: integrar as mulheres na sociedade urbana e proporcionar, a estas mesmas mulheres, um momento de fuga da vida cotidiana.

No que tange à possibilidade de inserir as mulheres na vida urbana, as fotonovelas serviriam como uma forma de apresentar a suas leitoras, e possíveis leitores, novos hábitos e comportamentos associados à vida urbana, trazendo, em suas páginas, modos e modas a serem seguidos e copiados, desde o corte de cabelo, os penteados e as roupas até maneiras de agir, de namorar, de sonhar. Independente do fato de as fotonovelas publicadas no Brasil serem, em sua grande maioria, importadas da Itália, esse processo

19 HABERT, Angeluccia Bernanrdes. *Op. cit.*, p. 94.

20 *Ibidem* p. 96.

21 KOTHE, Flávio. *Op. cit.*, p. 58.

identificatório com os padrões urbanos estava presente. Conversando informalmente com uma mulher que foi leitora de fotonovelas nos idos dos anos 1950, esta contou que um de seus grandes interesses ao ler uma fotonovela, era observar o modo como as mocinhas se vestiam e os penteados por elas usados para poder, assim, inseri-los em seu repertório cotidiano.

De acordo com Ortiz²², ao longo do tempo as fotonovelas passaram por um processo de nacionalização tanto do texto quanto da linguagem, da estrutura e das temáticas, procurando aproximar-se mais da realidade brasileira e, assim, conquistar maior público. Passou-se, inclusive, a produzir fotonovelas brasileiras, como é o caso da revista *Sétimo Céu*, tal como foi dito anteriormente. Uma das principais diferenças das histórias publicadas na Europa para as publicadas no Brasil reside na forte presença, naquele continente, de temas relacionados à aristocracia e seus conflitos com os plebeus. No Brasil, por seu turno, essas histórias não alcançavam muito sucesso. Optou-se, então, por explorar a presença de personagens urbanos, industriais, profissionais liberais, empresários; apesar de os heróis, especialmente, manterem alguns traços aristocráticos, como salienta Habert²³. Tal fato pode ser corroborado com a constatação de que, nas vinte fotonovelas analisadas, a grande maioria (quinze) tem como cenário o meio urbano, sendo histórias contadas no tempo presente (apenas quatro das fotonovelas analisadas acontecem em um período histórico diferente da atualidade).

Uma questão interessante se refere ao linguajar empregado nas fotonovelas. Como comentado anteriormente, algumas fotonovelas do final da década de 1960, passaram a adotar uma linguagem mais coloquial, permeada por gírias e expressões “moderninhas” Expressões que, muito provavelmente, uma moça do interior de Minas Gerais ou de Santa Catarina jamais teria ouvido, até se deparar com elas durante a leitura de uma fotonovela. Assim, fica claro o quanto o conteúdo veiculado nessas histórias viajava pelos mais longínquos espaços, apresentando e disseminando entre seus/suas leitores/as novidades da vida moderna e urbanizada, sendo, de fato, para aqueles que as liam uma “janela para o mundo”²⁴.

A segunda função das fotonovelas a qual me referi, diz respeito à evasão que este tipo de leitura poderia proporcionar às suas leitoras²⁵. São várias as autoras que discutem essa possibilidade, utilizando, para tanto, os mais diferentes termos: fuga, evasão, escapismo, fantasia.²⁶

22 ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001

23 HABERT, Angelucia Bernardes. *Op. cit.*

24 SAMPAIO, Isabel Silva. *Op. cit.*, p. 105.

25 Utilizo, na maior parte das vezes, a palavra “leitora”, no feminino, por se saber que eram as mulheres as grandes consumidoras das fotonovelas, mas não esqueço que também havia homens que liam essas histórias

26 Entre elas: HABERT, Angelucia B. *Op. cit.*, BOSI, Ecléa. *Op. cit.*, CUNHA, Maria Teresa Santos. *Op. cit.*, SAMPAIO, Isabel. *Op. cit.*, RODRIGUEZ, Simone Meirelles. *Op. cit.*, RADWAY, Janice A. *Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature*. North Carolina: The University of North Carolina Press, 1991.

Ao ler romances, categoria na qual a fotonovela se enquadra, as mulheres poderiam experimentar sensações diferentes das vivenciadas em seu cotidiano. Assim, a leitura de fotonovelas é tida, por suas leitoras, como uma chance de fugir de sua realidade e embarcar em um mundo de sonhos e fantasias. Encontrando alento nos finais felizes, nas histórias de amor, na felicidade incondicional alcançada da heroína.

Penso que neste momento seja interessante citar duas expressões, de diferentes autores, que se encaixam nesta discussão acerca dos romances como uma porta para sonhos, fantasias, fugas e devaneios. Falo do conceito de “estrutura de consolação” de Umberto Eco²⁷ e de “satisfação compensatória” de Theodor Adorno²⁸. Apesar de estes autores partirem de posições teóricas um tanto diversas, ousou associar estes dois conceitos que, a meu ver, trazem contribuições convergentes acerca do que se está discutindo.

Partindo-se da ideia de que as fotonovelas proporcionam às suas leitoras momentos de prazer e de fuga, ou, como denomina Janice Radway, de relaxamento e escapismo²⁹, é possível afirmar que a leitura dessas histórias propiciaria uma “satisfação compensatória”, uma vez que o ato de ler lhes despertaria a confortável sensação de que aquilo que a realidade não lhes oferece seria possível, ao menos, no campo do imaginário.

Nessa mesma direção, pode-se pensar que estes mesmos romances, ao mesmo tempo em que oferecem uma “satisfação compensatória” às suas leitoras, funcionam como uma “estrutura de consolação”, na medida em que aspectos comuns a esta estrutura como a vitória do bem contra o mal, o heroísmo dos fracos que, com um auxílio do destino, conseguem alcançar a felicidade e o sucesso; propiciam, igualmente, a sensação consoladora de que um final feliz é possível nem que seja, mais uma vez, apenas no mundo da imaginação.

Dessa forma, é possível pensar o quanto nas fotonovelas “as leitoras encontravam suas próprias vidas, vividas ou não vividas, idealizadas ou fantasiadas, ou expostas com prolixidade e fidelidade documentais.”³⁰ E o quanto, mesmo tendo noção do que era real e do que fazia parte de um mundo imaginário, essas mulheres traziam, para suas vidas reais, o desejo de viverem histórias semelhantes àquelas que liam.

A necessidade de uma leitura que facilite a fantasia e a evasão é reconhecida por Freud, uma vez que para o pai da psicanálise a imaginação possui uma função gratificadora. Nessa mesma direção, encontra-se a discussão desenvolvida por Campbell acerca da conexão existente entre o romantismo e o espírito do consumismo moderno, onde, para o autor, o maior desejo de um/a consumidor/a moderno não é por um produto em

27 ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

28 ADORNO, THEODOR. W. A indústria cultural. In COHN, G. **Comunicação e indústria cultural: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade**. São Paulo: Nacional, 1975.

29 RADWAY, Janice. *Op. cit.*

30 MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p.265.

si, mas sim por um romance. Isso se deve ao fato de o/a consumidor/a acreditar que o consumo de certo produto lhe traria a possibilidade de viver experiências até então não vivenciadas na realidade. Sendo as fotonovelas tidas dessa forma como o produto a ser consumido, é possível refletir que o grande motivador do consumo de fotonovelas e de romances em geral seja o fato de estas histórias virem carregadas de sonhos e devaneios românticos, proporcionando gratificação às suas leitoras. Assim, ao ler um romance, a leitora sente-se confortada e gratificada, mas, em seguida, se frustra ao perceber que sua realidade é bem diferente daquela idealizada. O próximo passo é esperar, ansiosamente, pelo próximo capítulo, ou pela próxima revista, a fim de poder experimentar novamente a sensação de satisfação e de realização.³¹ Dessa forma, fica estabelecido o que Baudrillard chama de ciclo de gratificação e frustração, ou, como diz Campbell, o ciclo de desejo-aquisição-desilusão-desejo renovado.³²

O mergulho realizado pelas leitoras nas tramas contadas pelas fotonovelas lhes possibilitava ter um momento só para si, longe de suas obrigações como filha, mãe, esposa e/ou dona de casa.³³ Ou seja, uma fuga das suas obrigações domésticas, dos afazeres cobrados por seus pais. Eram suas “horas de liberdade”³⁴.

Olhando sob esse viés, é possível pensar na leitura de romances, de fotonovelas, como uma subversão, tal como Radway conta ao revelar que suas entrevistadas viam o ato de ler romances como uma ação combativa:

It is combative in the sense that it enables them to refuse the other-directed social role prescribed for them by their position within the institution of marriage. In picking up a book (...) they refuse temporarily their family's otherwise constant demand that they attend to the wants of others even as they act deliberately to do something for their own private pleasure.³⁵

Se acrescentarmos aí o fato de a leitura de romances ser mal vista e até proibida por muitos pais, escolas e pela Igreja Católica, acredito que o caráter subversivo fica ainda mais evidente. Esta pode ser vista como mais uma herança deixada pelos romances de folhetim às fotonovelas, uma vez que tanto um quanto o outro eram tidos, para muitas pessoas, como algo ameaçador à moral das moças e mulheres de família. Entretanto, mesmo com todas as proibições e críticas aos romances de folhetim e, posteriormente,

31 Nessa direção é interessante relatar o comentário de uma das entrevistadas de Radway, ao afirmar que a leitura de romances era, para algumas mulheres, um vício como o consumo de álcool é para certas pessoas.

32 Discussão muito próxima a esta, em torno da temática de gratificação e frustração, é desenvolvida no capítulo sobre a publicidade. Nas considerações finais discuto a proximidade entre publicidade e fotonovela.

33 Esta questão é discutida com maestria por RADWAY, Janice A. *Op. cit.*

34 RODRIGUEZ, Simone Meirelles. *Op. cit.*, p. 35.

35 RADWAY, Janice A. *Op. cit.*, p. 211. “É combativa no sentido de que as habilita a recusar o outro papel social que lhes é prescrito por sua posição dentro da instituição casamento. Ao escolherem um livro (...) elas recusam temporariamente a de outro modo constante demanda de sua família para que atendam a desejos de outros, mesmo se elas estão deliberadamente fazendo algo para seu próprio prazer.” (livre tradução).

à fotonovela (tida como uma subliteratura) cada vez mais mulheres eram “capturadas” pelas tramas presentes nos romances. Sampaio³⁶, em sua pesquisa, encontrou, entre as suas entrevistadas, falas que apontavam também para a interdição e crítica à leitura de fotonovelas, seja pelos pais ou pela escola. Assim, tornava-se necessário entre as leitoras encontrarem subterfúgios e estratégias para garantir seus momentos de intimidade com as histórias românticas das fotonovelas, podendo, dessa forma, “construir e afirmar sua identidade e individualidade, e nem sempre de forma ‘passiva’ ou ‘alienada’, como sempre acreditaram os críticos da dita ‘literatura feminina.’”³⁷

Certamente a quantidade de críticas desferidas às fotonovelas, tal como foi falado anteriormente, associando-a a uma subliteratura alienante, perniciososa e vazia, é muito maior do que a discussão de aspectos positivos que este tipo de leitura possa suscitar. Além de ser um ato de liberdade das atividades cotidianas e de subversão, Sampaio destaca o fato de as fotonovelas, uma vez que proporcionavam momentos de prazer, terem servido como uma porta para o desenvolvimento de um gosto pela leitura, inserindo, em suas leitoras, o hábito desta prática. Dessa forma, diferente de muitos argumentos que afirmam que a leitura de histórias românticas provocaria a alienação intelectual e a massificação de suas leitoras, esta autora traz que ler estas histórias não parece ter diminuído a capacidade crítica das mulheres e homens que consumiam as revistas deste gênero.

Essas questões positivas com relação às fotonovelas trazem, embutidas, a constatação, tão bem discutida por Certeau³⁸, de que a leitura está longe de ser uma atividade passiva.³⁹ As interpretações feitas pelas leitoras, do conteúdo presente nas fotonovelas, não são um processo mecânico, ou seja, as leitoras não são passivas, meras espectadoras apenas absorvendo as mensagens enviadas. As leitoras, então, possuem agência, são como autoras, que estabelecem uma relação ativa com a cultura, permeada tanto por movimentos de aceitação quanto de oposição, confronto e indiferença. Ou, como fala Certeau, a leitora desenvolve uma produção silenciosa, onde coloca no texto lido

36 SAMPAIO, Isabel. *Op. cit.*

37 *Ibidem*, p. 88

38 CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

39 Acerca desta questão merecem ser citados também os Estudos de Recepção. Nesta área, preconiza-se que é na interação com os receptores que as mensagens ganham sentido, assim, a ênfase recai não sobre o emissor, o texto ou a obra, mas sim nas suas possíveis leituras. Há uma consolidada escola de estudos de recepção de mídia que tem discutido o fato de a leitura não ser uma atividade passiva. Entre seus expoentes estão: Jesus Martin-Barbero (BARBERO, Jesus Martin. *De los medios a las mediaciones: comunicacion, cultura y hegemonia*. México: G. Gili, 1997.), Néstor Garcia Cancline (CANCLINE, Néstor García. *Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo, Edusp, 1998.), Nilda Jacks (JACKS, Nilda. *Querência: cultura regional como mediação simbólica*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.); Gilka Girardello (GIRARDELLO, Gilka. *Televisão e Imaginação Infantil: Histórias da Costa da Lagoa*. Tese de doutorado. ECA-USP, 1998.). Grande parte destes/as se baseia nas reflexões de Umberto Eco (ECO, Umberto. *The role of the reader: explorations in the semiotics of texts*. London, Hutchinson, 1983) e de Mikahil Bakhtin (BAKHTIN, Mikahil. *The Dialogic Imagination: Four Essays by M.M. Bakhtin*. Texas: University of Texas Press, 1981.).

o seu próprio mundo, transformando (assim como a um apartamento alugado, como sugere Certeau) aquilo que é do outro com elementos de sua própria história, tornando, assim o texto “habitável”.

As revistas de fotonovelas eram facilmente acessadas por suas consumidoras. Mesmo as que não as podiam comprar, por motivos financeiros, as emprestavam de amigas, ou as liam na sala de espera de salões de beleza, de consultórios médicos ou de costureiras. Entretanto não era a grande disponibilidade dessas revistas o principal motivador para a leitura destas histórias, mas sim o prazer e os sonhos que estas proporcionavam às suas leitoras. Ao folhear as páginas de uma fotonovela a leitora entrava em contato com outras realidades, e a partir delas a leitora poderia atuar sobre sua própria história, questionando seus hábitos, seus modos. Longe de consumir passivamente, de meramente copiar e reproduzir aquilo que lia e via, a leitora poderia utilizar as informações advindas das leituras em táticas que lhe possibilitassem transformar seu próprio universo⁴⁰.

De onde se conclui a relevante participação da prática de leitura das histórias contadas nas fotonovelas na constituição de subjetividades daquelas mulheres que estabeleciam, com este gênero de leitura, uma relação de amor, com tudo a que um relacionamento amoroso tem direito: paixão, felicidade, raiva, tensões, obstáculos sonhos, desilusões e muito, muito amor.

Referencias bibliográficas

ADORNO, THEODOR. W. A indústria cultural. In COHN, G. **Comunicação e indústria cultural: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade.** São Paulo: Nacional, 1975.

BOHN, Edgard. **A revista *Capricho*: imaginário, ficção e realidade.** Dissertação de Mestrado. Universidade Paulista – Comunicação, 2007.

BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular: leituras de operárias.** 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de Fazer.** 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

CUNHA, Maria Teresa Santos. **Armadilhas da sedução: os romances de M. Delly.** Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados.** 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

HABERT, Angeluccia Bernardes. **Fotonovela e Indústria Cultural: estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões.** Petrópolis: Vozes, 1974.

KOTHE, Flávio. **A narrativa trivial.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura.** 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

40 SAMPAIO, Isabel. *Op. cit.*

MEYER, Marlyse. **Folhetim**: uma história. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

RADWAY, Janice A. **Reading the romance**: Women, patriarchy and popular literature. North Carolina: The University of North Carolina Press, 1991.

RODRIGUEZ, Simone Meirelles. Leitoras com o coração: usos de leitura dos romances sentimentais de massa. **Revista Letras**, Editora UFPR, n.65, p. 23-37, jan./abr. 2005.

SAMPAIO, Isabel Silva. **Para uma memória da leitura: a fotonovela e seus leitores**. Tese de Doutorado. Campinas, UNICAMP, 2008.

História da Mídia Sonora

A propaganda eleitoral no rádio: aspectos históricos e legais

Ébida Rosa dos Santos¹

Resumo: O presente artigo se dedica a fazer um resgate histórico de momentos de encontro entre o rádio e a política, lembrando processos realizados com fins eleitorais e também de mobilização pública. O primeiro aspecto discutido envolve a história do veículo e sua apropriação por políticos como Getúlio Vargas, além de momentos marcantes de mobilização realizada por meio do veículo, como em apoio à Revolução Constitucionalista. Num segundo momento, destaca-se o processo legal do uso do horário eleitoral no rádio, retomando desde a primeira legislação em 1950 até o momento em que adquire o formato atual. É pautada também, ainda que de forma breve, a discussão sobre os custos que envolvem a transmissão do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) pelo rádio e pela televisão no formato adotado atualmente, onde os partidos e/ou coligações não pagam pelo espaço, nem podem comprá-lo de forma isolada.

Palavras-chave: História do Rádio; Propaganda Eleitoral Radiofônica; Lei Eleitoral; Política.

O rádio como aliado político

A estreia do rádio no país, em 7 de setembro de 1922, no Rio de Janeiro, pode ser considerada um marco do uso político do veículo no país. Naquela ocasião, quando se comemorava o centenário da Independência brasileira, foi realizada a primeira transmissão radiofônica com o discurso do presidente Epitácio Pessoa. Como aponta Zuculoto (2012, p. 36), o então presidente, ao utilizar o rádio nessa data, tinha como objetivo “amenizar o clima de tensão política que atingia o país”, pois a população estaria descontente com o resultado da eleição presidencial que elegeu Artur Bernardes com o seu sucessor.

A partir dessa primeira transmissão iniciou-se o período de experimentações e consolidação do rádio, que se estendeu até meados da década de 1920, marcado pelos programas musicais e pela tentativa de instituir uma programação eminentemente cul-

¹ Mestranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina/Bolsista Capes. Trabalho orientado pela professora doutora Valci Zuculoto. E-mail: ebidasantos@gmail.com

tural, que incluía a transmissão de óperas, concertos e palestras culturais. As emissoras “eram mantidas basicamente através da contribuição de seus associados, que pagavam uma taxa mensal, além de doações de entidades privadas” (HAUSSEN, 2001, p. 23) e como os aparelhos receptores ainda eram caros e poucos, os ouvintes pagavam ao Estado uma taxa pelo uso das ondas. Assim a programação se manteve, embora não cobrindo todos os horários, até que a propaganda ganhasse relevância e pudesse então ser a fonte de sustentação financeira do meio.

O panorama começa a mudar no período entre 1925 e 1930, quando o rádio começa a se firmar como meio comercial, com inserção de anúncios durante a programação, momento que coincide com o melhoramento técnico do sistema de transmissão e a popularização dos aparelhos. Como aponta Perosa (1995), na década de 1930 o país passa por um processo de reformulação nas relações socioeconômica e política, onde o Estado atua de forma determinante. É nesse cenário que o rádio vai se destacar como ferramenta política capaz de influenciar fortemente as relações de poder, especialmente no período de vai de 1930 à 1945, com a Era Vargas.

Como reconhecimento às mudanças na economia, a partir do crescimento dos centros urbanos e do surgimento das massas assalariadas com poder de consumo, viria a legalização da veiculação de anúncios publicitários, em 1932. Os Decretos Lei números 20.047, de maio de 1931, e 21.111, de março de 1932, respectivamente, regulamentavam o funcionamento do setor radiofônico, estipulando uma limitação de 10% do tempo total de programação para a veiculação de propagandas (CALABRE, 2004). Nesse período o rádio já estava comprometido com a veiculação de anúncios, que garantiam sua sobrevivência. O que aconteceu, após esse processo, foi a exploração e disputa do mercado disponível pelas emissoras, procurando alcançar o patamar organizativo de empresas que visam lucro. Em 1934, o limite de tempo para propaganda foi ampliado, pelo governo, para 20% do total de cada programa (REIS, 2008).

Para Ortriwano (1985, p. 15), o processo de comercialização de espaços no rádio causou uma “retransfiguração”, levando o que se considerava erudito, educativo e cultural a ser de cunho popular, com o objetivo de divertir e entreter o público. Com a atração da audiência, conseqüentemente é despertado o interessados patrocinadores, tornando esse momento decisivo para o rádio, pois, como aponta Zuculoto (2011, p. 2), “iniciava-se, então, o sistema que mais se desenvolveu e hegemônizou as ondas radiofônicas no Brasil: o comercial”.

Com a conquista de reconhecimento público enquanto veículo de comunicação de massa, é cada vez mais nítida a possibilidade de usá-lo para promover interesses segmentados. Essa apropriação é feita por personalidades políticas com fins partidários e eleitorais ou mesmo a legitimação de discursos ideológicos e institucionais. Prova disso é que ainda em 1932 evidencia-se mais um momento de mobilização política do rádio no Brasil, coma Revolução Constitucionalista. Essa revolução foi representada por dois movimentos armados. O de oposição, sediado em São Paulo, buscava restabelecer o

resultado da eleição democrática de 1930, cujo presidente eleito foi Júlio Prestes, em substituição a Washington Luiz; e o de situação, no Rio de Janeiro, respaldava o golpe de Getúlio Vargas, que havia tomado o poder à força com o discurso de que salvar ia a nação. Em julho de 1932, a revolução que estava sendo planejada há mais de um ano toma as ruas em conflito que dura quase três meses.

Nesse período aconteceu uma espécie de enfrentamento entre as emissoras Philips, que era carioca, e Record, paulista, que tomaram posições políticas diferentes e travaram uma batalha de argumentos onde uma procurava desmentir o que a outra informava. A Record, inclusive com o uso de alto falantes instalados em frente à sede da emissora, permitia a transmissão de manifestos do movimento estudantil e de mensagens patrióticas contra o governo getulista. Assim, a emissora pioneira em permitir que políticos falassem em seus microfones, “conclamou o povo em favor da causa política” (ORTRIWANO, 1985, p. 17), levando seu apresentador César Ladeira a ser conhecido como o locutor oficial da Revolução.

O poder ideológico do rádio entra em ação a partir do regime implantado em 1930, que o identifica como um instrumento com capacidade de promover interesses. O objetivo político de Getúlio Vargas era transmitir a ideia de unificação nacional e também de reforçar uma conciliação entre as classes sociais (FERRARETTO, 2001). Assim, em 1935, o então presidente exigiu das emissoras um espaço oficial para a implantação da “Hora do Brasil”.

Através do programa diário, que deveria ter alcance nacional, Vargas pretendia divulgar notícias de seu interesse, além de propagandas ideológicas calcadas nos conceitos e valores morais, intelectuais e políticos que defendia.

Porém, o objetivo de que a “Hora do Brasil” atingisse todo o país só seria alcançado em 1939, quando passa a ser produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP (MOURA, 2009). Pinheiro (2008, p. 79) observa que, com a criação do DIP, já acontecia “o início de um trabalho profissional com vistas à consolidação da imagem pública do presidente da República e a adoção de elementos das propagandas nazista e fascista na construção do marketing político brasileiro”. O Departamento de Imprensa e Propaganda foi criado com a função de coordenar e fiscalizar todas as ações de propaganda nacional, interna e externa, além de censurar, entre outros, as peças teatrais, o cinema e o próprio rádio, cuja programação passa a ser monitorada com a colocação de censores nas emissoras, ação denominada censura prévia, por meio da qual controlavam o que seria divulgado. Perosa (1995) aponta que essa intensa propaganda institucional permitiu que o rádio experimentasse também um grande desenvolvimento, chegando a locais mais distantes das grandes cidades.

Em 1945 viria o fim do Estado Novo e os primeiros passos da redemocratização puseram fim também ao DIP e à censura prévia, conforme Ferraretto (2001), embora a “Hora do Brasil” tenha continuado no ar. Em 1946 o seu nome muda para “Voz do Brasil”, que ainda hoje se constitui num instrumento de divulgação de informação go-

vernamental. Hoje, o programa vai ao ar diariamente, de forma obrigatória, em todas as emissoras de antena, das 19 às 20 horas, repassando informações, em formato jornalístico, sobre os poderes constituídos: Executivo (Presidência da República), Legislativo (Câmara e Senado) e Judiciário.

O período entre as décadas de 1940 e 1950 foi onde o rádio alcançou o auge de seu desenvolvimento, com os programas de auditório, de humor e as radionovelas. Também se consolidava um radiojornalismo mais estruturado, marcado, por exemplo, pelo Repórter Esso, que foi ao ar pela primeira vez no Brasil em 1941 pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. O noticiário, que divulgava, num primeiro momento, principalmente informações sobre a II Guerra Mundial, se manteve no ar por 27 anos (KLÖCKNER, 2008). Destaca-se ainda o “Grande Jornal Falado Tupi”, que estreou na rádio Tupi de São Paulo em 1942, com uma hora de noticiário. Esses dois programas marcam a transição do radiojornalismo que era apenas releitura de jornais para a produção radiofônica exclusiva, onde se busca o desenvolvimento de uma linguagem própria e capaz de atender cada vez melhor as demandas do público.

O rádio manteve-se forte na área publicitária até 1950, quando começaram a chegar no país os primeiros aparelhos de televisão. As duas mídias dividiram o mercado de forma equitativa até a televisão superar suas dificuldades técnicas e desenvolver uma linguagem própria. Na década de 1960, a TV se populariza e o rádio perde espaço no palco publicitário.

Em 1962 foi implantado o Código Brasileiro de Telecomunicações, que fixou em 25% da programação o tempo máximo para difusão de propaganda no rádio e na TV (REIS, 2008).

A legalização do espaço destinado à propaganda eleitoral viria em 1950. Embora os primeiros espaços não fossem pagos, por partidos políticos ou pelo governo, as emissoras eram obrigadas a disponibilizá-los. Entre 1950 e 1960 o destaque das campanhas eleitorais ficou com os *jingles*, que começavam a despontar. Entre eles estão o “Retrato do Velho”, de Getúlio Vargas em 1950; o *jingle* de Juscelino Kubitschek, em 1955, que o elogiava; e o de Jânio Quadros em 1960, chamado “Varre varre vassourinha” (PRADO, 2010). Ainda não se estruturavam programas com o refinamento e o investimento financeiro atual, pois, como citamos, o rádio estava em fase de consolidação de uma linguagem própria.

Em 1961, mais um momento marcante na história do país diretamente relacionada ao rádio e à política. O presidente, à época, Jânio Quadros, havia renunciado e, segundo determinação legal, o seu vice, João Goulart, deveria assumir a presidência. Porém, aproveitando que Goulart estava fora do país, os militares impediram a sua posse. Revoltado com a posição tomada pelos militares, o então governador do Rio Grande do Sul, Leonel de Moura Brizola, denuncia o golpe e mobiliza o povo para a resistência, através do rádio. Como as rádios Difusora e Farrroupilha haviam sido fechadas pelo governo federal, porque divulgaram os manifestos de Brizola, a Guaíba, que ainda estava no ar,

“teve seus estúdios transferidos para o Palácio Piratini e seus transmissores, na Ilha da Pintada, passaram a ser vigiados por 200 homens da Brigada Militar” (FERREIRA, 1997, p. 6). Assim foi instituída a Cadeia da Legalidade, cuja programação era retransmitida por cerca de 150 outras emissoras de todo o país e até do exterior, por ondas curtas.

A imagem de Brizola, reproduzida pela história, nessa ocasião, é de um político sentado à mesa de estúdio improvisado, com o microfone numa mão e, na outra, uma metralhadora. O golpe de 1961 não ganhou respaldo social ou político, e João Goulart assumiu o poder até 1964, quando nova tentativa de golpe militar o tirou do poder, encaminhando o país para a Ditadura Militar.

O espaço político-eleitoral no rádio

O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) é um espaço reservado legalmente a candidatos a cargos proporcionais e majoritários, transmitido por emissoras de rádio e televisão de todo o país, simultaneamente. Muitas controvérsias envolvem as definições históricas e legais de quando foi implantado o HGPE. Nesse sentido tentamos trazer uma contribuição através de autores que referem o tema e, principalmente, a partir da consulta às leis publicadas.

De acordo com Oliveira (2008), o espaço midiático para os candidatos surgiu com a instituição do código eleitoral em 24 de julho de 1950. A lei número 1.164, desse ano, no artigo 130, faz os seguintes apontamentos:

As estações de rádio, [...] nos noventa dias anteriores às eleições gerais de todo o país ou de cada circunscrição eleitoral, reservarão diariamente duas horas à propaganda partidária, sendo uma delas pelo menos à noite, destinando-as, sob rigoroso critério de rotatividade, aos diferentes partidos, mediante tabela de preços iguais para todos. (BRASIL, 1950).

O horário destinado à propaganda eleitoral era inicialmente pago. Embora Oliveira (2008, p. 95) afirme que “o horário eleitoral gratuito é obrigatório no rádio desde 25 de julho de 1955 – lei número 2.550”, essa legislação, através do artigo 78, explicita apenas que “as estações de radiodifusão irradiarão gratuitamente, durante meia hora por dia e durante 2 (dois) meses antes de cada pleito, um programa organizado pela Justiça Eleitoral [...]”. Nesse espaço gratuito cabiam apenas informações a serem repassadas pela Justiça Eleitoral, não dando margem à compreensão de que o mesmo será usado pelos candidatos da forma como ocorre hoje. A lei previa também que o programa, mesmo sendo da Justiça Eleitoral, repassasse informações sobre comícios e os diversos partidos. A propaganda gratuita só se efetivou através da Lei número 4.115, de 22 de agosto de 1962, embora a propaganda paga ainda coexistisse com a gratuita até 1974 (JORGE, 1997).

Mais tarde, em 1965, a lei 4.737, reforça através de seu artigo 24, que “toda propaganda eleitoral será realizada sob a responsabilidade dos partidos e por eles paga,

imputando-lhes solidariedade nos excessos praticados pelos seus candidatos e adeptos”, tendo sido vetado o artigo 250 que tratava da instituição da propaganda gratuita. Somente em maio de 1966, este artigo foi alterado, através da lei 4.961, ficando com a seguinte redação:

Nas eleições gerais de âmbito estadual ou nacional, televisão de qualquer potência, inclusive as de as estações de radiodifusão e propriedade da União, Estados, Territórios ou Municípios, reservarão, nos sessenta dias anteriores à antevéspera do pleito, duas horas diárias para a propaganda eleitoral gratuita, sendo uma delas à noite, entre vinte e vinte e três horas, conforme instruções, providências e fiscalização da Justiça Eleitoral, para o efetivo cumprimento do preceituado neste artigo. (BRASIL, 1966).

Silva (2002 *apud* FRANÇA, 2010, p. 48) indica que “em 1974, a lei Etelvino Lins (senador da Arena, partido do governo) acabou com a propaganda eleitoral paga em rádio e TV e limitou o espaço e o conteúdo que poderia ser comprado em jornais e revistas”, ficando a propaganda nesses veículos, conforme artigo 12, restrito ao horário gratuito. Procurando tornar as regras de veiculação das propagandas mais rígidas, em 1976 foi outorgada a Lei Falcão, número 6.339, que determinava como deveria ser utilizado o espaço eleitoral:

- I - na propaganda, os partidos limitar-se-ão a mencionar a legenda, o currículo e o número do registro dos candidatos na Justiça Eleitoral, bem como a divulgar, pela televisão, suas fotografias, podendo, ainda, anunciar o horário local dos comícios;
- II - o horário da propaganda será dividido em períodos de cinco minutos e previamente anunciado;
- III - a propaganda dos candidatos às eleições em um município só poderá ser feita pelas emissoras de rádio e televisão, cuja outorga tenha sido concedida para esse mesmo município, vedada a retransmissão em rede. (BRASIL, 1976).

Essa legislação foi a última criada dentro de um regime autoritário. A partir de 1988, com a promulgação da atual Constituição Brasileira, foi garantido o acesso gratuito, pelos partidos políticos, ao rádio e a televisão (art. 17, parágrafo 3º). Jorge (1997) aponta que, mesmo com a Constituição, ainda não estava proibida a veiculação de propaganda paga no rádio e na televisão e que essas restrições seriam reguladas pelas leis específicas para cada pleito.

A partir dessa legislação, passamos a ter o horário eleitoral gratuito como conhecemos hoje, sofrendo pequenas alterações. A última mudança aconteceu em 2009 quando a lei 12.034 alterou: a) a Lei dos Partidos Políticos, número 9.096 de 1995; b) a lei que estabelece normas para as eleições, número 9.504 de 1997; e c) a lei 4.737, já citada, que instituiu o Código Eleitoral. Nessa nova legislação é mantida a determinação de que a

propaganda político-partidária no rádio e na televisão estará limitada aos horários gratuitos e que as emissoras reservarão, nos 45 dias anteriores à antevéspera² das eleições os espaços destinados à divulgação da propaganda eleitoral gratuita, conforme determina a Justiça Eleitoral.

Um “horário gratuito” para a propaganda eleitoral

O fato de os meios de comunicação serem considerados fortes canais de influência sobre a opinião do público foi um dos motivadores para a legalização do uso dos mesmos pelos partidos políticos, principalmente em período eleitoral. O espaço reservado à propaganda eleitoral é chamado gratuito porque não requer que os partidos e coligações dispensem dinheiro para pagar pelo espaço de veiculação na mídia radiofônica e televisiva.

Reis (2010) explica que a atual forma de financiamento é de caráter público indireto, pois é o Estado quem arca com os custos de veiculação nessas mídias. O que caracteriza o financiamento como indireto é o fato de o dinheiro não passar pelas contas bancárias do partido ou da coligação, sendo pago às emissoras através de compensação fiscal prevista na Lei Eleitoral. Todas as emissoras são obrigadas, por lei, a transmitir os programas eleitorais, estando sujeitas à multa em caso de descumprimento. Além disso, um dos fatores que facilitam essa cobrança é as emissoras serem concessões públicas, exploradas com caráter de serviço público.

A discussão sobre o valor financeiro envolvido na compra dos espaços midiáticos no rádio e na televisão envolve, principalmente, afirmações como a de que o governo, com a compensação fiscal dada às emissoras pela transmissão dos programas, deixa de arrecadar impostos que beneficiariam toda a sociedade. As emissoras têm a restituição de seus custos em até 80% do valor total, considerando os preços de venda dos espaços publicitários praticados nos 90 dias anteriores ao início da propaganda. Autores como Eugênio Bucci (2012, online/s.p) defendem que o valor investido em propaganda eleitoral, que na última eleição presidencial chegou a 850 milhões de reais, já reflete boa parte de um financiamento público de campanha que tem sido discutido na esfera pública.

O fato de não ser permitida a compra direta dos espaços no rádio e na televisão é uma tentativa de manter um equilíbrio entre os candidatos, sem que as campanhas com menos recurso financeiro sejam prejudicadas. Ainda assim, apenas com essa medida não é eliminada a discrepância no tempo que cada candidato ganha para falar com o eleitor, pois as coligações, por exemplo, muitas vezes com dezenas de partidos, acabam definindo se o tempo será maior ou menor e isso também é levado em consideração no momento de selar as alianças. Um exemplo é caso da eleição presidencial de 2010, onde as coligações dos dois principais candidatos possuíam quase metade do tempo total. A coligação representada por Dilma Roussef tinha 10 minutos, 38 segundos e 54 centésimos

2 O termo antevéspera é utilizado para caracteriza o encerramento do HGPE, que se dá dois dias antes da eleição.

mos, enquanto a de José Serra dispunha de 7 minutos, 18 segundos e 54 centésimos. O tempo das outras sete coligações variou entre 55 segundos e um minuto e 23 segundos.

Considerações finais preliminares

O rádio, desde o seu surgimento, utilizando a tecnologia de transmissão em ondas curtas, e hoje com os recursos de transmissão digital e as possibilidades da internet, é um veículo de comunicação de massa. Essa característica se deve às suas amplas abrangências de público e geográfica, que permite alcançar lugares remotos, e também à capacidade de transmitir a mesma mensagem para audiências distintas, que incluem cultos e analfabetos, bastando apenas que estejam aptos e dispostos a ouvir. A possibilidade de chegar a todos os públicos o tornava – e ainda o mantém como – uma ferramenta potencial para mobilizar a opinião pública, em toda sua diversidade, e não demoraria a ser descoberta e utilizada com fins político-eleitorais.

Consideramos que o uso político do rádio no Brasil pode ser dividido em três grandes momentos. O primeiro compreende de 1930 a 1945, onde através do seu regime ditatorial, Getúlio Vargas regula o sistema de rádio e o uso da propaganda, vindo a utilizá-lo para impor seus ideais políticos de unificação nacional. O momento seguinte, pós Vargas, dá início ao processo de regulação do uso dos meios de comunicação pelos partidos e candidatos, marcado novamente pela censura e cerceamento da liberdade de imprensa e de expressão, com o regime militar, que vai do golpe de 1964 até 1985. Como marco para o terceiro período, consideramos a Constituição de 1988, que restitui a liberdade de atuação da imprensa e garante acesso gratuito, pelos partidos políticos, ao rádio e a televisão, com a constante atualização da legislação para acompanhar cada pleito.

Assim, depois idas e vindas, o uso do rádio para apolítica parece ter encontrado um ponto de equilíbrio e se converte em um espaço em que, usando de diversas estratégias, os candidatos apresentam aos ouvintes suas propostas e sua avaliação do cenário que o país vivencia. Compartilhamos da visão de Panke e Cervi (2011, p. 392), que apontam o HGPE como uma “importante fonte de informações para os e leitores” e que além da função de informar e expor a imagem pública dos candidatos, o espaço se torna importante porque “indica aos eleitores o início do ‘tempo da política’, o momento em que a política entra nos espaços privados das famílias, através da televisão e do rádio, invertendo a lógica do debate político” (PANKE; CERVI, 2011, p. 392).

Prezotto (2008) aponta que na eleição presidencial de 2006, os dois candidatos e suas respectivas coligações, que disputaram o segundo turno, juntos arrecadaram aproximadamente 137 milhões de reais em doações, de empresas do setor financeiro, da construção civil e do setor petroquímico e de minério. Considerando esse estudo, podemos supor que, se os candidatos precisassem contratar o serviço de divulgação radiofônica e pagar o valor que hoje é custeado pelos cofres públicos, as campanhas se tornariam ainda mais caras do que já são. Além disso, os partidos precisariam fazer

mais alianças e receber mais patrocínio, o que poderia comprometer a legitimidade do processo eleitoral uma vez que o candidato estaria cada vez mais “preso” pelos acordos fechados.

As doações, tanto de pessoas físicas quanto jurídicas, são limitadas pela Lei Eleitoral quando se trata de campanhas eleitorais, porém, não há limites para as doações a partidos políticos, o que deixa em aberto um caminho alternativo para o direcionamento de recursos para as campanhas, que podem ir além dos limites estabelecidos na legislação vigente. Obviamente, com mais recursos, os candidatos conseguem causar um impacto visual maior de sua campanha, o que se reflete diretamente na produção dos materiais de campanha e na própria contratação de profissionais renomados da área da comunicação.

Nesse primeiro momento, o que se pode observar concretamente, por exemplo, nas propagandas político-partidárias³, é a disparidade na qualidade dos materiais produzidos, o que já denota que há grande diferença nos recursos financeiros que são investidos pelos partidos. Como reflexo disso, têm-se a baixa qualidade estética dos programas dos partidos com menos poder aquisitivo. Isso também interfere na forma de recepção da mensagem, pois a qualidade do áudio (voz do locutor e efeitos utilizados), do texto e a linguagem adotada podem atrair ou repelir a atenção do ouvinte e estão diretamente relacionadas à qualidade dos profissionais envolvidos na produção do conteúdo.

Também se observa uma mudança no padrão final dos programas, quanto ao formato em que o conteúdo é disposto. Além de divulgar o nome e o número do candidato, as estratégias envolvem novas formas de persuasão. Nos programas de candidatos com maior tempo disponível, as técnicas de convencimento estão camufladas em diálogos entre locutores, e ultimamente na adoção de modelos jornalísticos, como reportagens e notícias, como a para obter credibilidade.

Mas, apesar do papel de integração da audiência no processo eleitoral, perduram discussões e críticas sobre a utilidade desse espaço e o custo que gera, apesar de se dizer gratuito. Dessa forma, outra possibilidade a ser considerada em um cenário de responsabilidade das coligações/candidatos pelos custos de propaganda em mídia audiovisual seria a de que, por não terem condições de pagar pelo espaço, ou sob essa alegação, os candidatos poderiam optar por excluir algumas emissoras da lista de retransmissão, deixando uma parcela de ouvintes-eleitores ausentes desse processo. Sendo assim, os programas deixariam de cumprir seu papel de levar informação ao cidadão, interferindo em um aspecto fundamental no processo democrático, que é o acompanhamento de todo o processo eleitoral pelo público.

É inegável que, ao adquirir esse caráter persuasivo-informativo, o HGPE no rádio se torna responsável pela difusão e internalização de opções político-partidárias, que se configuram numa reiteração do poder de mobilização ideológica do rádio, já aponta-

3 As propagandas políticas são exibidas periodicamente no rádio e na televisão, com o objetivo de promover as ideias do partido e não de um candidato.

do por Ferraretto (2001). Embora muitas vezes essa propaganda seja considerada pelo próprio eleitor como irrelevante para a decisão do voto, acreditamos que é através das discussões ali pautadas que ele toma conhecimento de fatos dos quais necessita estar ciente, mesmo que não tenha um interesse direto.

Assim, o rádio, enquanto ferramenta política, necessita se adaptar aos formatos e linguagens mais eficientes para a comunicação persuasiva-informativa. Mas, apesar das constantes mudanças legais e da inserção de novas mídias no processo eleitoral, acreditamos que o HGPE ainda recebe atenção especial das candidaturas e por isso, se reafirma a cada pleito como um canal de inserção do ouvinte no processo eleitoral e como um fator decisivo para os candidatos.

Referências

BRASIL. Lei nº 1.164, de 24 de julho de 1950. Institui o Código Eleitoral. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 26 jul. 1950. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=160561>>. Acesso em: 6 out. 2013.

_____. Lei nº 2.550, de 25 de julho de 1955. Altera dispositivos do Código Eleitoral e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 28 jul. 1955. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/L2550.htm>. Acesso em: 6 out. 2013.

BRASIL. Lei nº 4.115, de 22 de agosto de 1962. Introduce alterações na Lei nº 4.109, de 27 de julho de 1962, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 22 ago. 1962, retificado em 23 e 28 ago. 1962. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/L4115.htm>. Acesso em: 28 nov. 2013.

_____. Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Institui o Código Eleitoral. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 19 jul. 1965, retificado em 30 jul. 1965. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737.htm>. Acesso em: 05 dez. 2013.

_____. Lei nº 6.339, de 1º de julho de 1976. Dá nova redação ao artigo 250 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, alterado pelo artigo 50, da Lei número 4.961, de 4 de maio de 1966, e ao artigo 118 da Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 2 jul. 1976. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/1970-1979/L6339.htm>. Acesso em: 23 de jan. 2014.

_____. Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009. Altera as Leis n. 9.096, de 19 de setembro de 1995 – Lei dos Partidos Políticos, 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, e Lei n. 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 30 set. 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12034.htm>. Acesso em: 12 dez. 2013.

BUCCI, Eugênio. Vem aí o horário eleitoral (que não é nada gratuito). **Época**, São Paulo, 14 jul. 2012. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/opiniao/eugenio-bucci/noticia/2012/07/vem-ai-o-horario-eleitoral-que-nao-e-nada-gratuito.html>>. Acesso em: 21 jan. 2013.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FERREIRA, Jorge. A legalidade traída: os dias sombrios de agosto e setembro de 1961. *Revista Tempo*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 149-182, 1997.

FRANÇA, Fagner Torres de. **A dimensão simbólica e midiática da política e a história da dona de casa que virou “guerreira”**: a construção da imagem pública de Wilma de Faria em 2002 e 2006. 2010. 174 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2010.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. **Rádio e Política**: tempos de Vargas e de Perón. 2. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

JORGE, Vladimir Lombardo. Os meios de comunicação de massa nas campanhas eleitorais. **Comunicação & política**, Rio de Janeiro, v. 4, n.1, p. 126-133, 1997.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso**. A síntese radiofônica que fez história. Porto Alegre: AGE; EDIPUCRS, 2008.

MOURA, Cristiane S. S. **O Rádio como palco da campanha política**: um estudo sobre os programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral de Lula em 2006. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2009.

OLIVEIRA, Christine Bahia de. **Horário Gratuito Político Eleitoral – HGPE**: o eleitor e a cidadania política. 2008. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

ORTRIWANO, G. S. **A Informação no Rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 2. ed. São Paulo: Summus, 1985.

PANKE, Luciana; CERVI, Emerson U. Análise da comunicação eleitoral: uma proposta metodológica para os estudos do HGPE. **Contemporânea**: revista de comunicação e cultura, Salvador, BA, v. 9, n. 3, p. 390-404, set./dez. 2011.

PEROSA, Lilian Maria F. de Lima. **A hora do clique**: análise do programa de rádio Voz do Brasil da Velha à Nova República. São Paulo: Annablume, 1995.

PINHEIRO, Roseane Arcanjo. Marketing Político na Era Vargas: perfil e estratégias de Lourival Fontes, o “Goebbels” brasileiro. In: QUEIR OZ, A. C. F.; MACEDO, R. G. (Org.). **A propaganda política no Brasil contemporâneo**. São Bernardo do Campo, SP: Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação, 2008. p. 79-84.

PRADO, Ana Carolina. Os 8 *jingles* mais marcantes de campanhas presidenciais no Brasil. **Super Interessante**, São Paulo, 23 jul. 2010. Blog Super Listas. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/blogs/superlistas/os-8-jingles-mais-marcantes-de-campanhas-presidenciais-no-brasil/>>. Acesso em: 22 dez. 2013.

PREZOTTO, Mauro Antônio. Financiamento de campanha: público ou privado? *Revista ESMESC*, Florianópolis, SC, v. 15, n. 21, p. 285-299, 2008.

REIS, Clóvis. **Propaganda no Rádio**: os formatos de anúncio. Blumenau: EDIFURB, 2008.

ZUCULOTO, Valci. A história do Rádio Público no Brasil: um resgate pela linha do tempo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife. **Anais...** Recife: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/r6-2283-2.pdf>>. Acesso em: 19 jan. 2013.

ZUCULOTO, Valci. **No ar**: a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.

Carlos Marighella e a resistência à Ditadura Militar pelas ondas sonoras em 1969¹

Izani Mustafá²

Resumo: O artigo apresenta dois episódios que aconteceram durante a Ditadura Militar do Brasil (1964-1985). Num dos piores momentos do regime, em 1969, Carlos Marighella, ousou resistir ao autoritarismo usando as ondas sonoras. Ele era do PCB e quando rompeu com o partido, criou a Ação Libertadora Nacional (ALN), favorável à luta armada para derrubar a ditadura. A atividade mais emblemática com relação à mídia foi a tomada da Rádio Nacional de São Paulo, em Piraporinha, em 15 de agosto de 1969. Existe ainda uma gravação de dez minutos que era distribuída pela Rádio Libertadora para algumas emissoras. Marighella viveu longos anos na clandestinidade, foi perseguido, considerado o inimigo público número um do regime e morto numa emboscada, em 4 de novembro, às 20 horas, em São Paulo.

Palavras-chave: Rádio; Rádio Libertadora; Rádio Nacional de São Paulo; Ditadura Militar; Marighella.

O Golpe Militar e a Ditadura Militar no Brasil (1964-1985)

O Golpe Militar no Brasil começou a se organizar para se concretizar a partir de março de 1964, com alguns movimentos como a Marcha da Família com Deus pela Liberdade, realizada em São Paulo, e com a mobilização da Associação dos Marinheiros que estava lutando pela garantia de direitos dos marinheiros, sob a liderança do cabo Anselmo. Um fato que ganhou enormes proporções e fez com que o ministro da Marinha, Sílvio Mota, se demitisse. Para ocupar a sua pasta, o presidente da República, João Goulart, nomeia o almirante reformado Paulo Rodrigues, que contou com o apoio do Comando Geral dos Trabalhadores (CGT). Outro episódio ocorrido antes do golpe foi o discurso de Jango na assembleia geral de sargentos, no Rio de Janeiro, que provocou um confronto entre as diferentes tendências militares.

1 Artigo apresentado no GT História da Mídia Sonora no 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia Alcar Sul 2014, que aconteceu nos dias 27 e 28 de março de 2014, na Universidade Federal de Santa Catarina, em Florianópolis (SC).

2 Jornalista (UFSM), mestre em História do Tempo Presente (UDESC).

Segundo Fausto, na noite de 1º de abril, Jango vai para Brasília e tenta evitar “qualquer ação que pudesse resultar em derramamento de sangue”³. Depois viaja de Brasília para Porto Alegre e o presidente do Senado, Auro Moura Andrade, declara vago o cargo da presidência. Assim, o presidente da Câmara dos Deputados, Ranieri Mazzilli, assume o poder até 15 de abril. “Mas o poder já não estava nas mãos dos civis e sim dos comandantes militares”⁴. Leonel Brizola, cunhado de Jango, tentou mobilizar as tropas e a população do Rio Grande do Sul contra o golpe. Mas, em fins de abril, Brizola e Jango estavam exilados no Uruguai.

O período democrático chega ao fim e o Brasil mergulha na fase da história mais vergonhosa e triste: a Ditadura Militar que durou 21 anos, de 1964 a 1985. Era a primeira vez que militares assumiam o poder. Instauram um regime autoritário, com a imposição da censura prévia aos meios de comunicação, supressão de vários direitos constitucionais, perseguição, repressão e tortura aos opositores.

No poder estavam os ministros militares, como o general Arthur da Costa e Silva, que ocupava a pasta da Guerra. Em 9 de abril, os comandantes do Exército, da Marinha e da Aeronáutica baixam o primeiro Ato Institucional, o AI-1 que manteve a Constituição de 1946 com várias alterações, mas o Congresso continuou aberto. As medidas fortaleciam o Poder Executivo e o enfraquecimento da atuação do Congresso, e o presidente da República poderia enviar ao Legislativo, projetos de lei para serem apreciados em até 30 dias, tanto na Câmara como no Senado.

O AI-1 dá poderes aos militares e “suspendeu as imunidades parlamentares, e autorizou o comando supremo da revolução a cassar mandatos em qualquer nível – municipal, estadual e federal – e a suspender direitos políticos pelo prazo de dez anos”⁵.

O ato ainda permitiu a instalação dos Inquéritos Policial-Militares (IPMs), órgãos com poderes excepcionais para perseguir os adversários do regime.

A repressão começou com os estudantes que tinham tido papel relevante no governo de João Goulart, dissolução da União Nacional dos Estudantes (UNE), com ligas camponesas no nordeste, sindicatos e federações de trabalhadores, universidades e cassação de mandatos de 40 deputados e 49 juízes. Também foram afastadas aproximadamente 1.400 pessoas de cargos burocráticos civis e mais 1.200 das Forças Armadas.

Os militares ainda cassaram os mandatos dos governadores de Pernambuco, Miguel Arraes, e do Sergipe, Seixas Dória; e personalidades conhecidas como Jango, Brizola, Jânio Quadros e Juscelino Kubitschek perderam seus direitos políticos. Em junho de 1964, é criado o Serviço Nacional de Informações (SNI), tendo como idealizador o general Golbery do Couto e Silva. O órgão tinha o poder de controlar os cidadãos por meio da análise de informações relacionada à segurança nacional, à contrainformação e à informação de subversão interna.

3 FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Edusp – Editora da Universidade de São Paulo, 2004. p. 461.

4 Idem. p. 461.

5 Idem. p. 466.

Os governos militares

O primeiro presidente militar, eleito pelo voto indireto do Congresso Nacional, de acordo com o AI-1, foi o general Humberto de Alencar Castelo Branco (15 de abril de 1964 a 31 de janeiro de 1966), que pertencia ao grupo da Escola Superior de Guerra (ESG) e pretendia “reformular o sistema econômico capitalista, modernizando-o como um fim em si mesmo e como forma de conter a ameaça comunista”⁶. Baixou três Atos Institucionais. O AI-2, criado em 17 de outubro de 1965, determinava que a eleição para presidente e vice-presidente da República seria realizada pela maioria absoluta do Congresso Nacional, com sessão pública e com voto nominal, e extinguiu os partidos políticos existentes, criados ao final do Estado Novo. Assim, o país passa a ter apenas dois partidos: a Ação Renovadora Nacional (Arena) e o Movimento Democrático Brasileiro (MDB).

O AI-3 estabeleceu o princípio da eleição indireta dos governadores dos Estados por meio das assembleias estaduais. A fim de realizar mais mudanças, o governo criou uma nova Constituição e, para que fosse aprovada, sem grandes alardes, baixou o AI-4 que reuniu extraordinariamente o Congresso que tinha sido fechado em outubro de 1966. A Constituição de 1967 ampliou os poderes do Executivo.

Em 15 de março de 1967, toma posse o novo presidente, o general Artur da Costa e Silva, e o vice da UDN Pedro Aleixo. Costa e Silva era do grupo mais linha dura do regime e favorável ao um nacionalismo mais autoritário das Forças Armadas. Com ele na presidência, aumentam os protestos em todo o país e o autoritarismo e a repressão ficam fortalecidos. Enquanto isto, a oposição começa a se rearticular.

Um ano depois, em 1968, no Uruguai, Jango, Juscelino e Lacerda formam a Frente Ampla para lutar pela redemocratização e garantia dos direitos dos trabalhadores. A repressão era contestada, principalmente, pelos estudantes, artistas e trabalhadores e uma das manifestações mais marcante aconteceu depois da morte do estudante Édson Luís, morto no Rio de Janeiro em confronto entre policiais e estudantes. Como resposta, o movimento estudantil, os integrantes da igreja e da sociedade civil realizam, em 25 de junho de 1968, a Passeata dos Cem Mil.

Neste mesmo período, aconteceram duas greves. Uma em Contagem (BH) quando 1.700 operários da Siderúrgica Belgo Mineira paralisaram e fizeram os diretores como reféns. Uma semana depois, “havia 15 mil trabalhadores parados, exigindo um aumento salarial de 25%”. Dez dias depois, um acordo acabou com o movimento. Em

Osasco (SP), a greve ocorreu em 16 de julho e reuniu trabalhadores e estudantes ocupando a fábrica metalúrgica Cobrasma, sob “influência de grupos de esquerda que tinham assumido a perspectiva de que só a luta armada poria fim ao regime militar”⁷.

6 *Op. cit.* FAUSTO, Boris. p. 470.

7 *Op. cit.* FAUSTO, Boris. p. 478.

Os grupos se espelhavam na Revolução de Cuba e nas guerrilhas que estavam surgindo em diferentes países da América Latina. No Brasil, o Partido Comunista Brasileiro (PCB) se coloca contra a luta armada e o grupo liderado por Carlos Marighella rompe com o partido e forma a Ação Libertadora Nacional (ALN), favorável à luta armada. Além da Ação, existiam outros grupos: o Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR-8) e a Vanguarda Popular Revolucionária (VPR).

Quando as primeiras ações dos grupos de luta armada começaram a se espalhar pelo Brasil, o regime ficou mais austero e criou mais um instrumento para acabar com os subversivos. Neste período, o deputado federal Márcio Moreira Alves (MDB) propõe ao povo a não comparecer às festividades do dia 7 da Independência. Os militares exigem a punição do parlamentar, a Câmara não aceita a determinação e em 13 de dezembro de 1968, Costa e Silva decreta o AI-5 e fecha o Congresso.

No ano seguinte, as ações armadas aumentam. Na metade do ano, Costa e Silva sofre um derrame e os ministros militares violam a Constituição e assumem o poder, de 31 de agosto a 30 de outubro de 1969, com a garantia do AI-12. A Junta Militar é formada por representantes do Exército, Lira Tavares, da Marinha, Augusto Rademaker, e da Aeronáutica, Márcio de Sousa e Melo. Ao mesmo tempo, a esquerda radical persiste e começa a sequestrar membros do corpo diplomático estrangeiro para trocar por prisioneiros políticos. Entre eles acontece o sequestro do embaixador dos Estados Unidos, Charles Elbrick, no Rio de Janeiro, realizado pela ALN e o MR-8, quatro dias depois da Junta Militar assumir o poder.

Para combater as ações, o governo cria o AI-13, que pune todos os brasileiros que forem nocivos ou perigosos à segurança nacional, e o AI-14, que estabelece a pena de morte para aqueles envolvidos em casos de guerra externa, psicológica adversa, revolucionária ou subversiva. Era sabido que até aquele ano o Centro de Informações da Marinha (Cenimar) era o órgão responsável pela tortura.

Em outubro de 1969, a Junta Militar determina vagos os cargos de presidente e vice-presidente e marca as eleições pelo Congresso Nacional para 25 de outubro. Assim, é eleito o general Emílio Garrastazu Médici para presidente, que assume em 30 de outubro e permanece até 15 de março de 1974. É quando a repressão fica mais eficaz e acaba com as ações da luta armada e os simpatizantes são silenciados.

Segundo Fausto, o “governo de Médici não se limitou à repressão⁸” porque distinguiu da população o grupo que era adversário do governo, debelado pela repressão. A sociedade em geral era contagiada pela propaganda que destacava os avanços econômicos do país, transformando-o numa grande potência.

8 *Op. cit.* FAUSTO, Boris. p. 484.

Marighella, um revolucionário com ações e voz contra a Ditadura Militar

Carlos Marighella nasceu em 5 de dezembro de 1911, em Salvador (BA), e era filho de um imigrante italiano com uma negra, descendente dos haussás, conhecidos pela combatividade nas sublevações contra a escravidão. Quando adolescente, interessou-se pelas lutas sociais e, aos 18 anos, começou o curso de Engenharia, na Escola Politécnica da Bahia. Aos 21 anos, torna-se militante da juventude do PCB para defender a causa dos trabalhadores, a independência nacional e o socialismo. Na década de 1930, participa de manifestações contra o autoritarismo. É preso pela primeira vez em 1932, depois de escrever um poema com críticas ao interventor Juracy Magalhães.

Em 1936, abandona o curso de engenharia e vai para São Paulo, onde ajuda a reorganizar o partido. É preso pela segunda vez, em maio. Militava sob o codinome de Nerval e era o secretário técnico da organização do PCB. Durante 23 dias sofre com a tortura da polícia de Filinto Müller e fica encarcerado por um ano, sendo libertado pela anistia do ministro Macedo Soares, conhecida como Macedada, que libertou os presos políticos sem condenação. Mas, quatro meses depois, Getúlio Vargas instaura o Estado Novo e Marighella passa a viver na clandestinidade e com a missão de reorganizar os revolucionários comunistas, atingidos pela repressão.

No entanto, em 1939, ele é preso novamente e torturado na Delegacia de Ordem Política e Social (DOPS) de São Paulo, e não fornece qualquer informação à polícia. Nos seis anos seguintes, fica detido nos presídios de Fernando de Noronha e de Ilha Grande, onde trabalha na educação cultural e política dos companheiros presos. Em abril de 1945, é anistiado e participa do processo de redemocratização do país, e dá continuidade à reorganização do PCB que volta à legalidade. Marighella concorre e é eleito deputado federal a Assembleia Constituinte pela Bahia, tendo como suas principais bandeiras a defesa dos operários. Os anais contêm 195 discursos.

No ano seguinte, seu mandato é cassado pela repressão do general Eurico Gaspar Dutra. Mesmo tendo o apoio de Luis Carlos Prestes, Dutra comanda a repressão aos comunistas e Marighella é obrigado a retornar à clandestinidade. Em 1947, a União da Juventude Comunista é fechada. Três anos depois, em São Paulo, mantém-se na militância e se integra às lutas populares. Entre 1949 e 1954, participa da campanha “O Petróleo é nosso” e organiza a greve geral dos cem mil. Como é considerado esquerdista pela direção do PCB, é enviado à China, depois à União Soviética e volta ao Brasil em 1954. No ano seguinte, com Juscelino Kubistchek no poder, os comunistas podem participar abertamente das ações no país.

De 1956 a 1959, a União Soviética inicia a desestalinização e o PCB adere à linha mais pacífica, apesar da vitória da Revolução Cubana. Em 1964, Marighella era responsável pela coordenação da propaganda do PCB. Quando João Goulart toma posse, Marighella afirma que discorda da linha oficial do PCB, criticando sua subordinação à burguesia. Depois do Golpe Militar, em 9 de maio, Marighella foi localizado por agentes

do DOPS num cinema do bairro da Tijuca. Cercado pelos policiais revidou com socos e gritos de, “Abaixo a ditadura militar fascista” e “Viva a democracia”. Levou um tiro no peito. Três meses depois foi solto “com dezesseis quilos a menos.

Em 1965, o PCB enfrenta uma crise interna e a cúpula está rachada, apesar de Luís Carlos Prestes controlar a situação. Alguns eram favoráveis ao caminho pacífico e outros à luta armada para reconquistar a democracia no país. Em dezembro de 1966 envia uma carta à Comissão Executiva e pede o seu desligamento, justificando que prefere lutar revolucionariamente com a população a esperar pelas regras do jogo político. “Minha disposição é lutar revolucionariamente junto com as massas e jamais ficar à espera das regras do jogo político e burocrático e convencional que impera na liderança⁹”. Logo fundou a Ação Libertadora Nacional (ALN), por onde poderia enfrentar a ditadura com armas. “Entre militantes, simpatizantes e apoios, Marighella pode ter ficado com a militância e o apoio de cerca de mil comunistas que até então tinham gravitado em torno do PCB. Dispunha de núcleos ativos em sete estados¹⁰”.

Ainda em 1966, Marighella escreve *A Crise Brasileira*, onde expõe suas posições críticas à linha do PCB e defende a adoção da luta armada contra a ditadura. Em 1967, Marighella viaja a Cuba para participar da conferência da Organização Latino-Americana de Solidariedade-OLAS, mesmo desautorizado pelo partido. Para ele, não era necessário pedir licença para praticar atos revolucionários e, assim, é expulso do PCB. Logo fundou a Ação Libertadora Nacional (ALN), por onde poderia enfrentar a ditadura com armas.

No ano seguinte, em 1968, as ações de luta armada aumentam no Brasil. “O terrorismo de esquerda tomara a ofensiva tanto na quantidade como na qualidade. As ações de significado político, que rendiam publicidade, prevaleceram sobre aquelas com objetivo logístico, que buscavam dinheiro e armas¹¹”. Marighella participava de várias ações armadas para recuperar fundos para a construção da ALN. Uma delas foi o desbaratamento do comício de Abreu Sodré, em São Paulo. Noutro momento, o movimento estudantil organizou manifestações e mobilizou aproximadamente 100 mil pessoas. Para ele, a guerra revolucionária “pretendia significar um salto de qualidade no combate ao regime¹²” e assim deixava de ser uma tese para ser uma luta armada inevitável. Em 1968 foram realizados 17 assaltos a agências bancárias e carros-fortes em São Paulo, sendo um a cada três semanas. “Nos últimos cinco meses do ano seguinte esse número saltou para 59, um a cada seis dias¹³”, completa Gaspari.

9 MARIGHELLA, Carlos. *Escritos de Carlos Marighella*. São Paulo: Livramento, 1979. p. 90.

10 Idem. p. 249.

11 MARIGHELLA, Carlos. p. 327.

12 Idem. p. 328.

13 Idem. p. 354.

No Rio de Janeiro, em 13 de novembro de 1968, Marighella participou do assalto ao trem pagador do Instituto de Previdência do Estado da Guanabara, o que rendeu ao grupo 31 mil dólares. A polícia localizou o dinheiro expropriado, prendeu um dos participantes e chegou ao nome do comandante da operação, Marighella. Ao todo, sete guerrilheiros participaram do assalto, sendo que seis foram identificados. Ele é considerado inimigo público da nação e é alvo de caçada pela polícia. A capa da Revista *Veja* avisava: “Procure-se Marighella, chefe comunista, crítico de futebol em Copacabana, fã de cantadores de feira, assaltante de bancos, guerrilheiro, grande apreciador de batidas de limão¹⁴”.

É no governo de Médici, iniciado em 30 de outubro, que a luta armada começa a desaparecer, principalmente porque a repressão torna-se mais eficaz e porque contava com uma rede de apoio, composta por jovens profissionais.

A ocupação da Rádio Nacional de São Paulo

Além das expropriações de bancos, o grupo de militantes revolucionários comandado por Marighella ocupa a Rádio Nacional de São Paulo, em Piraporinha, em 15 de agosto de 1969. Nesta ousada atuação dentro de um veículo de comunicação, é lido um manifesto assinado por Marighella. Na dissertação de mestrado Edson Teixeira da Silva Júnior¹⁵, transcreve a entrevista realizada com o militante da ALN, Manuel Cyrillo, em 18 de dezembro de 1999, em Campinas (SP):

A gente ocupa uma torre de transmissão de rádio, foi exatamente no dia em que o americano pisou na lua. A gente ocupou a torre da Rádio Nacional, aqui em São Paulo, que hoje é a CBN, na época era uma das rádios de maior audiência, às sete horas da manhã. Havia um programa de maior audiência, que era policalesco, relacionado ao crime, nem sei, devia ser o próprio Gil Gomes, mas não sei quem era o locutor chefe desse programa. Era o programa de maior ausência e a gente ocupa a torre e botas uma mensagem gravada do Marighella, nós deixamos lá um gravador e ele repetiu duas ou três vezes aquela mensagem¹⁶.

A data citada pelo entrevistado não é bem esta. Cyrillo salienta que Marighella tinha uma forma diferente de comandar e que na tomada da Rádio Nacional ele sempre se certificava se a ação era correta e se realmente estava tudo esquematizado, com chances de vitória porque “a gente estava vivendo uma fase de preparação mesmo, difícil mesmo¹⁷”.

14 Revista *Veja*, 20 de novembro de 1968. In: GASPARI, Élio. p. 329.

15 SILVA JÚNIOR, Edson Teixeira da. Carlos: a face oculta de Marighella. Dissertação de mestrado apresentada ao curso de Mestrado em História Social do Trabalho da Universidade Severino Sombra. p. 317

16 Idem. p. 317.

17 Cyrillo, Murilo. In: SILVA JÚNIOR, Edson Teixeira da. **Carlos**: a face oculta de Marighella. p. 318.

De acordo com Magalhães, “a ação da ALN foi ignorada país afora, pois romper o bloqueio dos meios de comunicação era mais complicado que empacotar um punhado de dinamite e detoná-lo em pleno centro de São Paulo¹⁸”. Uma das ações e o discurso proferido pelos opositoristas foram ignorados pela mídia. No dia 1º de maio, uma dissidência do PC do B, a Ala Vermelha, ocupou uma rádio de São Bernardo do Campo. Desde o AI-5, os espaços na mídia eram raros, e “tornara-se impensável veicular um documento da lavra de Marighella, como o Jornal do Brasil se atrevera em setembro de 1968¹⁹”. A ALN podia organizar manifestos, distribuir panfletos, invadir rádios, nada era veiculado na imprensa. Por isto, os panfletos distribuídos “não atingiam círculos mais amplos que os da esquerda armada, pois o jornalismo calava sobre eles²⁰”.

Percebendo que não teria espaço na mídia e sentindo-se um pregador no deserto, Marighella se encantou com o oásis oferecido pelo companheiro José Wilson Lessa Sabbag. O estudante propôs o fim dos intermediários: que falassem diretamente às pessoas, na estação de rádio mais ouvida e no horário campeão de audiência²¹.

Foi o companheiro, estudante de Direito da PUC, Sabbag que confidenciou a Marighella sobre um novo alvo: a Rádio Nacional de São Paulo, em Piraporinha, que não era pública, como a Nacional do Rio de Janeiro, mas pertencia às Organizações Globo. E o sinal da emissora tinha um alcance de 600 quilômetros, no momento em que os revolucionários estivessem no ar, afirmou Sabbag a Marighella. E para completar, no interior do estado, havia neste horário cerca de 80% dos aparelhos sintonizados, significando um grande número de ouvintes.

O objetivo era veicular um manifesto de Marighella, que havia sido lançado em junho e intitulava-se *Ao povo brasileiro*. “Cogitaram levá-lo ao estúdio para gravar, porém julgaram imprudente que ele andasse pelo centro. Hino Nacional ao fundo, Belloque empostou a voz e preencheu a fita com três leituras do texto²²”. Tudo aconteceu em 15 de agosto de 1969, de uma maneira cinematográfica, relata Magalhães:

Pouco antes das oito e meia da manhã, um Aero-Willys e um Fusca repletos de guerrilheiros estacionaram em Piraporinha e não desligaram os motores... Cerca de seis militantes se mantiveram do lado de fora do prédio, e outra meia dúzia entrou, incluindo o técnico, dono do estúdio de gravação. Arrancaram a Taurus.32 do vigilante e cortaram o som emitido na sede da rádio em Santa Cecília. Enquadraram os dois operadores em serviço, conectaram o gravador

18 MAGALHÃES, Mario. **O guerrilheiro que incendiou o mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. p. 452.

19 Idem. p. 452-453.

20 *Op. cit.* MAGALHÃES, Mario. p. 452-453.

21 Idem. p. 454.

22 Idem. p. 455.

ao transmissor que enviou o áudio para a antena e trancaram os três funcionários no almoxarifado²³.

Segundo ele, “às 8h33, um número incalculável de ouvintes se espantou com uma voz encorpada e de sotaque paulista ressoando nos bares, escritórios, padarias, carros e lares²⁴”. Na abertura, por causa dos incêndios e atentados contra televisões, foi introduzida uma advertência.

Atenção, muita atenção! Senhoras e senhores: tomamos esta emissora para transmitir a todo o povo uma mensagem e Carlos Marighella. Brasileiros, queremos esclarecer a opinião pública que os últimos atentados contra as emissoras de TV são de responsabilidade do governo. O governo faz isto na tentativa de jogar o povo contra os revolucionários. Deixamos bem claro que nossos atos de sabotagem e terrorismo são voltados contra a ditadura militar e o imperialismo americano²⁵.

Em seguida, a voz comunicou aos ouvintes quais eram os objetivos do manifesto:

1) Derrubar a ditadura militar, anular todos os seus atos desde 1964, formar um governo revolucionário do povo; 2) expulsar do país os norte-americanos, expropriar firmas, bens e propriedades deles e dos que com eles colaboram; 3) expropriar os latifundiários, acabar com o latifúndio, transformar e melhorar as condições de vida dos operários, dos camponeses e das classes médias, extinguindo ao mesmo tempo e definitivamente a política de aumento dos impostos, dos preços e aluguéis²⁶;

O manifesto também exigia o fim da censura e a volta da liberdade de imprensa:

4) acabar com a censura, instituir a liberdade de imprensa, de crítica e de organização; 5) retirar o Brasil da condição de satélite da política externa dos Estados Unidos e colocá-lo, no plano mundial, como uma nação independente, reatando ao mesmo tempo laços diplomáticos com Cuba e todos os demais países socialistas²⁷.

Quando o serviço secreto do Exército concluiu a transcrição e percebeu a ousadia dos revolucionários da ALN, os invasores da emissora já haviam partido. De acordo com Magalhães, Marighella “exultou com o resultado da ação²⁸”.

23 Idem. p. 456.

24 *Op. cit.* MAGALHÃES, Mario. p. 456.

25 Idem. p. 457.

26 Idem. p. 457.

27 Idem. p. 457.

28 *Op. cit.* MAGALHÃES, Mario. p. 458.

Rádio Libertadora, a voz de Marighella contra a Ditadura Militar

Esta alternativa para burlar a censura imposta pelo regime contra a imprensa, e muito bem utilizada por Marighella, foi a criação da Rádio Libertadora. No YouTube pode-se ouvir uma das gravações feitas pelo próprio Marighella, de algumas, certamente, que eram repassadas às rádios ou veiculadas em alto-falantes. A gravação está preservada no Arquivo Histórico do Movimento Operário Brasileiro (ASMOB) e a declaração, como outras, foram transcritas e reunidas no livro *Radio Libertadora, A Palavra de Carlos Marighella*. A transcrição da afirmação também pode ser acessada no site Documentos Revelados²⁹ e nele podemos perceber algumas semelhanças com a mensagem irradiada na tomada da Rádio Nacional de São Paulo. Segundo o documento, a gravação inicia com o fundo musical com o Hino Nacional e o Hino da Independência e também explica

[...] ao povo brasileiro. Partidários da guerra revolucionária, nela estamos empenhados com todas as nossas forças no Brasil. A polícia nos acusa de terroristas e assaltantes, mas não somos outra coisa, senão revolucionários que lutam à mão armada contra a atual ditadura militar brasileira e o imperialismo norte-americano³⁰.

Depois de expostos os cinco objetivos, que estão na transmissão na Rádio Nacional, Marighella enfatiza que

[...] para combater a ditadura militar e atingir os objetivos aqui expostos, não recebemos do estrangeiro nem armas e nem recursos financeiros. As armas são obtidas mesmo no Brasil. São armas capturadas dos quartéis e tomadas da Polícia. Ou são aquelas que os militares revolucionários entregam à revolução, quando desertam das Forças Armadas da ditadura, como fizeram o capitão Lamarca e os valorosos sargentos, cabos e soldados, que o acompanharam na retirada do Quartel de Quintaúna³¹.

Marighella é otimista e afirma que espera que estas atitudes continuem acontecendo para “desespero e desmoralização dos gorilas e fortalecimento da revolução³²”. Ele acrescenta ainda que o dinheiro arrecadado pelos grupos revolucionários é fruto dos assaltos a bancos do país, daqueles que expropriam e enriquecem, “explorando de forma brutal o povo brasileiro³³” e que teriam lucrado 400 bilhões de cruzeiros velhos.

29 Documentos Revelados no site da Rede Democrática: <http://www.rededemocratica.org/index.php?option=com_k2&view=item&id=4729:r%C3%A1dio-libertadora-a-palavra-de-carlos-marighella%E2%80%8F>.

30 Marighella, Carlos. In: Documentos Revelados.

31 *Op. cit.* Documentos Revelados.

32 *Idem.*

33 *Idem.*

Em contrapartida, acrescenta ele no texto gravado, os trabalhadores bancários. Ganham salário mínimo e tem que trabalhar pelo menos 25 anos para receber o dobro deste “miserável salário³⁴”. O revolucionário ainda afirma que os meios utilizados pelos revolucionários para combater a ditadura são legítimos e que nenhum “homem honrado pode aceitar a vergonha e a monstruosidade do regime imposto pelos militares e pelas Forças Armadas no Brasil³⁵”. A mobilização dos estudantes, diz, são testemunhos de que os norte-americanos são repudiados no Brasil e só têm apoio da ditadura militar.

A guerra revolucionária que estamos fazendo é uma guerra prolongada, que exige a participação de todos. É uma luta feroz contra o imperialismo norte-americano e contra a ditadura militar brasileira, que funciona como agente dos Estados Unidos dentro de nossa pátria. É a continuação da luta heróica de Guevara, iniciada no Bolívia, pela Libertadora de toda a América Latina. É uma luta profunda, visando a transformação da sociedade brasileira³⁶.

Marighella salienta que a Libertadora do povo não tem prazos e não tem pressa porque não é uma quartelada ou um golpe militar que podem substituir os outros no poder. Para ele, a única maneira de derrubar a ditadura era com a luta armada. A voz de Marighella é silenciada quando é morto numa emboscada na noite de 4 de novembro de 1969.

Considerações finais

Para o comunista e revolucionário Carlos Marighella, a única maneira de derrubar a Ditadura Militar era a luta armada. E foi por defender a luta e não a busca pacífica e burocrática que ele entrou em crise com o Partido Comunista Brasileiro (PCB). Em dezembro de 1966, enviou uma carta à Comissão Executiva e pediu seu desligamento justificando que preferia lutar revolucionariamente e não esperar pelas regras do jogo político. Quando participou da conferência da Organização Latino-Americana de Solidariedade-OLAS, mesmo desautorizado pelo partido, em 1967, Marighella acaba sendo expulso do PCB.

Quando estava com 54 anos e há 37 integrava o PCB, Marighella criou a Ação Libertadora Nacional (ALN) e já era conhecido como revolucionário e apontado pelos militares como um guerrilheiro, o inimigo número um da nação. Em 1968 e 1969, participou de muitas ações, como assaltos a bancos e carros-fortes, a fim de arrecadar fundos e comprar armas para a ALN, e organizar greves e mobilizações e sequestros. Além da luta armada, Marighella tinha domínio das palavras, sabia escrever muito bem

34 Idem.

35 Idem.

36 Idem.

e tinha o dom da oratória. Tinha consciência da importância dos veículos de comunicação e como os jornais não noticiavam as ações dos revolucionários, ele decidiu falar aos microfones das rádios e em alto-falantes.

Gravava textos e contava com a ajuda de amigos e companheiros para divulgá-los. Uma destas mensagens, que tem duração de 10 minutos, está no YouTube. Mas a ação mais marcante é, sem dúvida, a invasão da Rádio Nacional de São Paulo, em Piraporinha, quando ele e mais integrantes da luta armada conseguem colocar no ar uma declaração onde explica que a luta armada é necessária para derrubar a ditadura militar e o imperialismo norte-americano. Marighella sonhava em formar um governo revolucionário do povo, expropriar os latifundiários, acabar com a censura, instituir a liberdade de imprensa e retirar o país do jugo dos Estados Unidos.

No entanto, a partir de outubro de 1969, com o presidente Médici, a repressão aumenta e contando com uma rede de apoios militares e jovens profissionais, as organizações e seus integrantes passam a ser perseguidos. Marighella é morto numa emboscada na noite de 4 de novembro de 1969. Nesse ano, a luta armada no Brasil começa a desaparecer. E a Ditadura Militar se manteve no poder até 1985.

Referências bibliográficas

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Edusp – Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

GASPARI, Élio. **A Ditadura Envergonhada**. São Paulo: Editora Schwarcz, 2002. MAGALHÃES, Mario. **O guerrilheiro que incendiou o mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

MARIGHELLA, Carlos. **Escritos de Carlos Marighella**. São Paulo: Editorial Livramento, 1979.

Artigos, dissertações e teses

GOLDENBERG, Mirian. **Bandido ou herói? Como a imprensa noticiou a morte de Carlos Marighella**.

SILVA JÚNIOR, Edson Teixeira da. **Carlos: a face oculta de Marighella**. Dissertação de mestrado apresentada ao curso de Mestrado em História Social do Trabalho da Universidade Severino Sombra.

Sites

Documentos Revelados – <<http://www.documentosrevelados.com.br/repressao/forcas-armadas/espetacular-tomada-da-radio-nacional-de-sao-paulo-pela-resistencia-a-ditadura/>>, visitado em 6 de janeiro de 2014, às 21h30 (Horário de Coimbra/PT).

Ditadura militar no Brasil – Monografias Brasil Escola <<http://monografias.brasilecola.com/historia/ditadura-militar-no-brasil.htm>>, visitado em 2 de janeiro de 2014, às 16h21 (Horário de Coimbra/PT).

Escritos de Carlos Marighella – São Paulo: Editorial Livramento, 1979. <<http://www.marxists.org/portugues/marighella/ano/mes/escritos.pdf>>, visitado em 2 de janeiro de 2014, às 19h18 (Horário de Coimbra/PT).

Marighella – documentário dirigido por Isa Grinspum Ferraz, de 2011. <<https://www.youtube.com/watch?v=SF2Rt1-e8G8>>.

Rádio Libertadora, a palavra de Carlos Marighella – <http://www.rededemocratica.org/index.php?option=com_k2&view=item&id=4729:r%C3%A1dio-libertadora-a-palavra-de-carlos-marighella%E2%80%8F>, visitado em 2 de janeiro de 2014, às 20 horas (Horário de Coimbra/PT).

Áudios e vídeos

100 anos de Marighella: Ouça entrevista histórica do guerrilheiro. <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/100-ano-de-marighella-ouca-entrevista-historica-do-guerrilheiro/n1597396319790.html>>. Visitado em 5 de janeiro de 2014, às 21 horas (Horário de Coimbra/PT).

Rádio Libertadora – Ao povo brasileiro – Carlos Marighella. <<https://www.youtube.com/watch?v=UqYmDkFa9yQ>>, visitado em 2 de janeiro de 2014, às 21 horas (Horário de Coimbra/PT).

A poética radiofônica de José Medina: divagações sobre o roteiro do Radioconto “O Lar Vazio”¹

Vera da Cunha Pasqualin²

Resumo: O presente artigo apresentará roteiros da peça radiofônica “O Lar Vazio”, escrita e dirigida por José Medina em 1946, e permitirá a análise sobre o uso da linguagem em dois meios em que foi divulgada: rádio e jornal. José Medina foi um importante produtor paulista que, durante a primeira metade do século XX, atuou em cinema, pintura, fotografia, teatro e jornal e dedicou a maior parte da sua vida profissional emprestando seu talento ao rádio. Originalmente, a peça apresentada neste artigo foi irradiada pela Rádio Cruzeiro do Sul, de São Paulo e, meses mais tarde, o mesmo roteiro foi adaptado para ser publicado na coluna “Rádio”, mantida por José Medina no Jornal de São Paulo. Através de sua leitura, serão desvendados os detalhes poéticos que visam cativar e envolver os ouvintes/leitores, além de promover uma breve pincelada sobre o consumo de obras de entretenimento e o fetiche pelos produtos. As teorias utilizadas terão como base os pensamentos trazidos por João Anzanello Carraschoza, Eick Felinto, Olgária Matos, Marshall McLuhan, além de outros pensadores que ajudam a compreender o fazer midiático.

Palavras-chave: rádio; José Medina; roteiro; poética; consumo

Considerações Iniciais

A cena cultural paulistana teve a contribuição de um artista que transitou entre distintas linguagens para expressar seus sentimentos e dar sentido, por vezes por enco-

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Sonora, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestranda do PPGCOM-ESPM, em Comunicação e Práticas de Consumo. Possui graduação em Comunicação Social pela ESPM-SP (1996). Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Entretenimento, Linha de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Memória. Participa da Pesquisa Comunicação, Consumo e Memória: Cosplay e Culturas Juvenis, com apoio do CNPq (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES N. 18/2012 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas) em desenvolvimento junto ao PPGCOM-ESPM, sob coordenação da Profª Drª Mônica Rebecca Ferrari Nunes. É bolsista de pesquisa em comunicação editorial da Revista Comunicação Mídia e Consumo, revista científica do PPGCOM-ESPM. E-mail: <vpasqualin@gmail.com>.

menda, a propósitos variados. Estamos falando de José Medina, que sempre expôs seus sentimentos através de desenhos e pinturas e atreveu-se a experimentar novas tecnologias como as recém surgidas artes da fotografia e do cinema, já no final da década de 1910, quando rodou seu primeiro filme.

Nota-se que, na trajetória de José Medina, formou-se uma trama de expressões que explora as peculiaridades de cada linguagem. Das imagens estáticas das fotografias, pinturas e desenhos, pulou para as performances ao vivo no teatro amador. A junção das artes cênicas com as artes visuais permitiu o mergulho na arte cinematográfica, com o auxílio fundamental do consumo voraz de literatura e música deste autor e pelo seu olhar atento para a vida cotidiana que pulsava na capital paulista.

O cinema permitiu o trânsito entre a linguagem visual em movimento, intercortado por breves diálogos escritos em letreiros para dar ênfase à história contada. Nesta experiência do cinema mudo, a contribuição dos elementos sonoros era construída pela trilha acompanhada ao piano durante as exibições nos cinematógrafos, ou pela imaginação do próprio espectador que podia criar em sua mente o som da campainha da porta ao ver o mocinho do filme chegar à casa da namorada com um ramalhete de rosas.

Anos mais tarde, já com a vivência múltipla e variada no campo das artes e tendo emprestado seu talento para as empresas anunciantes ávidas por peças publicitárias para promover seus produtos, Medina passou a dedicar-se ao rádio e a analisar o mercado da comunicação. O trânsito entre as linguagens tornou-se parte do seu cotidiano e do seu fazer midiático.

É neste contexto, dos tempos investidos por Medina em rádio, que vamos jogar as luzes dos holofotes deste artigo, ao analisar uma peça radiofônica que foi ao ar pelas ondas da Rádio Cruzeiro do Sul, no dia 18 de julho de 1946, uma quinta-feira, no programa “Romance Condensado”, que trazia textos de autoria de José Medina. A adaptação deste mesmo roteiro foi publicada no Jornal de São Paulo, em dezembro do mesmo ano, na coluna “Rádio”, que Medina mantinha neste periódico. O texto escolhido tem o título de “O Lar Vazio” e conta a história de um artista plástico que acabara de ganhar o prêmio de um salão das artes com uma tela onde retratava a alegria e harmonia do seu lar, ao lado da mulher amada. Porém, sua esposa o abandonou e fugiu com outro homem, levando o artista a destruir sua obra em pleno salão de artes e a criar outra pintura, com a mesma estrutura da obra vencedora, porém com elementos contrastantes ao sentimento exposto nos tempos em que acreditava na fidelidade da esposa.

Alguns segredos revelados

Para nos auxiliar na análise da peça escolhida, será feita uma apresentação de alguns elementos que compõem a estrutura do roteiro. Vale ressaltar que o material ora estudado tem por base roteiros radiofônicos em papel, sem o apoio de gravações em áudio da obra como fora executada no rádio.

A peça radiofônica é coletiva, à medida que é composta por escolhas e interpretações da equipe envolvida. O autor do roteiro sugere o tom e a temperatura da peça, porém a execução e escolha final ficam à cargo dos radioatores e dos técnicos e contrarregas que atuam na obra. No roteiro da peça “O Lar Vazio”, Medina escreve ao técnico *Sobe e desce música mais ou menos fúnebre, mas não Marcha Fúnebre*. Ao fazer este pedido, o autor dá liberdade ao técnico para a escolha da música, que irá interferir na obra final, porém a temperatura da trama é indicada e dada pelo criador do radioconto.

Já a experiência da movimentação de câmera experimentada por Medina nos tempos em que escrevia e dirigia cinema, pode ser observada nos movimentos dentro do estúdio de rádio, ao indicar que o contrarregra dispare o som de campainhas, passos, portas que se abrem e fecham e ao pedir que os radioatores iniciem as suas falas com um movimento de aproximação do microfone ou afastando-se dele conforme o momento da cena.

Outro recurso utilizado por Medina no roteiro analisado neste artigo é o uso de arpejos ou voos de abelhas para simbolizar a transição entre épocas distintas da história retratada, conjugada ao pedido para que o radioator fizesse uma voz de “moço” ou de “velho” para marcar a fase da vida do personagem em cena. Salta aos olhos, também, a variedade de recomendação aos intérpretes usando termos como *rindo, abraçando, cínico, brando fingindo ternura, vacilante, terno, comovido, rápido e confidencial, profundamente abatido, espanto, risada irônica, alucinado, seco, entusiasmo, lembrando, sorrindo, suspira, emocionado, quase chorando*. Estas indicações ajudam na construção da cena na imaginação do radiouvinte que não pode se utilizar da imagem para saber se o personagem está expressando alegria, tristeza, solidão, entusiasmo, ternura, aflição ou qualquer outro sentimento visível no rosto do ator.

As pausas também são enfatizadas no roteiro e ajudam a dar ritmo à trama.

Como bem lembrado por João Carraschoza em uma de suas aulas no PPGCOM-ESPM em 2013, *a língua oficial do homem é o silêncio e tudo que é importante é intertornado por ele*. No roteiro de rádio, as pausas, os silêncios, o volume e as nuances formam a construção da magia da obra apresentada. Importante também lembrar que os roteiros de peças radiofônicas nesta época eram abruptamente interrompidos por intervalos comerciais, pausas para publicidade do anunciante patrocinador do programa. Desta forma, o papel do responsável pela técnica era vital para voltar ao tom correto no momento da retomada do texto após o término da peça publicitária. Os elementos sonoros apresentados pela técnica como a música, os arpejos e os truques traziam de volta o ouvinte para a história com a audácia e coragem como se não tivesse existido a pausa invasiva da publicidade que interrompia com agressividade a obra apresentada. Por vezes, a peça publicitária dialogava com a obra apresentada, porém, no roteiro de “O Lar Vazio”, não se tem esta informação.

Recorremos então a Marshall McLuhan (1995) que fala sobre a impossibilidade de analisar o conteúdo sem considerar o meio em que acontece. Para McLuhan, o meio é a própria mensagem e completa seu pensamento ao dizer que

[...] a luz elétrica é informação pura. É algo assim como um meio sem mensagem, a menos que seja usada para explicitar algum anúncio verbal ou algum nome. Este fato, característico de todos os veículos, significa que o “conteúdo” de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo. Se alguém perguntar, “Qual é o conteúdo da fala?”, necessário se torna dizer: “É um processo de pensamento, real, não verbal em si mesmo.” (McLUHAN, 1974, p. 22)

Desta forma, ao analisarmos os roteiros deixados por Medina, percebemos que o próprio roteiro, é também mensagem.

Nota-se, ainda, que os textos de autoria de José Medina trafegam entre o apolíneo e o dionisíaco, uma vez que sugerem imagens que serão criadas nas mentes dos ouvintes a partir de elementos previamente alojados em suas memórias, porém fazendo uso de um discurso, por vezes, óbvio e direto. A sonoridade age como verbal na construção da realidade através de todos os elementos que compõem a obra radiofônica. Os roteiros de Medina eram fluidos e leves a ponto de conduzir o radiouvinte pela história narrada, como se fora um homem enamorado que levasse sua companheira pela mão para um passeio vespertino.

O som impresso nos tipos do jornal

A coluna *Rádio*, escrita por José Medina no Jornal de São Paulo, era utilizada para difundir textos de sua autoria sobre o meio Rádio e sobre o campo da comunicação em geral. Por vezes, chegava a utilizar o suporte impresso para publicar roteiros de peças de rádio, porém com um formato que incluía as marcações técnicas e indicações para os radioatores que a interpretariam. Neste caso, entretanto, a interpretação caberia, exclusivamente, ao leitor do texto impresso no periódico. O roteiro da peça “O Lar Vazio”, que havia sido irradiado pela Rádio Cruzeiro do Sul em Julho de 1946, foi publicado em quatro sequências durante o mês de dezembro do mesmo ano, sendo chamado pelo autor de “Radioconto”.

Não se pode supor que os leitores de jornal tivessem o conhecimento técnico para saber interpretar as marcações de um roteiro radiofônico ou o hábito de ler conteúdos com este formato, porém estas obras eram assim publicadas, com frequência, na coluna analisada e acompanhadas pelos leitores/ouvintes. De certa maneira, ao publicar os roteiros desta forma, Medina acabava por aproximar o público do universo radiofônico e promover uma maior intimidade com este meio.

Contudo, por conhecer as diferenças entre os meios em que transitava, Medina fazia pequenos ajustes de linguagem ao publicar em jornal os roteiros que eram antes produzidos para rádio, alterando marcas de pontuação, suavizando as marcações técnicas, porém mantendo o formato de roteiro.

A análise destas obras pode passar pelo que Erick Felinto (2006) explica sobre as materialidades da comunicação.

Falar em “materialidade da comunicação” significa ter em mente que todo ato de comunicação exige a presença de um suporte material para efetivar-se. Que os atos comunicacionais envolvam necessariamente a intervenção de *materialidades*, *significantes* ou *meios* pode parecer-nos uma ideia já tão assentada e natural que indigna de menção. Mas é precisamente essa naturalidade que acaba por *ocultar* diversos aspectos e conseqüências importantes das materialidades na comunicação – tais como a ideia de que a materialidade do meio de transmissão influencia e até certo ponto determina a estruturação da mensagem comunicacional. (FELINTO, 2006, p. 36-37)

Esta possibilidade de interpretação torna-se viável por conta da materialidade onde está difundida. Os roteiros publicados em jornal na coluna de Medina não informavam o nome dos radioatores que interpretariam as peças, o que oferecia a liberdade interpretativa dos leitores para imaginar os personagens com as vozes dos radioatores de sua preferência (ou mesmo com as suas próprias vozes), no caso dos leitores não terem ouvido a mesma peça já irradiada anteriormente.

No caso do radioconto “O Lar Vazio”, publicado no periódico paulistano, nota-se a adaptação para facilitar a compreensão dos leitores, a exemplo da indicação *arpejo rápido para mudança de cenário*, enquanto no roteiro para execução no rádio, constava apenas *arpejo rápido*. Ou ainda, em outro trecho, *voo de abelha para decorrência de tempo*, ao passo que aparece apenas *voo de abelha* no roteiro de rádio. Além disso, a marcação de interpretação para os radioatores também apresenta pequenas alterações que podem fazer diferença na compreensão do texto pelos leitores do Jornal de São Paulo. Em uma das cenas, o tom sugerido no roteiro de rádio aparece como *muito comovido*, já no jornal, está grafado apenas *frio*. Por ter sido publicado cinco meses depois da apresentação na Rádio Cruzeiro do Sul, pode-se supor que José Medina teve tempo para lapidar melhor a escrita, fazendo uso de uma linguagem um pouco mais elaborada para publicar no jornal impresso.

Detalhes íntimos revelados em pinceladas

O roteiro escolhido para ser analisado neste texto oferece elementos interessantes sobre a busca dos detalhes na poética. Vamos nos ater apenas às descrições feitas das duas telas pintadas pelo artista plástico do enredo, o Sr. Novais. Lembramos que o artista pintou dois quadros, sendo um produzido em tempos de glória em seu casamento com a mulher amada e o segundo após a grande decepção e desgosto ao descobrir a traição de sua esposa. As duas obras tiveram títulos de “O Lar” e “O Lar Vazio”, respectivamente. Na primeira, toda alegria e leveza são representados, como descrito a seguir:

ARMANDO O quadro representa uma sala ampla e cheia de sol, que entrava por uma janela aberta sobre um jardim. Junto à janela estava uma mulher loura toda vestida de branco, tendo ao colo um cachorrinho lulu com o qual brincava. Junto a ela, sentado numa poltrona, o marido que sorria feliz. No fundo, por onde penetrava a luz do sol, uma mesinha sobre a qual havia um recipiente com frutas e dois copos com vinho. No amplo retângulo azul do fundo, viam-se umas pequenas nuvens muito brancas e alguns fragmentos de uma trepadeira que parecia querer entrar pela janela para apreciar aquela paz divina do lar.

ALCIDES Não há dúvida que pela descrição que você acaba de fazer, aquele quadro devia ser uma maravilha!

ARMANDO Era uma tela que causava uma estranha sensação de bem estar, muito propícia à bondade. Porque era o reflexo vivo de um lar feliz. Os rostos das personagens tinham a expressão tranquila e serena de Novais e sua esposa. Tudo quanto estava reproduzido no quadro: assim como os móveis, as decorações e até a própria trepadeira, que espiava pela janela, eram cousas muito familiares ao pintor. E de fato era assim que corria a vida conjugal de Novais. (MEDINA, 1946, p. 3)

A descrição inteira é leve e com toques que levam o radiouvinte a imaginar um quadro com muita luz, alegre e que transmite harmonia e paz. Já o quadro seguinte, “O Lar Vazio”, é descrito com referências à obra anterior, porém contrastando seu tom com sentimentos antagônicos.

ARMANDO O ambiente é o mesmo do quadro “O Lar”, mas nesse quadro de agora, a janela está fechada e através das vidraças percebe-se apenas a monotonia de um céu cinzento. E espiando, pela janela, o esqueleto de uma trepadeira seca. Sobre a mesinha: um copo de água e uma côdea de pão. O cachorrinho lulu dorme sobre a poltrona em que no outro quadro estava sentado o homem que representava o próprio Novais. Ao fundo, uma porta entreaberta e nada mais. O homem risonho e a mulher loura desapareceram. (MEDINA, 1946, p. 9)

Percebe-se que a expressão visceral do segundo quadro expõe o profundo sentimento de dor e vazio deixado pela ausência e traição da mulher outrora amada. A amargura tomou conta do peito do pintor que conseguiu expressar com tintas a sua dor e emocionou, tanto quanto o outro quadro, os críticos e colecionadores de artes.

Nos detalhes descritos é possível enxergar com os olhos do coração o momento sentimental vivido pelo artista que criou tal obra. As taças de vinho, que antes celebravam o amor, deram lugar ao copo de água, sem graça, sem gosto, líquido que não celebra. A trepadeira que ambicionava compartilhar o momento de felicidade do casal estava seca, sem vida. O cão de estimação, que brincava no colo de sua dona, agora não

tinha mais o afago dos seus amigos humanos. A janela aberta representava a abertura da alma dos habitantes do lar retratado, enquanto o fechamento da mesma vidraça na última obra demonstra que o artista está cerrado para o mundo, amargurado, isolado, triste, sombrio.

Falando em sentimentos, podemos tomar o conceito de “casa” exposto por Gaston Bachelard em sua obra “A Poética do Espaço”. O autor nos diz que *a casa é um corpo de imagens que dão ao homem razões ou ilusões de estabilidade* (2008:36) e segue seu discurso explorando os espaços contidos dentro e fora da *casa*. Já segundo as palavras de Walter Benjamin, *para o homem privado, o interior da residência representa o universo. Nele se reúne o longínquo e o pretérito. O seu salon é um camarote no teatro do mundo.* (1991:37). A representação da mesma sala de estar em dois momentos opostos nas duas telas descritas, tem a força extrema de exibir de forma exacerbada a intimidade do pintor.

Relembrando as palavras de Carrascoza,

A vida é desprovida de forma. Cabe ao artista delinear, seja qual for seu modo de expressão, os traços de seu universo pessoal, valendo-se do detalhe para lhe dar verossimilhança, e, no caso da prosa ficcional, atrair o leitor para que ele “veja” as suas partes mais brilhantes. (CARRASCOZA, 2012, p. 104)

Estes detalhes ajudam a construir a imagem de um segundo quadro mais sombrio que o primeiro, com menos luz e cores, porém com igual força de sentimentos. A transição entre um quadro e outro, motivada por uma dor arrebatadora fez com que o impacto no espectador da nova obra fosse comparável ao toque sutil que atraiu os olhos da obra leve e suave, exposta outrora no salão de artes, porém, com uma carga oposta de sentimentos.

Consumindo simbolismos

Falar em consumo é também falar sobre os hábitos e costumes de uma sociedade. Sobre este aspecto, os roteiros de José Medina podem nos ajudar a desvendar um pouco sobre os paulistanos e paulistanas que consumiam seus produtos de entretenimento e conteúdos jornalísticos. Perceber as nuances escondidas nos roteiros são como a figura do caleidoscópio sugerida por Carrascoza para se analisar o consumo na vida cotidiana.

Nesse contexto, como se observando um caleidoscópio, percebemos efeitos de luz que desaparecem se o giramos, e reaparecem com outros matizes se de novo o movemos. Então, algo que se supõe ausente está, em verdade, ali, presente, à sombra. Daí emerge, imediatamente, o tema dos não ditos discursivos, tão importantes quanto os ditos. (CARRASCOZA, inédito, p. 13)

No capítulo dedicado ao entrelaçamento entre propaganda e política da obra “Tramas publicitárias. Narrativas ilustradas de momentos marcantes da publicidade”, os autores Carrascoza e Santarelli (2009: 43-65) evidenciam a importância que o rádio e os jornais tiveram na época da Segunda Grande Guerra. O papel destes meios de comunicação não aparece apenas como informativo, porém também serve como anestésico e oferece um tom de padrão de comportamento para enfrentar as mazelas da vida.

Retornando ao roteiro de “O Lar Vazio”, nota-se que a história fala sobre o encantamento dos colecionadores que querem, a todo custo, adquirir a obra de arte pintada pelo artista frustrado, que se recusa terminantemente a vender sua tela emblemática.

ARMANDO (...) “O Lar Vazio”. Aliás, um grande trabalho do Novais. Aliás, parece que muitos colecionadores e até o próprio governo quis adquirir aquele quadro. Mas o Novais nunca se decidiu a vendê-lo. (MEDINA, 1946, p. 2)

Como lembrado por Carrascoza (2012:106) ao citar um das obras de Tolstói sobre a arte, evidencia-se o contágio que a obra de arte pode promover em quem a “consome” e é fortalecido de acordo com a *singularidade do sentimento e sinceridade do artista, da maior clareza da transmissão do sentimento*. A obra prima do Sr. Novais, artista protagonista do roteiro de José Medina, conseguiu contagiar os colecionadores justamente por ter tido esta força de expressão, sinceridade de sentimentos, por ter exposto as feridas de sua alma na tela.

ARMANDO Uma maravilha! O Novais pôs toda a sua alma de artista naquele quadro! É uma concepção sublime! Deu-lhe o título de “O Lar Vazio”. Pois é esse o tal quadro que fez tanto sucesso e que o Novais recusou-se terminantemente a vender! Adivinha-se naquela tela o silêncio e o abandono! Posso garantir que é a melhor obra de pintura contemporânea. (MEDINA, 1946, p. 9)

Porém, o fetiche que cativou os colecionadores está intimamente ligado à aura, como descrita por Walter Benjamin em seus pensamentos. A obra de arte única, sem reprodutibilidade, onde está contida toda a magia da expressão do artista, em cada pincelada.

ARMANDO Como já disse a você o Novais teve muitas propostas para a compra do quadro, inclusive da própria pinacoteca nacional. Mas ele se recusa sempre a vendê-lo. Um dia perguntei a ele porque não vendia o quadro e ele respondeu-me...

(...)

NOVAIS (EMOCIONADO) Eu vou explicar. A felicidade é um dom que não temos o direito de reservar somente para nós. Deve servir de exemplo para todos. Porém... as feridas que nos causam as grandes dores morais, temos obrigação de escondê-las para o mundo. Esse quadro representa as feridas que ainda não deixaram de sangrar no meu coração.

(...)

NOVAIS Sendo assim, esse quadro só pode interessar a mim e a mais ninguém! (QUASE CHORANDO) Nele eu exteriorizei toda a minha infelicidade!... É o espelho onde se reflete toda a minha dor!... Todo o meu sofrimento e toda a minha amargura!... Portanto, somente eu o compreendo em toda a sua plenitude!... Essa é a história do meu ÚLTIMO QUADRO. Você que foi meu íntimo amigo sabe perfeitamente que no tempo em que eu era feliz, fui bastante vaidoso ao perceber que a glória vinha ao meu encontro. Mas agora que me vejo completamente infeliz e desgraçado, embora pareça um paradoxo, eu sinto um grande orgulho da minha dor imensa! É por isso que não quero de forma alguma me desfazer desse quadro enquanto viver! (MEDINA, 1946, p. 10)

A tela em questão, “O Lar Vazio”, consegue despertar o interesse dos colecionadores pela sua força, entretanto tem uma representatividade ainda mais avassaladora para o artista que a pintou, justamente por simbolizar um momento de profunda amargura e tristeza, pela decepção amorosa que o abateu. Por mais que os colecionadores que a ambicionam consigam sentir esta dor ao observar a composição e uso de cores, luz e formas, não terão a mesma dimensão que o próprio artista, que passa a utilizar a própria criação como objeto de contemplação para tratar a sua dor. *A mercadoria pode ser comparada ao fetiche do primitivo, objeto de admiração e de temor, no qual o selvagem encarna o seu Deus. Esse fetiche é transformado em “obra de arte” para que os mortos não retornem para perturbar o cérebro dos vivos.* (MATOS, 2008, p. 18).

O consumo está presente, não apenas na intenção dos colecionadores de arte que desejam ter a tela retratada, porém também no consumo do rádio e do jornal como entretenimento e informação e para, de certa forma, inserir o cidadão no contexto social em que vivem e estimular, ainda mais, outros tipos de consumo. Trata-se de uma lógica lembrada por Carrascoza ao dizer que *é a sociedade capitalista, por meio da indústria cultural, que orienta o indivíduo para o melhor uso de seu tempo.* (CARRASCOZA, 2008, p. 223).

Considerações em processo

Como colocado por Cecília Almeida Salles, em sua obra “Gesto Inacabado” (2004), por vezes surgem trajetórias lineares nos labirintos, sem curvas e mistérios escondidos, que distorcem a lógica do ato criador. A trajetória profissional de José Medina permite uma série de reflexões a respeito do ato criador que pode ser trazido ao tempo presente através da pesquisa de mestrado que está em curso. São estes os elementos que continuarão a ser explorados sobre a poética da linguagem, para entender a magia que se promove através de seus conteúdos e técnicas.

Considerando que a mídia e o consumo também são parte da formação cotidiana da sociedade, seguiremos, pois, mergulhando neste mar de memórias e explorando a magia e os mitos que habitam o imaginário, com a rica contribuição de José Medina em busca dos detalhes escondidos por trás de sua obra.

Referências

- BACHELARD, Gaston. **A Poético do Espaço**. Tradução Antonio de Pádua Danesi. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- BENJAMIN, Walter. “Paris, Capital do Século XIX”. In: KOTHE, Flávio (Org.). **Walter Benjamin**. São Paulo: Ática, 1991.
- CARRASCOZA, João Anzanello. A cena de consumo. Um detalhe da estética publicitária. In: Rocha, Rose de Melo; Casaqui, Vander. (Org.). **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. 1ed. Porto Alegre: Sulinas, 2012.
- CARRASCOZA _____. Literatura e consumo: uma leitura do clássico *Vidas Secas*. (inédito).
- CARRASCOZA _____. “Publicidade: o sonho do consumo e a realidade da produção”. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Editora Atlas. 2008.
- CARRASCOZA _____. e SANTARELLI, Christiane. **Tramas publicitárias. Narrativas ilustradas de momentos marcantes da publicidade**. São Paulo: Ática, 2009.
- FELINTO, Erick. **Passando no labirinto: ensaios sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.
- MATOS, Olgária. “A cena primitiva – capitalismo e fetiche em Walter Benjamin”. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Editora Atlas. 2008.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.
- MEDINA, José. O Lar Vazio. **Rádio Cruzeiro do Sul**, São Paulo, 18 jul. 1946. Romance Condensado. 1 Roteiro.
- _____. Radioconto: O lar vazio. **Jornal de São Paulo**, São Paulo. 1946. Rádio.
- SALLES, Cecília Almeida. **Gesto Inacabado: processo de criação artística**. São Paulo: FAPESP: Annablume, 2004.

A trajetória histórica das redes de rádio no Brasil¹

Bárbara Avrella²
Tássia Becker Alexandre³

Resumo: Neste artigo abordamos, inicialmente, o surgimento e o panorama atual dos conglomerados midiáticos. A partir desta contextualização, refletimos sobre a importância destes grandes grupos da comunicação na criação das redes, especialmente no que tange ao meio radiofônico, e também sobre a sua trajetória histórica no Brasil. Para tanto, trazemos conceitos e estudos de autores como Comassetto (2007), Ferraretto (2001), Fonseca (2005) e Thompson (2008). Através da perspectiva sobre as redes radiofônicas apresentadas por estes estudiosos da comunicação, é possível observar que elas tornaram-se dominantes no mercado da radiodifusão sonora, levando conteúdos considerados de qualidade e sem custos para as localidades interioranas. Contudo, percebemos também que o interesse principal destes grupos é de cunho mercadológico, quanto mais lugares estiverem inseridos, mais anunciantes e ouvintes conseguirão conquistar.

Palavras-chave: conglomerados midiáticos; redes radiofônicas; trajetória histórica.

Introdução

O avanço tecnológico e a comercialização dos produtos midiáticos possibilitaram que grandes empresas passassem a comandar veículos de comunicação em diversos meios – impresso, radiofônico e televisivo, por exemplo. Hoje, “dois terços dos conteúdos culturais de massa disponíveis ainda são produzidos por duas dezenas de conglomerados” (SANTOS, 2010, p. 34). Com maior poder aquisitivo, estes grupos investiram na criação das redes, uma maneira de aumentar renda e audiência, difundindo, assim, seu produto para diferentes localidades interioranas.

1 Trabalho apresentado no GT de Mídia Sonora integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Bacharel em Comunicação Social, habilitação em jornalismo, pela Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen. Atualmente é mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Linha de pesquisa: processos e produtos jornalísticos. Orientação: Valci Zuculoto. É Bolsista Capes. E-mail: <barbara.avrella@gmail.com>.

3 Graduada em Comunicação Social, habilitação em jornalismo, pela Universidade Federal de Santa Maria, *campus* de Frederico Westphalen (2012). E-mail: <tassia.becker@gmail.com>.

No meio radiofônico, as redes ganharam impulso nos anos 1980, com a Rádio Bandeirantes AM, e, desde então, diversas emissoras no país passaram a explorar este novo nicho do mercado. Na medida em que grandes empresas investiam no segmento, novas emissoras associadas ou afiliadas surgiram, transmitindo conteúdos integrais ou parciais produzidos pela cabeça de rede.

Segundo Bragança (2003, p. 71), um dos principais atrativos para as pequenas emissoras aderirem às redes está na redução dos custos operacionais, já que muitas vezes há diminuição na verba e poucos profissionais qualificados disponíveis para produção de conteúdos. Ao mesmo tempo, o autor ressalta que há a otimização dos lucros para a cabeça de rede, que ganha através da publicidade.

Diante deste contexto, neste artigo abordamos sobre a trajetória histórica das redes radiofônicas no Brasil, destacando a evolução tecnológica que possibilitou a expansão do rádio. Discutimos, ainda, o percurso e as estratégias comerciais e comunicativas adotadas pelas principais emissoras do setor.

Para tanto, iniciamos apresentando os principais conglomerados midiáticos e a sua importância para a criação das redes, com conceitos trazidos por autores como Thompson (2008) e Fonseca (2005). Na seção subsequente, exploramos o percurso histórico das redes, as principais emissoras, as facilidades e implicações trazidas pelo sistema de redes ao rádio e a afiliação das pequenas emissoras aos grandes grupos da radiodifusão. Estudos de Comassetto (2007) e Ferraretto (2001) dão base a esta abordagem. Por fim, expomos nossas considerações sobre o tema.

Os conglomerados da mídia

Atualmente, a comunicação mundial é liderada por grandes grupos de comunicação, conhecidos como conglomerados midiáticos. Estas instituições, como a Time Warner, Viacom e NBC, são assim chamadas por “operar, ao mesmo tempo, em vários ramos correlatos ou cruzados da indústria global da comunicação” (MORAES, 2000, *online*).

O surgimento dos conglomerados de comunicação está amplamente relacionado às mudanças na comercialização dos produtos da mídia iniciada no século XIX. Segundo Thompson (2008, p. 73), neste período, as inovações técnicas como a criação da prensa a vapor, que permitiu um aumento na capacidade de reprodução gráfica, o surgimento da publicidade como fonte de financiamento das indústrias midiáticas e a expansão dos meios para públicos diversos foram importantes fatores que impulsionaram a transformação das instituições da mídia em interesses comerciais.

A partir de então, já no século XX, com o aumento de capital circulando e valor investido no setor, houve o crescimento e a consolidação das empresas voltadas à comunicação. Este processo contribuiu para a concentração de recursos em poucas mãos, “com poucas organizações no comando das maiores porções do mercado” (THOMPSON, 2008, p. 74).

A expansão do poder econômico das empresas deu margem a uma série de transações financeiras que culminou na criação de conglomerados midiáticos, como explica Fonseca (2005, p. 16): “Como consequência, o aprofundamento da concentração, um segundo turno na rodada da oligopolização e monopolização dos mercados dos produtos culturais, representada pela mais recente “onda” de compras, fusões, associações etc.”.

No Brasil, a consolidação dos conglomerados midiáticos ganhou força na década de 1970, com destaque para empresas como Organizações Globo, Editora Abril e Grupo Folha. Fonseca (2005) esclarece que estes grupos acabam por se tornar organizações industriais, “grandes conglomerados nacionais, resultantes de um processo crescente de concentração – de propriedade, de tecnologia e de capital” (FONSECA, 2005, p. 104).

Um estudo publicado em 2004 por Sérgio Caparelli e Venício Lima (*apud* FADUL; GOBBI, 2006, p. 93) apontou que a radiodifusão brasileira é dominada por oito grupos. Em nível nacional estão três: Rede Globo, Bandeirantes e SBT. Já a lista de conglomerados regionais é composta pela Rede Brasil Sul (RBS), na região Sul; Organizações Jaime Câmara (OJC), no Centro-Oeste; Rede Amazônica de Rádio e Televisão (RART), no Norte; Zahram, no Estado do Mato Grosso; e Verdes Mares, na região Nordeste. Suas áreas de abrangência justificam a supremacia: quase 100% dos lares brasileiros (*Ibid.*).

Duarte (1996) salienta que, diferente dos conglomerados internacionais, os grandes grupos ligados à comunicação no Brasil são, em grande maioria, familiares:

Em vez de pequenos acionistas, como acontece nos Estados Unidos, a maioria das empresas de comunicação brasileiras é controlada por grupos familiares. Essa característica levou a consequências interessantes na expansão desses conglomerados. As origens da Globo e de outros conglomerados nacionais estão geralmente associadas à mídia impressa, mas as novas gerações das famílias estão assumindo o controle da mídia eletrônica (DUARTE, 1996, p. 61).

Neste cenário encontram-se os conglomerados regionais, como os citados na pesquisa de Caparelli e Lima (*apud* FADUL; GOBBI, 2006, p. 93). Para conquistar a audiência do público e se destacar diante dos grupos da mídia que possuem abrangência nacional, os conglomerados regionais apostam na apresentação de informações e conteúdos que dialoguem com aquela comunidade específica a qual estão inseridos. Cabral (2013, p. 8-9) analisa este fenômeno:

Observa-se que o crescimento e o fortalecimento dos grupos regionais de mídia se devem à busca constante dos brasileiros sobre o que vem acontecendo na comunidade, no lugar onde estão inseridos. Ao se analisar o mapa de concentração da radiodifusão brasileira, verifica-se que os conglomerados regionais dominam a mídia no país, investindo em empresas diversificadas de comunicação e em coligadas com outros focos de atuação, tentando conquis-

tar a credibilidade da população com ações de comunicação e até de responsabilidade social.

Enquanto grandes instituições da mídia dominam a comunicação regional e/ou nacional, as pequenas empresas locais, em sua grande maioria, lutam pela sobrevivência. A disparidade nos materiais para produção dos conteúdos, como equipe de profissionais e aparatos tecnológicos, faz com que as emissoras menores se aliem a estes conglomerados midiáticos, que, por sua vez, agem através das redes. Na próxima seção, explicamos sobre o que são redes radiofônicas e como se dá esta parceria entre as grandes e pequenas empresas de comunicação.

As redes radiofônicas

A história das redes radiofônicas no país está intrinsecamente ligada ao desenvolvimento dos conglomerados midiáticos. Redes como a Bandeirantes (Grupo Bandeirantes), CBN (Organizações Globo) e Gaúcha (RBS) fazem parte de alguns desses principais oligopólios de mídia do país.

Para entendermos a evolução histórica das redes de rádio é necessário, primeiramente, trazermos a conceitualização de rede. Rabaça e Barbosa (1995 *apud* BETTI, 2011, p. 2) definem rede de rádios ou televisões como “o grupo de emissoras que transmitem no todo ou em grande parte uma programação comum. Uma rede pode ser composta por emissoras associadas (pertencentes a uma mesma propriedade jurídica) ou afiliadas (através de acordos ou convênio)”. As compostas por rádios associadas são aquelas que transmitem o mesmo conteúdo em tempo integral ou apenas em alguns horários em diferentes regiões através das sucursais. Já as redes que possuem afiliadas são entendidas como as que retransmitem parte de sua programação para outras estações em tempo real ou em outros horários de acordo com a programação da emissora, mas que não fazem parte da mesma empresa (AVRELLA, 2013, p. 3). Cabe ressaltar, ainda, que as produções geradas pela cabeça de rede são captadas pelas afiliadas/associadas através de parabólicas e em seguida retransmitidas.

A trajetória das redes de rádios no Brasil começou a ser contada efetivamente a partir dos anos 1980. No entanto, em 1958, formou-se a Cadeia Verde-Amarela Norte-Sul do Brasil pela Rádio Bandeirantes. Segundo Comassetto (2007, p. 64), ela foi criada “para a transmissão da Copa do Mundo na Suécia, com 400 emissoras em todo país”. No rádio, quando nos referimos à terminologia “cadeia” podemos diferenciá-la de duas maneiras: primeiramente, como a transmissão/geração simultânea de uma programação em determinadas coberturas, programas especiais etc. Por exemplo, quando emissoras unem-se para a transmissão da Copa do Mundo de Futebol. Ou, então, a formação de uma determinada rede, como é o caso da Rede Gaúcha Sat, que gera sua programação para emissoras afiliadas em diversas localidades do país (AVRELLA, 2013).

Acompanhando o desenvolvimento tecnológico de outros países, no ano de 1965 o Brasil começou a integrar a INTELSAT (*International Communication Satellite*), um consórcio que colocou em órbita o primeiro satélite de comunicações, o que possibilitou a transmissão de rádio e televisão através de um novo sistema. O governo brasileiro só passou a considerar o uso de satélites domésticos de comunicações em meados dos anos 70, quando foi criado pelo Ministério das Comunicações um grupo de estudos para examinar a possibilidade de utilização do novo mecanismo de transmissão (MOREIRA, 2002, p. 104).

Na década de 80, a Rádio Bandeirantes AM, de São Paulo, foi precursora na transmissão de rádio via satélite. Em 1982, a emissora “começou a gerar o seu radiojornal *Primeira Hora*, usando o tempo ocioso do subcanal que a Rede Bandeirantes de Televisão havia alugado no Intelsat” (FERRARETTO, 2001, p. 166).

A partir dos satélites, a organização das transmissões em redes se modernizou. Antes disso, eram utilizadas linhas telefônicas para gerar a programação para outras estações. Ferraretto (2001, p. 75) explica o funcionamento das redes via satélite: “o sinal é enviado ao espaço, recebido pelo satélite, reforçado e retransmitido às estações em terra. O Sistema Nacional de Telecomunicações inclui uma rede terrestre que se interliga aos satélites”.

Foi no ano de 1985 que o país começou a dispor de satélites próprios, o Brasilsat A1 e A2. Mesmo assim, as rádios brasileiras ainda não faziam suas transmissões por meio do novo sistema. Até 1989, apenas a Cadeia Verde-Amarela da Bandeirantes operava em rede no país (MOREIRA, 2002). Ainda no ano de 1989, a Embratel revolucionou a radiodifusão sonora no Brasil, passando a oferecer um novo mecanismo de transmissão via satélite, o Radiosat, um sistema de transmissão em estéreo e com alta qualidade de som. Isto propiciou a união das grandes emissoras das capitais às pequenas estações do interior, formando, desta forma, as redes nacionais de rádio (FERRARETTO, 2001).

Com os satélites, algumas rádios puderam ampliar sua cobertura no território brasileiro, lugares que anteriormente só conseguiam captar estações de abrangência nacional por meio das ondas curtas, passaram a dispor, também, das transmissões em rede. As emissoras locais de pequenos municípios, por sua vez, passaram a fazer parte dessas redes, adquirindo conteúdos considerados de qualidade e sem custos.

Somente no início dos anos 1990 ocorreu a ascensão das redes de rádio no Brasil. Moreira (2002, p. 106) salienta que isso aconteceu “quando emissoras como a Jovem Pan, de São Paulo, e a Transamérica, do Rio de Janeiro, partiram para a organização das suas próprias redes de emissoras reunidas via satélite”. No decorrer dos anos 90, especialmente no Sudeste e Sul do país, diversas redes regionais e nacionais foram implantadas. Em 1991, criou-se a Rádio CBN (Central Brasileira de Notícias), que, além de se tornar uma das principais redes radiofônicas do Brasil, é considerada a primeira emissora no formato *all news*, transmitindo 24 horas de notícias. Mais tarde, em 1994 fundou-se a Jovem Pan, maior rede de rádio no segmento jovem do país que hoje possui 53 emissoras, atingindo quase 900 cidades de Norte a Sul do Brasil. Em 1995 implantou-

-se uma das principais redes do país, a Gaúcha Sat, pertencente ao grupo RBS (Rede Brasil Sul), que atualmente possui 141 afiliadas espalhadas por oito estados, além de três emissoras próprias, a Gaúcha Grande Porto Alegre, Gaúcha Santa Maria e Gaúcha Serra, todas situadas no Rio Grande do Sul.

Com o aumento no número de emissoras no setor e uma abrangência maior, muitas rádios sentiram a necessidade de se adaptar à segmentação, mudando, principalmente, a sua estrutura de programação. Algumas começaram a se dedicar ao formato de rádio informativo, outras ao musical e também ao segmento jovem. Corroborando com isto, Comassetto (2007, p. 65) ressalta: “a possibilidade de abranger público significativo através das redes ajudou a consolidar as emissoras especializadas em notícias e fragmentou a audiência de FM em diversos gêneros, do clássico ao rock, da música elitista à popularesca, do estilo jovem ao adulto”.

Desde os anos 2000, novas redes radiofônicas vêm sendo criadas. Estas surgem principalmente em frequência modulada (FM), devido à melhor qualidade do som e estarem disponíveis nos aparelhos móveis (celulares, *smartphones* etc.). No ano de 2005, o Grupo Bandeirantes criou a BandNews FM, que se tornou uma das principais no segmento informativo disponíveis em território nacional.

Cada vez mais as redes têm se fortalecido no cenário da radiofonia brasileira. Poucos são os dados que explicitam quanto do setor radiofônico é operado através deste sistema no país, porém, a estimativa é de que 30% atuem com essa estrutura (SANTOS, 2010, p. 5). A maioria delas pertence aos principais grupos midiáticos do Brasil e busca consolidar seu poder de penetração e atingir um número maior de ouvintes e arrecadações publicitárias. Com a justificativa de levarem informações consideradas de qualidade e sem custos, essas emissoras formam parcerias com as pequenas rádios do interior e vão se tornando soberanas no mercado radiofônico. Cebrián Herreros (2007, p. 62) enfatiza o interesse das estações cabeças de rede em estarem cada vez mais presentes em um maior número de localidades:

As grandes cadeias não querem ficar presas só no âmbito nacional. Estabelecem um sistema de desconexões por regiões e por localidades para estar presentes também em cada um dos lugares. A desculpa é oferecer informação durante um tempo reduzido sobre o ocorrido no local, mas a razão fundamental é o fator econômico, ou seja, para captar a publicidade dos pequenos e médios comerciantes que multiplicada pelo número de emissoras, incrementa a arrecadação global da cadeia (CEBRIÁN HERREROS, 2007, p. 62, tradução nossa)⁴.

4 Las grandes cadenas no quieren quedarse ceñidas sólo al ámbito nacional. Establecen un sistema de desconexiones por regiones y por localidades para estar presentes también en cada uno de los lugares. La excusa es ofrecer información durante un tiempo reducido sobre lo acaecido en el lugar, pero la razón fundamental es de tipo económico, es decir, para captar la publicidad de los pequeños y medianos comerciantes que multiplicada por el número de emisoras incrementa los ingresos globales de la cadena (citação original).

Quanto mais localidades as redes cobrirem, mais anunciantes elas conseguirão abarcar. Além disso, haverá um aumento considerável na sua audiência. Gisela Ortriwano ainda nos anos 80 salientava:

[...] as redes de rádio estão sendo estruturadas, visando a melhor exploração das potencialidades comerciais do meio. E, com a possibilidade de emissão por satélite, as redes poderão ser cada vez mais ágeis, aumentando sua capacidade de transmitir programação unificada, ao mesmo tempo em que podem ampliar sua abrangência na conquista de novas emissoras (ORTRIWANO, 1985, p. 33).

No decorrer dos anos, cada vez mais, pequenas emissoras estão sendo envolvidas por este sistema e a tendência é de que essas cabeças de rede sigam dominantes no mercado da radiodifusão sonora. Em muitos casos, isto faz com que alguns traços culturais, antes manifestados de maneira singular pelas estações locais, sejam sucumbidos pelas transmissões em rede. Ortriwano, já apontava um problema que se mantém até hoje no rádio:

[...] agora o rádio corre o risco de apresentar programas – inclusive os jornalísticos – desvinculados da realidade local, perdendo com isso a força da proximidade, da programação feita com base em hábitos e costumes específicos, com o linguajar da própria região. A programação homogeneizada passa a ganhar espaço, a criatividade local não tem como manifestar-se e o mercado de trabalho fica cada vez mais restrito (ORTRIWANO, 1985, p. 34).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Santos (2010, p. 8) enfatiza: “[...] o principal problema das redes é que, ao abrangerem regiões as mais diversas, não mantêm identificação com as comunidades locais, ignoram sua cultura e têm dificuldade para discutirem seus problemas”.

Por outro lado, Juliana Gobbi Betti (2011, p. 10) destaca os benefícios do sistema de rede: “entre as principais vantagens da organização em rede para as emissoras radiofônicas, está a diminuição dos custos de produção, principalmente quando aliado ao aumento do potencial de cobertura”. Diminuem-se os custos de produção, pois não é mais necessário o deslocamento de profissionais para a cobertura de fatos ocorridos em determinadas localidades e a própria rádio associada/afiliada atende a demanda de informações locais e direciona à cabeça de rede. Além de tudo, a maioria das redes possui uma estrutura com mais qualidade técnica e profissional. Isto é possível especialmente por conta do poder financeiro dessas emissoras, que em geral fazem parte dos principais conglomerados de mídia do país.

Conclusão

A partir da trajetória histórica da mídia podemos notar que principalmente no século XX ocorreu a propagação dos conglomerados midiáticos, em que uma parcela de grupos com grande poder financeiro conquistaram o domínio do mercado da comunicação, incluindo a sua expansão para as redes radiofônicas.

A partir do panorama apresentando no decorrer deste trabalho, podemos perceber que as emissoras locais de pequenos municípios tornaram-se dependentes da produção de conteúdos das estações cabeças de rede, que cada vez mais vão dominando o mercado sonoro e se difundindo por diferentes localidades, principalmente em busca de mais anunciantes. Isto faz com que aumente o faturamento econômico desses conglomerados e o seu poder de penetração.

Não se pode negar, no entanto, que sem a produção de conteúdos por parte desses grupos, muitas localidades remotas ficariam alheias às informações nacionais e internacionais.

Do mesmo modo que o desenvolvimento dos conglomerados e, conseqüentemente, a formação das redes trouxeram melhorias para a mídia e o público, houve também efeitos negativos para o rádio. Entre as desvantagens estão a monopolização do poder econômico, a descaracterização cultural em emissoras locais, a diminuição das informações locais e também a concorrência desleal diante das estações menores, como completa Magnoni (2010, p. 131): “O efeito colateral é que as transmissões em rede nem sempre respeitam as identidades culturais e as preferências dos públicos regionais, fatores que podem diminuir a audiência local de emissoras que veiculam programas em rede”.

Referências

AVRELLA, Bárbara. **O desenvolvimento das redes radiofônicas no Brasil: o caso da Rede Gaúcha Sat**. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 9. **Anais...** Brasília: SBPJor, 2013.

BETTI, Juliana C. Gobbi. **As Redes de Rádio no Brasil: estratégia e desenvolvimento**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 34. **Anais...** Recife: Intercom, 2011. Disponível: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2774-1.pdf>>.

BRAGANÇA, Maria Alice. **Ensaio de convergência: o caso da Rádio Gaúcha**. In: MARTINS, Francisco Menezes (org.). **A comunicação, o social e o poder: cultura, complexidade e tolerância**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. **O poderio da Rede Amazônica de Rádio e Televisão no norte do Brasil**. In: Congresso Brasileiro da Comunicação, 36., 2013, Manaus. **Anais eletrônicos...** Manaus: Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1400-1.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **Modelos de radio, desarrollos e innovaciones:** Del diálogo y participación la interactividad. Madrid: Fragua, 2007.

COMASSETTO, Leandro Ramires. **A voz da aldeia** – o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global. Florianópolis: Insular, 2007.

DUARTE, Luiz Guilherme. **É pagar para ver:** a TV por assinatura em foco. São Paulo: Summus, 1996.

FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina. **Mídia e região na era digital:** diversidade cultural, convergência midiática. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

FERRARETTO, L. A. **Rádio:** o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. **O jornalismo no conglomerado de mídia:** Reestruturação produtiva sob o capitalismo global. Porto Alegre, 2005, 350 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

MAGNONI, Antônio Francisco. Projeções sobre o rádio digital brasileiro. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (orgs.). **O novo rádio:** cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

MORAES, Dênis. **A hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global.** Biblioteca On-line de Ciência da Comunicação, 2000. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html>>.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio em transição:** tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no rádio:** os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

SANTOS, Maria Cláudia dos. **O local e o global na Itatiaia.** In: Encontro Nacional de História da Mídia, 7. **Anais...** Fortaleza: Alcar, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-2009-1/O%20local%20e%20o%20global%20na%20Radio%20Itatiaia.pdf>>.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

A mídia sonora como ferramenta educacional na representação de conteúdos históricos¹

Joseline Pippi²
Roberta Roos³
Jackson Neves⁴

Resumo: A mídia sonora apresenta uma variedade de atuações e possibilidades. O uso na sala de aula apresenta-se como uma alternativa ao processo didático, principalmente quando estiver voltado ao ensino de história, como defende este artigo. A atuação, proposta, é defendida pela Educomunicação e visa aproveitar as vantagens da produção midiática como ferramenta complementar no processo de ensino-aprendizagem. O uso desta plataforma de mídia pode despertar o interesse pelos conteúdos teóricos de história, desenvolvendo o pensamento crítico, estimulando a produção imagética e a memória. Valoriza-se desta forma, o aprendizado, com respeito ao contexto social dos estudantes, levando-se em consideração as diferentes capacidades e formas de absorção de conteúdos.

Palavras chave: mídia sonora; educomunicação; ensino-aprendizagem; conteúdos de história.

Introdução

O rádio é um meio de comunicação de massa que permanece ativo, mesmo com a chegada de outras plataformas com maiores possibilidades técnicas e atrativos sensoriais. Isso porque possui características próprias que o diferenciam e o valorizam como tal. Além disso, o rádio pode ser um aliado educacional, através dele pode-se desenvolver melhor os conteúdos, transmitir as mensagens de forma interativa trazendo maior dinamismo para a sala de aula.

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Sonora, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Doutora em Extensão Rural (UFSM), docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa (Unipampa) e líder do grupo de pesquisa Comunicação, Ciência, Tecnologia e Sociedade (ComC&TS).

3 Professora e Pesquisadora da Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja. Integrante do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo. Graduada em Jornalismo e em Radialismo e Televisão pela Universidade de Passo Fundo. Mestre em Educação.

4 Acadêmico do curso de Comunicação Social – Hab. em Publicidade e Propaganda.

Através do uso desta ferramenta em sala de aula, se pode aguçar outros sentidos nos alunos, auxiliar a desenvolver a sensibilidade e prender atenção através de uma explanação diferenciada da tradicional forma de ensino.

Entende-se que *rádio* não se refere apenas ao aparelho radiofônico, nem a estrutura necessária para seu funcionamento. Mas sim às potencialidades da mídia sonora como forma de condução de mensagem e conteúdo.

O rádio possui uma característica toda própria para converter, na mente do ouvinte, ideias, palavras e ações em imagens auditivas. Mediante ao emprego de técnicas podemos criar uma tela na mente da pessoa, levando-a a imaginar o sentido daquilo que queremos criar. Seja nas radionovelas, *spots* publicitários, *jingles*, documentários, notícias, vinhetas, seja em peças institucionais, encontramos no rádio uma ferramenta econômica, rápida e precisa. (CÉSAR, 2005, p.142)

Cada indivíduo tem facilidade em algumas áreas do conhecimento e dificuldade em outras. Faz parte da identidade de cada pessoa ter inclinações a determinados conhecimentos ou atuações.

Não é objetivo deste ensaio, criticar o sistema educacional brasileiro ou as políticas de estrutura de ensino. Há diversas discussões sobre a efetividade do processo educacional, problematizações e teorias sobre mudanças que seriam bem vindas para melhoria do sistema de ensino; mas, exterior a tudo isso, o objetivo é apresentar uma ferramenta que pode auxiliar o processo didático.

Assim como os indivíduos têm propensões a áreas de ensino, eles também têm inclinações a aprender melhor em plataformas diferentes. Alguns alunos têm mais facilidade com a leitura, outros assimilam melhor o conteúdo ouvindo, outros são extremamente visuais, diferentes percepções e capacidades que precisam ser respeitadas no processo de ensino-aprendizagem.

O presente trabalho visa apresentar a modalidade de ensino adaptada para o rádio como uma ferramenta na educação, auxiliando no processo didático e inclusivo, atendendo as capacidades diferentes de aprendizado. Percebe-se essa ferramenta como efetiva também na apresentação de conteúdos históricos através das interpretações e representações.

Mídia Sonora – Concepções e possibilidades

Uma das principais discussões que permeiam este trabalho é acerca da mídia sonora. Existe ainda minudência de conteúdo bem desenvolvido acerca dessa denominação. O rádio é responsável por concentrar a maior parte dos estudos uma vez que ele é o principal disseminador da modalidade. O rádio é a referência na sustentação e estabilidade da mídia sonora. Na academia se usa o termo *o rádio*, para se referir ao aparelho

de rádio, e o termo *a rádio*, para referir-se a instalação, estação ou ao grupo que a administra. Entretanto pouco se encontra sobre a mídia sonora afastada deste contexto.

A mídia sonora vem ganhando mais visibilidade com o desenvolvimento tecnológico, com o acesso a informação e o acesso à mídia através da internet. São materiais em MP3, podcasts, audiodramas e audiolivros que tem acesso gratuito para toda a comunidade. Caso um ouvinte realize o download de um Podcast e ouça no telefone, por exemplo, não podemos dizer que ele ouve rádio – nem *o rádio*, nem *a rádio*.

O rádio foi um dos principais meios de comunicação em diversos capítulos da história, ele tem um alcance maior do que as outras plataformas de mídia, uma vez que ele é barato, compacto e atualmente está inserido como anexo a outros aparelhos, como os telefones celulares, despertadores, televisores e outros. Ortriwano defende que ele apresenta particularidades tais como:

Sensorialidade: O rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um “diálogo mental” com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um. No caso da televisão, a decodificação. [...] ‘Uma imagem vale mais do que mil palavras’ é um chavão sobejamente conhecido por todos. E o rádio realmente usa as ‘mil palavras’ para criar cada imagem, que vão permitir que se criasse muito mais do que ‘mil imagens mentais’.. Orson Welles e sua transmissão de A Guerra dos Mundos, realizada em 1938, já provaram isso concretamente. (ORTRIWANO, 1948, p. 81)

O rádio apresenta um estímulo sonoro que incentiva o movimento de raciocínio, imaginação e criação da imagem mental. Como esta mídia usa apenas o estímulo sonoro, ele cria através deste a sensação referente aos outros sentidos. Através da narrativa ou dos efeitos sonoros, a informação ganha proporções sensoriais maiores do que as que podem ser sentidas de fato por qualquer plataforma. Através do barulho do vento, da respiração ofegante, e dos passos abafados pela areia, pode-se criar o deserto sem tirar o ouvinte da posição de conforto.

Cada veículo possui pontos negativos e positivos. O rádio é considerado como uma plataforma instantânea, mas pode ser também emocionante. A recepção de uma mensagem acontece ao mesmo tempo por milhares de pessoas, mas a sensação é de individualidade. Cada ouvinte cria o próprio personagem e a própria sensação de acordo com o cenário e o sentimento narrado.

Este status foi alcançado por dois fatores congregados: o primeiro, de natureza físió-psicológica – o fato de ter o homem a capacidade de captar e reter a mensagem falada e sonora simultaneamente com a execução de outra atividade

de que não a especificamente receptiva; o outro, de natureza tecnológica – a descoberta do transmissor (BELTRÃO, 1968, p. 112-113)

Ainda entre as vantagens dispomos do argumento de que, como estímulo sonoro, necessita apenas da capacidade auditiva para completar o ciclo transmissor. É possível assim, realizar outras atividades ao mesmo tempo em que se ouve rádio.

O que o rádio tem de tão especial? Intrínsecas – Liberdade imaginativa, alcance humano, alcance geográfico, simplicidade de produção, baixo custo, agilidade; Extrínsecas – Seletividade, Personalidade, Adaptabilidade, essencialidade Identificação pessoal; Potenciais – Didatismo, musicalidade, utilidade pública. (CONSANI, 2010, p. 18-21)

Aqueles que não conhecem os poderes da narrativa no rádio até duvidam de sua potência, mas ainda segundo o autor (2010), a mídia sonora dispõe de liberdade de sentido, direção e gênero de história como comédia, terror, documentário, entrevista, diário de bordo e outras tantas possibilidades; como possui baixo custo de produção, manutenção e aquisição, ele difunde o alcance geográfico podendo ser levado para todos os cantos através de um suporte tecnológico e expressar conteúdos extremamente segmentados.

A Educomunicação – a aliança propulsora

O conceito educacional atua nesta proposta como uma ferramenta para (re) pensar os processos de comunicação agregando o valor educativo, de forma a proporcionar uma melhora no processo de ensino-aprendizagem.

Os autores e pesquisadores da área percorrem um caminho interdisciplinar que visa conceber os processos educacionais assim como os comunicacionais com a finalidade de compreender os passos e aperfeiçoar a ação combinada das duas vertentes. Consani (2010) nessa fase de concepção dupla analisa os PEs e o PCs – Processos Educacionais e Processos Comunicativos:

Os PEs visam um fim utilitário que pode ser o de instruir sobre o uso de tecnologias, disseminar um certo matiz linguístico ou validar uma moral específica, entre outros. Já os PCs costumam ainda sustentar o que poderíamos chamar de uma ‘distinção menor entre meios e fins’, podendo até, em certa medida, ser tomados como ‘espontaneístas (Consani, 2010, p. 11)

Os Processos Educacionais nesse âmbito visam uma intenção educativa, uma lição, conteúdo, moral ou informação a ser debatida, compreendida e construída dentro da estrutura na qual se está inserida – educação na escola através de conteúdos ou educação em casa, como comportamento, respeito e etc. Os Processos Comunicativos por sua vez abrangem um grupo vasto de direções, e ainda, tão ou mais, vasto em intenção

de comunicação. Consani (2010) desenvolve que enquanto os Processos Educacionais centram no construir conhecimento ou edificar um saber, os Processos Comunicacionais são vazios de raiz, podendo obter qualquer forma de acordo com emissor, objetivo, entre outros.

Para alcançar a Educomunicação é necessário um trajeto que parte das vertentes, educação e comunicação. Profissionais de comunicação dispõem-se de estudos e atuações que os preparam para lidar com a transmissão da mensagem, com a comunicação para tipos diferentes de públicos, como uma comunicação massiva ou focalizada, entre inúmeras outras formas. Logo, voltar o olhar para a educação é uma forma de segmentar o público, direcionar o conteúdo e auxiliar o processo de formação destes.

Especialmente no Ensino Médio, é importante poder trazer para os espaços educativos aquele brilho nos olhos que vemos nas crianças e jovens, quando estão em comunidades da internet, quando vão ao cinema, quando estão entretidos com os games, ou quando envolvidos em programas que contemplam a produção midiática. (SOARES, 2011, pg. 52)

O conteúdo midiático de uma forma geral precisa ser atraente ao público. Ideologicamente uma das principais ações do comunicador é deixar a mensagem atraente ao público. Os alunos da educação básica, ensino fundamental e médio, frequentam as aulas todos os dias durante uma boa parte da vida, logo, prover uma forma de ensino mais interessante auxilia cada um deles a compreender melhor o conteúdo além de deixar este processo mais interessante.

Trata-se de ver e Educomunicação como um processo de ressignificação do sistema clássico de ensino. A possibilidade de reconfiguração do conteúdo disciplinar é percebida não apenas como uma forma de modernizar o conteúdo com elementos mais tecnológicos, mas também como forma de inserir nesse processo de ensino, lições que visam a autonomia, o respeito e o incentivo ao pensamento crítico.

Em decorrência, pretende-se que o currículo em debate avance para além de um aglomerado de conteúdos de ensino, descolado da experiência e do tempo dos jovens, convertendo-se em instrumento de integração e articulação dos conhecimentos com a vida cotidiana, interdisciplinar, valorizando, dessa forma, a aprendizagem significativa e a formação de pessoas com capacidade de aprender continuamente e de atuar de modo transformador. (SOARES, 2011, p. 52)

É uma demonstração de respeito pelo aluno, pela sua capacidade de reflexão sobre o conteúdo. A rigidez e a sistematização do ensino estabiliza o conteúdo dificulta que algo mais seja construído além das informações e dados exatos à cerca da disciplina. Acreditar no potencial de raciocínio e incentivar a consciência crítica dos alunos é um objetivo que pode ser mais facilmente atingido utilizando as vivências que a mídia propõe.

Penteado (2010, p. 13) ilustra que “é preciso considerar que a simples presença desses recursos no trabalho pedagógico não é sinônimo de mudanças significativas na qualidade de tal trabalho”. Não basta a introdução de novos métodos em velhas práticas, trata-se de sensibilidade para saber o momento de utilizar, respeito às capacidades e de habilidade para a utilização.

Ajudar o aluno a acreditar em si, a sentir-se seguro, a valorizar-se como pessoa, a aceitar-se plenamente em todas as dimensões de sua vida. Se o aluno acredita em si, será mais fácil trabalhar os limites, a disciplina, o equilíbrio entre os direitos e deveres, e a dimensão grupal e social. (MORAN, 2000 p. 30)

Entre os pilares da Educomunicação, Ismar de Oliveira Soares (2011) defende quatro ecossistemas para a formulação de um processo educacional: Ações inclusivas, democráticas, midiáticas e criativas. Esses passos são alguns dos básicos para a edificação educativa, onde o profissional percorre em busca da ascensão. Ações inclusivas entende-se que o conteúdo e a plataforma sejam pensados de forma que contemple a todos os alunos, mesmo àqueles que apresentam dificuldade de aprendizagem ou que tenham qualquer tipo de deficiência, nenhum membro da comunidade pode se sentir excluído do processo; Democráticas pela mesma razão, que seja para o bem de todos como iguais e as diretrizes e direções sejam pensadas coletivamente, proporcionando também a consciência de que somos radicalmente iguais; Midiáticas para que o conteúdo seja atrativo e dinâmico, resultando na canalização da concentração e valorizando assim as mediações possibilitadas pelo recurso, e por fim; Criativas, para que o aluno seja instigado a participar e desenvolver e multiplicar o conhecimento, valorizando sua cultura e identidade.

A representação dos conflitos históricos.

Existe na web uma infinidade de conteúdos de mídia sonora que seguem os passos que são expostos aqui. São radionovelas, entrevistas, conversas entre amigos e dramatizações que tem por objetivo transportar o ouvinte diretamente à época e situação vivenciada pelos personagens. O formato mais recorrente é o Podcast, que é um formato maleável e prático, fica disponível para download, mas também pode ser ouvido online.

Dentre os mais conhecidos na apresentação de conteúdos históricos no Brasil estão os programas Visão Histórica, Escriba Café, Papo Lendário, NerdCast e o HistóriaCast. Os programas têm perfis diferentes variando a abordagem que se propõem. Christian Gurtner, por exemplo, é o podcaster responsável pelo Escribacafé e apresenta no seu trabalho uma riqueza de detalhes e efeitos sonoros que dão grande fineza e potência para o programa em formato de dramatização; ao passo que Alexandre Ottoni e Deive Pazos em seu NerdCast oferecem um programa mais interativo, inclusive com um

toque de humor e com participação de alguns convidados especiais, que apresentam estudos relevantes ou que foram testemunhas oculares da história.

A questão de fidelidade de conteúdo nos vem como forma de garantir a veracidade das informações e também a responsabilidade frente aos fatos citados e as opiniões expressas. Como se sabe, na internet, o usuário pode publicar informações, mesmo não apresentando nenhum conhecimento relevante a cerca do conteúdo, e isso pode gerar um ruído considerável.

A vantagem de apresentar um conteúdo histórico como o golpe militar de 64 em áudio para os alunos é desenvolver uma narrativa onde o ouvinte seja conduzido pelos acontecimentos e possa (re)viver as dificuldades da época e desenvolver uma relação empática à cerca dos trâmites políticos. Esta ação voltada a despertar o interesse e imaginação no ouvinte/aluno é um incentivo a reflexão individual e busca por mais informações acerca do tema que chamou atenção. É uma aposta e incentivo ao pensamento crítico do estudante.

Considerações finais

O rádio, enquanto plataforma de sustentação de mídia sonora, dispõe da capacidade de conduzir o ouvinte por uma linha de raciocínio e pensamento. Através de efeitos sonoros e do direcionamento da linguagem pode levar o ouvinte na direção de um enredo mais lúdico, e essa condução desperta no indivíduo uma nova perspectiva, um novo ponto de vista.

O apelo imagético conduz ao envolvimento do ouvinte. O programa pode apresentar uma narrativa dramatizada que irá conduzi-lo pela história, de forma que os eventos ocorridos, o desenrolar da história e o desfecho serão melhores assimilados.

Transformar o indivíduo *ouvinte* no indivíduo *aluno* traria ganhos relevantes para a comunidade educacional. O sistema educacional apresenta uma estrutura pouco flexível em relação aos conteúdos, o que muitas vezes limita a ação didática do professor. Quando se tem um calendário muito rígido, os conteúdos precisam ser passados e superados, e nesse processo há perda de conteúdo, de discussão e de debate.

Aliar o processo educacional com os processos de comunicação é uma vertente da área da Educomunicação. Esse segmento surge no intento de aliar os processos de elaboração de produtos midiáticos voltados para a aceleração do processo educacional. Trata-se de apresentar uma ferramenta, inclusiva, não substitutiva, que atue de forma a oferecer uma nova ferramenta didática para o professor. Esta modalidade também visa o respeito as diferentes capacidades de aprendizado. Ao passo que todos os indivíduos têm particularidades na forma de absorção de conteúdos.

Como o conteúdo é uma reflexão, análise, comentário ou narração de um fato histórico, o produto pode ser armazenado e reproduzido nos anos seguintes e inclusive ser disponibilizado para que os alunos ouçam em casa e acompanhem o desenrolar da história.

Existem no rádio modalidades que se mantêm fieis a outras obras, como a leitura fiel de um livro, conservando a este a responsabilidade da autoria e dos argumentos. Mas há inúmeras possibilidades, como as entrevistas, os comentários, as rodas de debate, as narrativas e adaptações radio-cênicas. Quando se apresenta em áudio representações históricas é preciso ter cuidado quanto ao discernimento no conteúdo sobre a origem da informação e a veracidade do conceito.

Busca-se refletir sobre a responsabilidade da atuação profissional como uma atuação integrativa, que pode servir à educação de forma a proporcionar uma instrução voltada ao pensamento crítico. Para além, propõe-se o reconhecimento da grande efetividade da comunicação no processo educativo; e com isso estimular um reposicionamento do perfil profissional voltado as responsabilidades sociais.

Referências

CÉSAR, Cyro. **Rádio: A mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

CONSANI, Marciel. **Como usar o rádio na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2010.

BELTRÃO, Luiz. Jornalismo pela televisão e pelo rádio: perspectivas. In: Revista Escola de Comunicações Culturais, USP, Vol.1, 1968, p. 112-113.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: O conceito, o Profissional e a Aplicação**. São Paulo, Paulinas. 2011.

MORAN, José Manuel. **Novas tecnologias e mediação pedagógica** – Campinas, SP: Papyrus, 2000 – Coleção Papyrus Educação.

“Jornalismo em Debate”: a história de um programa de rádio e sua contribuição à análise da crítica de mídia e à formação de radiojornalistas¹

Valci Zuculoto²
Guilherme Longo³

Resumo: Este artigo apresenta o programa de rádio “Jornalismo em Debate” produzido em disciplina vinculada à Cátedra FENAJ/UFSC de Jornalismo para Cidadania, com foco nas edições do primeiro semestre de 2013⁴. Traz análises iniciais – técnicas e teóricas – sobre a produção. Para tanto, resgata historicamente o desenvolvimento da disciplina e, portanto, do programa radiofônico, debatendo seus objetivos, entre os quais de estimular a análise crítica da mídia jornalística no país e contribuir com a formação de jornalistas, em especial para o meio rádio. O programa é produzido mensalmente, tendo como formato principal o rádio debate, com convidados locais e nacionais que participam em estúdio ou por telefone, via híbrida. Os debates são sempre sobre uma cobertura que está na pauta do dia da imprensa brasileira. Sob orientação de um professor, os alunos cumprem todo o processo de edição de um programa radiofônico deste tipo, desde a definição da pauta e pesquisa sobre o tema a ser abordado em cada edição até a pós-edição e avaliação dos resultados. O programa “Jornalismo em Debate” é transmitido mensalmente pela Rádio Ponto UFSC, em www.radio.ufsc.br, onde todas as edições ficam disponíveis no acervo permanente para acesso a qualquer tempo. A Rádio Cultural Joinville, no dial e na web, também retransmite o programa.

Palavras-chave: História do Rádio; Produção Radiofônica; Radiojornalismo; Jornalismo em Debate; Crítica de Mídia

- 1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Sonora, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
- 2 Professora orientadora. Valci Zuculoto é Prof. Dra. da Graduação e Pós em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina-UFSC, jornalista formada na UFRGS, mestre e doutora pela PUCRS, Diretora da FENAJ, Vice-Presidente do SJSC e Conselheira do FNPJ. Coordena o GT de História da Mídia Sonora da Rede Alcar e a categoria jornalismo do Prêmio Expocom/Intercom. É uma das líderes do GIRAFÁ – Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio. <valzuculoto@hotmail.com>
- 3 Guilherme Longo é aluno da 6ª fase do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, estagiário do Laboratório de Radiojornalismo, voluntário da Rádio Ponto UFSC e integrante do GIRAFÁ - Grupo de Investigação em Rádio, Fonografia e Áudio e GIPTele – Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo. <guilherme.longo93@gmail.com>.
- 4 No semestre analisado, o programa foi produzido pelos acadêmicos Guilherme Longo, Janine Silva, Mateus Boaventura, Mateus Vargas, Marianne Ternes, Mirene Sá, Matheus Lobo, José Fontenele e Gustavo Cruz, orientados pelos professores Valci Zuculoto e Áureo Moraes e com auxílio dos técnicos Roberto Vargas, Guilherme Constando e Manuel Alvar.

1. Introdução

O programa de rádio “Jornalismo em Debate” é produzido em disciplina vinculada à disciplina Cátedra FENAJ/UFSC de Jornalismo para a Cidadania, uma parceria do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina com a Federação Nacional dos Jornalistas. A parceria se desenvolve há 14 anos, desde 2000, nos mais diversos formatos e atividades previstos no acordo entre as instituições, que incluem, entre outros, ciclo de palestras, cursos de curta duração, disciplinas regulares. Programa radiofônico produzido em disciplina é um destes formatos e, na UFSC, vem sendo desenvolvido desde 2011. Inicialmente ia ao ar quinzenalmente. Na atualidade, como consequência da permanente avaliação sobre seus resultados, por parte dos estudantes e professores envolvidos na sua produção, realiza-se em edições mensais, em forma de mesa de debates radiofônicos, com diferentes convidados especialistas locais e nacionais, que analisam as coberturas jornalísticas agendadas na pauta cotidiana da mídia brasileira e questões relativas ao exercício profissional do Jornalismo.

Com o objetivo de relatar historicamente o desenvolvimento e consolidação do programa “Jornalismo em Debate” e apresentar as principais reflexões preliminares a respeito desta experiência na área de rádio do Curso de Jornalismo da UFSC, este artigo se propõe a expor este resgate acompanhado das primeiras análises sobre a contribuição da produção ao estímulo da análise crítica da mídia jornalística brasileira e também à formação de jornalistas, em especial para exercício da profissão no ambiente radiofônico. O recorte de análise está focado no primeiro semestre de 2013, quando quatro programas foram produzidos com as seguintes abordagens: as coberturas jornalísticas que a mídia brasileira realizou, naquele período, sobre a Religião, a América Latina, o Esporte e as Manifestações de junho e julho do ano passado.

As quatro edições do programa “Jornalismo em Debate”, aqui apresentadas e analisadas, contaram com a participação de nove estudantes regularmente matriculados na disciplina, que durante todo o semestre distribuíram-se nas funções de produção, reportagem, roteiro, edição e apresentação. A orientação foi da professora Valci Zuculoto. As edições, em sua maioria, tiveram o formato radiofônico preponderante de mesa de debates, seguindo linguagem e técnicas de produção adequadas ao meio (MCLEISH, 2001, p. 107 a 112). Normalmente contaram com cerca de quatro convidados no estúdio e dois por telefone, além de dois mediadores, sendo um deles o professor Áureo Moraes e o outro sempre um dos estudantes.

Os programas foram e continuam sendo transmitidos pela webemissora laboratorial do curso de Jornalismo da UFSC, a Rádio Ponto UFSC, pelo *site* <www.radio.ufsc.br>, a partir das 16h, sempre às terças-feiras, com uma hora e meia de duração. O Jornalismo em Debate também é transmitido pela rádio Cultural Joinville desde o segundo semestre de 2011. A Rádio Ponto UFSC mantém uma parceria com esta emissora

pública do município de Joinville, um dos maiores do estado e situado na região norte catarinense. A Cultural transmite tanto por ondas hertzianas quanto pela web.

2. A *Cátedra FENAJ*

A ideia para a implantação da Cátedra FENAJ de Jornalismo para a Cidadania surgiu em 2000 e foi aprovada no mesmo ano no 29º Congresso Nacional dos Jornalistas, realizado em Salvador, Bahia. O Congresso é a instância maior de deliberação do movimento sindical dos jornalistas brasileiros. Os profissionais lá representados definiriam que a Cátedra seria desenvolvida em parceria com as Universidades, por meio de seus Cursos de Jornalismo. Seu foco seria o debate do Jornalismo, das questões profissionais e dos grandes temas em pauta relacionados ao exercício da cidadania. Isto através de ciclos de palestras e cursos que tratassem de história contemporânea, instituições políticas, temas sociais, ética profissional, políticas de comunicação, entre outros. Além de organizar as atividades, as instituições universitárias teriam como função resolver outras questões operacionais, buscando, se possível, a disponibilização impressa e online das promoções.

A FENAJ propõe três tipos de procedimentos para a implantação da Cátedra nas Universidades. São eles: a oferta de uma disciplina em caráter optativo, semestral, com metodologia própria; visita de jornalistas e acadêmicos de alta qualificação que ofereçam cursos de tema específico e duração limitada ou cursos de extensão de curta duração.

A parceria entre o curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e a Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) começou no ano 2000. Desde então, a disciplina Cátedra FENAJ vem produzindo palestras, debates, cursos, programas radiofônicos, seminários e publicações sobre temas relativos ao exercício da cidadania envolvendo história contemporânea, instituições e manifestações políticas, conjunturas econômicas e à prática responsável e ética do jornalismo.

Entre 2000 e 2003, a disciplina foi ministrada pelo professor Francisco Karam e após o afastamento do docente para pós-doutoramento, ficou oito anos fora da grade curricular. Voltou ser ministrada em 2011, dessa vez sob a orientação de Valci Zuculoto.

3. *“Jornalismo em Debate” – um programa de rádio da Cátedra FENAJ/UFSC*

Conforme o plano de ensino da disciplina (UFSC, JOR5956, 2011), esta, no currículo do Curso de Jornalismo da Federal de Santa Catarina, é caracterizado como atividade extraclasse, “focada especialmente na produção do programa radiofônico “Jornalismo em Debate”, veiculado na Rádio Ponto UFSC, para discussão e análise da cobertura jornalística brasileira de grandes temas que estão pauta do dia.” Como objetivos gerais, o plano de ensino apresenta as seguintes finalidades:

Debater, analisar e compreender temas relativos à mídia e ao jornalismo, possibilitando não apenas aos estudantes do segmento e aos jornalistas, mas também ao público em geral, por se tratar de um programa de rádio via internet, o conhecimento de procedimentos profissionais e sua relação com a ética, com a teoria, com a técnica e com a estética, disseminados em diferentes suportes tecnológicos. Ao mesmo tempo, especialmente aos estudantes e aos jornalistas, permite aprofundar conhecimentos teóricos e técnicos, além da prática e da experimentação desenvolvidos nas demais disciplinas do Jornalismo, especialmente as da área radiojornalística. E para todos – estudantes, jornalistas e audiência potencial – representa contribuição para o entendimento crítico da mídia. (UFSC, JOR5956, 2011)

Programas ou outros espaços jornalísticos que discutem o exercício diário do próprio jornalismo não constituem uma prática na mídia brasileira. Isto embora especialmente o meio rádio, pela sua abrangência e potencial de audiência, além da possível interatividade com o público, propiciando uma maior participação deste, constitua um espaço por demais apropriado para este tipo de produção jornalística. Duas das experiências realizadas e que se tornaram mais conhecidas são “o programete de cinco minutos ‘Observatório da Imprensa’, com comentários de Alberto Dines avaliando as coberturas da mídia em geral”, transmitido pela Cultura FM de São Paulo e a MEC do Rio de Janeiro (ZUCULOTO, 2012, p. 212-217), e o “Mídia em Debate – debates ao vivo entre profissionais da comunicação e representantes da sociedade sobre o tratamento da mídia aos fatos jornalísticos em relevância na semana”, veiculado pela FM Cultura de Porto Alegre entre 2000 e 2002 (ZUCULOTO, 2012, p. 185).

No rádio, como se pode observar por estes exemplos, programações de análise da mídia são iniciativas mais restritas às emissoras públicas. Certamente pelo fato de estas estações, como a própria Rádio Ponto UFSC, buscarem construir suas grades atendendo à missão do rádio público, onde se insere a radiofonia educativa. O professor e pesquisador Sérgio Mattos (2003, p. 71-72), ao refletir sobre o papel social do rádio, analisou assim como deveriam realizar-se as programações radiojornalísticas:

[...] Devem fornecer informações que contribuam para o exercício da cidadania, ajudando a população a conhecer seus direitos e deveres, ensinando e esclarecendo, por exemplo, sobre leis e como e onde obter assistência previdenciária, judiciária e hospitalar. [...]

A experiência do programa na UFSC segue na linha do entendimento de Mattos, compreendendo que um dos direitos da cidadania é justamente o acesso à informação qualificada e voltada ao interesse público. Para exercê-lo, a sociedade precisa estar capacitada e ter a oportunidade de entender e analisar criticamente a mídia jornalística.

Tendo estas compreensões e objetivos, a estreia do Jornalismo em Debate aconteceu em sete de abril de 2011 – Dia Nacional do Jornalista –, com o tema “Liberdade de

Expressão e Liberdade de Imprensa: o Brasil tem ou não?”. Até o final do ano seguinte, as edições eram quinzenais. Em 2013, passaram a ser mensais, para uma produção mais elaborada e aprofundada na discussão, como afirmou a professora Zuculoto nas primeiras semanas da disciplina.

Nesses três anos de programa no ar, o “Jornalismo em Debate” já discutiu uma grande variedade de fatos e temas das coberturas jornalísticas como corrupção no futebol, crise econômica mundial, informações sobre educação, de tragédias como a do Realengo, de questões do gênero feminino, da homofobia, da função das redes sociais, a cobertura esportiva como jornalismo ou entretenimento, entre outros assuntos que estão na pauta diária da imprensa.

Os programas têm o seguinte funcionamento: os alunos, matriculados na disciplina Cátedra FENAJ, se dividem nas funções de editor, subeditor, roteirista, repórter, produtor e apresentador, intercalando-se ao longo do semestre, além de todos, nas reuniões de pauta e avaliação, participarem da definição e da pesquisa do tema e de potenciais convidados de cada uma das produções ao longo do semestre. Em cada edição, há a participação de pelo menos três convidados locais no estúdio, além de dois nacionais, presentes por telefone, para que a discussão possa expressar os âmbitos local e nacional. A mediação é feita pelo professor Áureo Moraes, além de um estudante.

O programa é estruturado através de questões-chave colocadas aos convidados acerca do tema-base. Sempre houve o esforço dos alunos em trazer, tanto na seleção dos convidados quanto na abordagem dos temas, as diversas facetas que envolvem o debate e a pluralidade de entendimentos acerca da prática jornalística: o mercado de comunicação, os profissionais do jornalismo, a academia e a sociedade, incluindo aqui a organizada em sindicatos e outras entidades dos movimentos sociais bem como as próprias fontes e demais envolvidos com os fatos jornalísticos em discussão em cada programa.

4. Descrição e análise dos programas

4.1. A cobertura jornalística sobre religiões

No início de 2013, a mídia brasileira fez uma cobertura intensa e detalhada da renúncia e da sucessão do papa Bento XVI. Para discutir não só como esse assunto foi abordado pela imprensa, mas também como as religiões em geral são tratadas no noticiário, a primeira edição do Jornalismo em Debate do ano escolheu como tema “A cobertura da imprensa brasileira sobre religiões: fé da imprensa ou mídia laica?”.

Participaram do programa o jornalista da TV Senado Chico Sant’Anna; a jornalista Vanessa Pedro, formada pela Universidade Federal de Santa Catarina, com mestrado em Literatura pela mesma universidade e doutorado em História pela Universidade Federal Fluminense; o escritor e roteirista Fábio Brüggmann, autor da coluna “Penso” do jornal Diário Catarinense, e o professor Domingos Nandi, do Instituto Teológico Santa

Catarina, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Pontifícia Salesiana, de Roma, e doutor pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

O debate foi conduzido a partir de uma reportagem produzida pelos alunos Mateus Vargas e Janine Silva, onde foram apresentados pontos de vista divergentes sobre o modo como a mídia tratou o tema. De um lado, a cobertura foi vista como sido exagerada, desproporcional ao interesse público. Por outro, como correta e compatível com o ineditismo e peculiaridades do acontecimento. Ao final, a reportagem lançou uma questão: a cobertura realizada não ficou acima do interesse público?

Os convidados do programa reforçaram as opiniões expostas na reportagem. Fábio Brüggmann disse acreditar que a cobertura foi um reflexo de algo que já é sintomático da mídia brasileira: a tendência ao exagero e ao entretenimento. Domingos Nandi considerou positivo o papel da mídia de esclarecer os significados da escolha do novo papa, a simbologia do nome “Francisco” e o que isso representa na Igreja Católica.

A jornalista Vanessa Pedro acrescentou ao debate a questão do espaço que a imprensa dedica às outras religiões com destaque para as afro-brasileiras, como o Candomblé. Para ela, essas religiões só ganham espaço em datas pontuais, como o Ano Novo ou Dia de Iemanjá, e dificilmente teriam uma cobertura como a sucessão do papa, por exemplo.

Num outro momento a discussão foi sobre a concessão de redes de televisão ou rádio a determinadas religiões. Chamado ao debate, o jornalista Chico Sant’Anna criticou que o monopólio informativo no Brasil, junto com ações que denigrem a imagem de outros tipos de religiões. Ele também chamou a atenção que, para outras religiões que são raízes da cultura brasileira, como a umbanda e a indígena. Destacou também que televisões e rádios são de extrema importância para união e manutenção de uma cultura própria. Desse modo a falta de meios de comunicação para essas religiões ajuda a diminuir também a riqueza das religiões brasileiras. Fábio Brüggmann completou que isso acontece também porque concessões públicas são instrumentos de política. Para ele o governo brasileiro vem usando essa prática para reforçar e manter o poder na mão dos mesmos políticos.

4.2. O jornalismo brasileiro e a cobertura da América Latina

A segunda edição do Jornalismo em Debate no primeiro semestre de 2013 foi veiculada no dia 14 de maio e teve como tema a cobertura da imprensa brasileira sobre os temas de relevância no âmbito da América Latina. A escolha do tema foi feita com base na opinião dos alunos sobre diversos acontecimentos prévios acerca do tema: a morte de Hugo Chávez e a eleição de Nicolas Maduro na Venezuela, o Golpe de Estado que derrubou Fernando Lugo da presidência do Paraguai, a Lei dos Meios da Argentina, entre outros.

Maria José Braga, a 1ª Vice-Presidente da Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ, Beto Almeida, jornalista da TV Senado e membro da Junta Diretiva da Telesur, Carlos Castilho, ex-editor da Rede Globo, Mauro Silveira, professor da graduação e pós-graduação do Curso de Jornalismo da UFSC, e Felipe Amin Filomeno, professor do Departamento de Economia e Relações Internacionais, também da Universidade Federal de Santa Catarina foram os debatedores dessa edição.

Os convidados concordaram que temas latino-americanos são negligenciados por grande parte da imprensa. Para eles, a mídia brasileira é desagregadora, pois propaga estereótipos dos países latino-americanos ao invés de promover a solidariedade entre as nações. O exemplo citado pelo professor Mauro Silveira é o Paraguai, lembrado com frequência como o país do contrabando. Silveira pesquisou a cobertura da imprensa brasileira durante a Guerra do Paraguai (1864-1870) ou guerra contra o Paraguai, como prefere o professor. Segundo Silveira, a imprensa indicava, superficialmente, que o Brasil estava em guerra contra um país liderado por um suposto tirano (Solano Lopez). O professor destaca que apesar de ter ocorrido num período distante, o trato da imprensa brasileira com assuntos Latino Americanos permanece superficial, tal qual no período da Guerra citada.

Para o professor Felipe Amin Filomeno, a cobertura brasileira sobre a América Latina reproduz o estereótipo que as nações do norte têm sobre a parte sul do continente. Beto Almeida cita a Telesur como uma alternativa para a comunicação entre os países da região. Para ele, a rede é um exemplo de canal público de sucesso, pois se contrapõe ao jornalismo desagregador dominado por oligarquias familiares. A internet, para Carlos Castilho é a plataforma que reúne informações mais plurais sobre a América Latina. Na rede, coexistem de duas comunicações: a tradicional e a alternativa a última, sem controle vertical.

4.3. Cobertura Esportiva: Jornalismo ou entretenimento?

A cobertura esportiva foi o tema da terceira edição do Jornalismo em Debate, veiculada no dia 18 junho, enquanto o país sediava a Copa das Confederações. A ideia da pauta partiu da necessidade de refletir o tratamento que a mídia brasileira vem dando aos eventos esportivos, tanto nos casos diários dos clubes de futebol, por exemplo, quanto nas questões relacionadas aos megaeventos como a Copa do Mundo, de 2014, e as Olimpíadas, de 2016.

Para discutir o tema, estiveram presentes no estúdio o narrador e comentarista da Band FM Claudionir Miranda; Giovanni Pires, líder do Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva da UFSC (Labomídia) e o apresentador do Globo Esporte em Santa Catarina Giovanni Martinello. Além deles, também participaram, por telefone, o jornalista José Cruz, membro da Comissão de Turismo e Esporte da Câmara dos Deputados, e o presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), Celso Schröder.

As reportagens, produzidas pelos alunos Mateus Boaventura e Gustavo Cruz, trataram de temas como o grande espaço dedicado ao futebol na mídia brasileira, a mitificação dos atletas, o jornalismo esportivo tratado como entretenimento e o caso do Clube Atlético Paranaense, que proibiu o contato da imprensa com seus jogadores. O jornalista Juca Kfoury, a professora do curso de Jornalismo da UFSC Cárilda Emerim, o editor chefe da revista *Racing* Venício Zambelli e o diretor executivo de marketing e comunicação do Atlético Paranaense foram alguns dos entrevistados para as matérias que contribuíram com o debate que acontecia no estúdio.

As posições de Schröder e do jornalista José Cruz foram contrastadas com as de Claudionir Miranda e Giovanni Martinello. A principal divergência era a cobertura jornalística das questões sociais ligadas aos megaeventos, como remoção de moradias, corrupção e gastos públicos.

Para Cruz, os jornalistas devem investir no lado oculto do esporte: o econômico. Schröder criticou a relação estreita das anunciadoras da emissora com o jornalismo esportivo, que, nesse caso, pode tornar-se apenas entretenimento. Já os jornalistas de Santa Catarina defenderam que, no caso da cobertura esportiva, o ponto ideal está entre o jornalismo tradicional e o entretenimento. Para eles, o jornalismo esportivo diário deve ser diferenciado da cobertura especial de casos que envolvem outras questões de interesse público, como o preço dos ingressos dos novos estádios para a Copa do Mundo.

4.4. A cobertura jornalística da onda de manifestações em todo o Brasil

A onda de protestos que tomou conta do Brasil em meados de junho e se estendeu também pelo início de julho tornou-se tema relevante para a quarta edição do Jornalismo em Debate. A cobertura da mídia brasileira, repleta de particularidades, provou-se um tema rico para o debate, especialmente porque evocou as raízes ideológicas e éticas das instituições de imprensa do País.

Para esta quarta e última edição do semestre, o programa recebeu apenas convidados em estúdio. Foram eles: Samuel Lima, professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e pesquisador do Observatório de Ética Jornalística (objETHOS); Osvaldo Sagaz, produtor e repórter da rádio CBN/Diário e RBS TV; Sérgio Murillo de Andrade, diretor do Sindicato de Jornalistas de Santa Catarina; Antonio Brasil, professor do curso de Jornalismo da UFSC; e Maurício Frighetto, do jornal *Notícias do Dia*.

Dois reportagens foram produzidas pelos alunos José Fontenele e Mirene Fernandes da Silva Sá. A primeira delas, apresentada no início do programa, abordou a presença da insatisfação com a mídia nos protestos que aconteceram em todo o Brasil e como a cobertura jornalística tratou de ignorar esse fator de indignação. Os entrevistados para esse boletim foram os professores do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Rogério Christofolletti, Francisco Karam e Mauro Silveira. A conclusão

a que chegaram os entrevistados é que a população tem a percepção de que a mídia nacional falha em noticiar o interesse público, bem como ela própria está atrelada a campos de poder, que acabam por afetar o tom editorial dos veículos, e que, por isso, empresas jornalísticas e seus trabalhadores podem continuar a serem alvos dos manifestantes das ruas.

Já a segunda reportagem discutiu a violência que sofreram os jornalistas que participaram da cobertura das manifestações de junho. José Torves, primeiro suplente da Federação Nacional dos Jornalistas; Giuliana Vallone, repórter da Folha de São Paulo; e Rogério Christofolletti, professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, foram ouvidos. Ao encerramento da matéria, discute-se a proposta de criação de um protocolo para cobertura de risco com medidas de proteção ao profissional de imprensa pela Federação Nacional dos Jornalistas, pela Associação Nacional dos Jornais e pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão.

Durante o programa, os debatedores discutiram se a mudança de posicionamento depois de alguns dias de protestos partiu de interesses comerciais, ideológicos ou de algum outro motivo. Falaram também sobre a reação da imprensa aos protestos durante os dias de jogo da Copa das Confederações e se souberam dosar a parte esportiva e a parte das manifestações. Outro ponto abordado foi o papel das redes sociais nesses dias de manifestações e quais as lições que os grandes conglomerados de imprensa têm a tirar disso. O professor Samuel Lima definiu a revolta de manifestantes com veículos de comunicação dizendo: “A rejeição não é ao jornalista, mas ao tipo de jornalismo praticado”.

5. Reflexões iniciais

A disciplina Cátedra FENAJ busca analisar e estimular a prática de um jornalismo para a cidadania, que atenda ao interesse público de forma plural, crítica e ética. Por meio de debates sobre questões atuais, sobre a forma como a imprensa agenda e realiza a cobertura desses temas e também sobre situações essencialmente ligadas à profissão como a obrigatoriedade do diploma e liberdades de imprensa e de expressão, o programa visa contribuir para a capacitação tanto dos alunos quanto do público para a construção de uma visão crítica da mídia jornalística. Afinal, os debates são promovidos por meio do programa de rádio transmitido via internet, atingindo não só os alunos, mas também jornalistas e a audiência em geral, que pode ter acesso à produção não somente durante a irradiação ao vivo, mas a qualquer momento já que fica disponível permanentemente no acervo online da Rádio Ponto UFSC.

A partir da prática e da experimentação na produção do programa e também pela pesquisa acerca dos temas e o envolvimento direto nos debates propostos, os alunos também vem tendo a oportunidade não só de aplicar e aprofundar os conhecimentos teóricos e técnicos sobre o Jornalismo na Cátedra bem como nas demais disciplinas do

Curso, principalmente nas da área radiojornalística. Assim, considera-se que é um programa que traz contribuição à formação dos jornalistas pela UFSC. Isto porque enquanto se destina, como atividade curricular do Curso, para a formação teórica e técnica, o programa estimula também a reflexão, por parte de seu amplo potencial público-alvo, sobre os desafios da prática jornalística, o papel do jornalista e a função social do Jornalismo.

Os debates, pelas próprias avaliações da disciplina e manifestações da audiência e convidados, têm servido para ampliar e aprofundar o conhecimento da área e assim, contribuir para formação destinada a estimular a crítica da mídia e o exercício da cidadania e, principalmente, de jornalistas entendedores do papel social da sua profissão. Além disso, estas avaliações consideram que o programa e sua produção também vêm contribuindo com experimentação para as buscas de qualificar o papel do rádio, especialmente a radiodifusão pública.

Referências

MATTOS, Sérgio. O papel social do rádio: a mão dupla da comunicação. In: CARMONA, Beth, *et al.* **Rádio e TV como instrumentos da cidadania**. Salvador: IRDEB, 2003.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

UFSC, JOR 5956. **Plano de ensino de Jornalismo em Debate – Cátedra FENAJ/UFSC**. Atividade Extra Classe Tronco Específico. Semestre 2011/1.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. A programação de rádios públicas brasileiras. Florianópolis: Insular, 2012.

Bibliografia complementar

BENEDETTI, Marcia e FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira (orgs.). **Jornalismo e acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. **Bases de um Programa para a Democratização da Comunicação no Brasil**. 1994. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/Programa.doc>>.

Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão. **No ar um projeto em construção: uma contribuição à memória TVE e FM Cultura**. Porto Alegre: Fundação Cultural Piratini – Rádio e Televisão, 2002.

FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA. **Jornalismo Público-Guia de Princípios**. São Paulo: Fundação Padre Anchieta, 2004.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.

HERREROS, Mariano Cebrián. **Información Radiofónica – Mediación, Técnica, Tratamiento y Programación**. Madrid: Editorial Síntesis, 1994.

_____. **Modelos de Radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad**. Madrid: Editorial Fragua, 2007.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na Era da Informação – Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo**. Florianópolis, Editora Insular, Editora da UFSC, 2001.

MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio – Textos e Contextos**. Volume I, Florianópolis: Insular, 2005.

MEDITSCH, Eduardo e ZUCULOTO, Valci (orgs.). **Teorias do Rádio – Textos e Contextos**. Volume II, Florianópolis: Insular, 2008.

**História
da Publicidade
e
Comunicação Institucional**

Como se deu a construção da imagem da ditadura militar brasileira?¹

Flávia Clemente de Souza²

Resumo: O objetivo deste trabalho é discutir alguns aspectos da Comunicação Institucional que são pouco debatidos nas pesquisas sobre o jornalismo brasileiro e seu papel na construção da história nacional, principalmente no período do golpe militar de 1964 até a chamada abertura, iniciada cerca de 20 anos depois. O governo militar se utilizou de diversos recursos disponíveis para garantir uma imagem positiva junto à opinião pública, do ponto de vista da publicidade e da comunicação institucional. Dentre estes, foi de grande importância a atividade de relações públicas, planejada de forma estratégica e que obteve retorno consistente por parte da população. A rede comunicacional institucional criada pelos militares é percebida de forma paradoxal: ao mesmo tempo atuava como barreira e como divulgadora de imagem. Fato é que – para além da massacrante atuação dos aparatos da censura sobre as redações – a vertente positiva também funcionou, impulsionada pelo marketing político aliado às estratégias, nem sempre totalmente éticas, da assessoria de imprensa. Prova disso é que ecos de discursos criados pela ditadura reverberam até hoje, inclusive na propaganda pública dos governos federais democráticos.

Palavras-chave: relações públicas; comunicação institucional; assessoria de imprensa; imagem; ditadura

O conceito de opinião pública

No meio político, a construção de imagem é uma necessidade que não se atrela a posições ideológicas. Partidos, candidatos, governantes, de esquerda ou de direita, de regimes autoritários, totalitários ou democráticos, precisam fazer uso de estratégias de comunicação se quiserem fazer suas mensagens chegarem de forma positiva à

1 Trabalho apresentado no GT de História da Publicidade e da Comunicação Institucional, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Bacharel em Jornalismo, com mestrado em Comunicação Social, ambos pela Universidade Federal Fluminense – UFF. Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. Professora Assistente no curso de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense, na cátedra de Comunicação Empresarial. E-mail: f<laviaclemente@vm.uff.br>.

opinião pública. A partir dessa premissa, entender o que é opinião pública é o início do percurso.

As estratégias de comunicação congregam, em um planejamento amplo, elementos de marketing, de publicidade e de comunicação institucional, incluindo nesta última tanto as ferramentas de comunicação direta com a sociedade quanto às mediadas por meios de comunicação tradicionais. E, para medir a eficácia de suas ações, pesquisas realizadas por entidades reconhecidas por sua credibilidade, aplicadas com metodologias consistentes, são encomendadas regularmente.

Este trabalho tem interesse particularmente em levantar alguns elementos que envolvem as atividades de relações públicas no período de 1964 a 1985, quando o Brasil esteve sob o autoritarismo e viu, ao longo das duas décadas, cinco presidentes militares assumirem a Presidência da República³: Humberto de Alencar Castello-Branco (1964-1967); Arthur da Costa e Silva (1967-1969); Emílio Garrastazu Médici (1969-1974); Ernesto Geisel (1974-1979); e João Baptista Figueiredo (1979-1985). O que todos eles tinham em comum? Uma imagem que em nada condizia com os horrores da ditadura. E, estranhamente, boa parte da opinião pública a seu favor.

Mas o que seria essa opinião pública? Opinião pública é algo que todos os que trabalham com a comunicação gostariam de entender. Trata-se de perceber tendências comuns em uma sociedade que é constituída por indivíduos. Ou, em outras palavras, trata-se de como responder à pergunta *o que o público gostaria de saber?*.

Tanto o conceito de opinião pública quanto a atividade de relações públicas estiveram em foco nos EUA, a partir do início do século XX. A atividade de relações públicas surge em 1906, quando o jornalista Ivy Lee é contratado para cuidar da imagem do milionário John Rockefeller, inaugurando o serviço com uma declaração de princípios⁴ da nova atividade. Em um trecho, Lee ressalta:

Em resumo, nosso plano é, em nome das empresas e das instituições públicas, suprir a imprensa e o público dos Estados Unidos, franca e abertamente, com informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público, de forma rápida e acurada. (Declaração de Princípios de Ivy Lee [trecho])

Enquanto a recém-criada atividade ganha terreno rapidamente entre a iniciativa privada norte-americana, diversos teóricos tentam dar conta de entender os meandros do funcionamento da nova configuração de sociedade que havia surgido a partir da Revolução Industrial. Um deles é Walter Lippmann que, em 1922, lança sua famosa obra *Public Opinion*, na qual reflete sobre alguns dos princípios que até hoje são usados pela comunicação. Para Lippmann (2008[1922]:223), “a existência da força denominada opinião pública é, na média, considerada um fato consumado”. Com isso, ele quer

3 Informações disponíveis em <<http://www2.planalto.gov.br/presidencia/galeria-de-presidentes>>.

4 Disponível em: <<http://www.nku.edu/~turney/prclass/readings/3eras2x.html>>.

dizer que os estudiosos partem da opinião pública como alguma coisa que já é dada, que eles não precisam entender. Simplesmente existe.

Na vida real ninguém age com base na teoria de que ele pode ter uma opinião pública em toda e qualquer questão pública, embora este fato seja frequentemente escondido enquanto uma pessoa pensa que não há questão pública porque ela não tem uma opinião pública. (LIPPMANN, 2008[1922]:334)

O autor questiona firmemente a ideia de que possamos formar a opinião de outras pessoas, apesar de tentar compreender a partir de que mecanismos se dá essa adesão de várias pessoas a uma mesma ideia. Ele afirma que (2008 [1922]:58): “nosso marco social consiste daqueles que figuram como pessoas na frase ‘*as pessoas estão dizendo*’; são as pessoas cuja aprovação nos importa intimamente.”, mas por outro lado admite que não há a menor evidência científica que permita uma pessoa argumentar que os homens nascem com hábitos políticos do país no qual eles nascem (LIPPMANN, 2008 [1922]:94).

Nenhum instrumento eleitoral, nenhuma manipulação de áreas, nenhuma mudança no sistema de propriedade vai à raiz da questão. Você não pode obter mais sabedoria dos seres humanos do que neles existe. E reforma alguma, embora sensacional, é radicalmente verdadeira, que não dê conscientemente uma maneira de superar o subjetivismo da opinião humana baseada na experiência individual. Há sistemas de governo, de eleição e de representação que extraem mais do que outros. Mas no fim o conhecimento precisa vir não da consciência, mas do ambiente com o qual a consciência trata. Quando os homens agem com base no princípio da inteligência, eles saem para descobrir os fatos e obter sua sabedoria. Quando eles a ignoram, vão para dentro de si mesmos e descobrem somente o que há lá. Eles elaboram seus preconceitos ao invés de aumentar seus conhecimentos. (LIPPMANN, 2008[1922]:333)

A partir desta perspectiva, o trabalho do assessor de imprensa se torna muito mais estratégico, pois deixa de lidar com a simples mediação burocrática entre as fontes e as redações e passa a fazer parte de um contexto em que é importante agir com base no princípio da inteligência, ou, em outras palavras, com estratégia:

A enorme prudência em que fatos e impressões precisam ser reportados é muito convincente a todo grupo organizado de pessoas caso desejem assegurar a publicidade ou evitá-la, não podendo tal liberdade de escolha ser deixada ao repórter. É mais seguro contratar um assessor de imprensa que se posiciona entre o grupo e os jornais. Tendo contratado tal agente, a tentação de explorar sua posição estratégica é muito grande. (LIPPMANN, 2008 [1922]:293-294)

Ao falar da interferência na liberdade de escolha do repórter, Lippmann está se referindo diretamente à censura. Lidar com a opinião pública é sinônimo, principalmen-

te, de lidar com os meios de comunicação de massa, intermediadores desse processo. Essa mediação se daria pelos caminhos da propaganda paga, das concessões de canais de rádio e televisão, e de relações públicas/assessoria de imprensa. Enquanto os dois primeiros têm seus mecanismos estabelecidos com clareza, mesmo que nem sempre de forma justa, a última parece ter uma atuação encoberta.

Se a reportagem fosse a simples recuperação de fatos óbvios, o assessor de imprensa seria nada mais que um secretário. Mas uma vez que, no que diz respeito aos grandes tópicos das notícias, os fatos não são simples, e nem tão óbvios, mas objeto de escolha e opinião, é natural que todos gostariam de fazer sua própria escolha dos fatos para os jornais imprimirem. O homem do publicismo faz isso. E fazendo isso ele certamente evita muitos problemas ao repórter, apresentando-lhe uma imagem clara da situação sem a qual ele não poderia produzir nem o início nem o fim. Mas disso decorre que a imagem que o publicista⁵ faz para o repórter é a que ele deseja que o público veja. **Ele é o censor e o propagandista, responsável somente perante seus empregadores, e a toda verdade responsável somente na medida em que concorda com a concepção do empregador de seus próprios interesses.** (LIPPMANN, 2008[1922]:294, *grifo nosso*)

Note-se que Lippmann faz todas essas reflexões tomando como base governos democráticos. Ou seja, em qualquer que seja a situação, a atividade de relações públicas, mais especificamente de assessoria de imprensa, tem sempre uma aura de manipulação ou censura. No Brasil, a atividade de relações públicas chega no momento de sua expansão dos Estados Unidos para o resto mundo, principalmente através das filiais das empresas multinacionais. O modelo norte-americano foi copiado no país pela iniciativa privada e floresceu durante os anos de Juscelino Kubitschek.

No setor público, também já havia grande aparato de atendimento e divulgação de notícias, principalmente dada à importância que Getúlio Vargas destinava à construção de sua imagem como presidente, também durante um regime autoritário, que ficou conhecido como Estado Novo:

Durante os anos 1930, o governo federal torna política de Estado o controle e a disseminação de informações por meios de comunicação de massa e passa a organizar um sistema articulado, reunindo coordenação nacional e atuação local, e interfere diretamente com sua mão pesada em todos os meios de co-

5 De acordo com o dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, publicista é (1) escritor político; (2) jornalista ou escritor que escreve sobre política, economia, questões sociais ou jurídicas etc. de interesse público, articulista; (3) agente de publicidade. Na tradução da obra de Lippmann para o português, no entanto, *publicity man* foi traduzido por 'publicista'. Acreditamos que, à época e diante do contexto do livro, Lippmann tentou distinguir, através dos termos *press agent* (traduzido por assessor de imprensa) e *publicity man*, especificamente entre o profissional que intermediava o contato com a imprensa como um simples secretário e aquele que, de acordo com a definição de *publicist* de Ivy Lee, aconselha seu cliente sobre qual política de comunicação adotar para criar uma reação favorável do público.

municação. Isso ocorre a partir de 1931, quando, sob o Governo Provisório é estruturado o Departamento Oficial de Propaganda na Imprensa Nacional, administrado pelo jornalista Sales Filho. Durante a década, ele é sucessivamente reorganizado como Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPPC) e Departamento Nacional de Propaganda (DNP), que passa da ênfase na propaganda radiofônica para o uso da imprensa como vetor de informação governamental. O ápice ocorre entre 1939 e 1945, por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e dos Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda (Deips). (DUARTE, 2011:54)

Ainda de acordo com Jorge Duarte, esse controle ideológico foi consolidado por uma política pública de origem fascista, a qual seria implantada pelo jornalista Lourival Fontes, que chefiara o DPPC e o DPN, a partir do modelo das máquinas de propaganda dos governos alemão e italiano, admirados por Fontes. O que inferimos é que, além de cuidar da imagem de Getúlio, até hoje idolatrado, essa fase deixou como legado uma estrutura de comunicação de grandes proporções já implantada, além de um modelo nacional como referência.

O golpe de 1964 e a comunicação institucional

Quando ocorre o golpe militar de 1964, as relações públicas no Brasil apresentam um crescimento vertiginoso. Tanto que Chaparro (2011:11) chama a época de *boom* brasileiro. A atividade ganhou tanta importância que a prática da assessoria de imprensa começou a atrair profissionais, inclusive jornalistas, para atuarem neste mercado. Outro dado que corrobora para mostrar o valor dado a área pelos militares é que o Brasil foi o primeiro país no mundo a regulamentar a profissão, através da Lei 5.377⁶, de 1967 e do decreto 63.283⁷, de 1968. Essa situação, no entanto, não foi saudável para a profissão no país, já que os profissionais a se formarem na área tiveram sua atuação restrita e passaram a ser encarados de forma preconceituosa pelas redações, devido à visão de que seriam ‘barreiras’ entre os meios de comunicação e o governo. A partir de então, houve aumento de jornalistas que começaram a atuar na atividade denominada assessoria de imprensa. Essa cisão fez com que o Brasil criasse um modelo de assessoria de imprensa jornalístico, diferenciado do restante das práticas no mundo.

Também como uma forma de suprir a necessidade crescente por profissionais de comunicação qualificados, a partir do aumento de demanda resultante das novas funções criadas pela estrutura criada pelo governo militar, houve o incentivo à criação de cursos de nível universitário na área e à legalização das demais profissões. Conforme

6 Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/L5377.htm>.

7 Disponível em: <http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=63283&tipo_norma=DEC&data=19680926&link=s>.

ressalta Abreu: “Não se deve esquecer que a regulamentação da profissão de jornalista ocorreu em 1969, com a promulgação do Decreto-Lei 972, que tornou obrigatório o diploma dos cursos de Jornalismo/Comunicação para o exercício da profissão.” (ABREU, 2002:39-40). Para Weber (2000:168), a comunicação agora aparecia vinculada também a profissões como propaganda e relações públicas, além do jornalismo. A autora cita o parecer do Conselho Federal de Educação n.1.203/77, de 5 de maio de 1977, no qual se destacava o número crescente dos cursos de Comunicação, principalmente a partir de 1968, quando havia 20 cursos, para 60 cursos em 1977, em sua maioria em instituições particulares. Ela afirma também que nesta época os currículos foram revistos e passaram a se amparar em projeto pedagógico mais tecnicista, com formação voltada para suprir o mercado com os novos profissionais.

Com relação à estrutura criada pelo regime militar, funcionava de forma centralizadora. No topo da hierarquia estava a Assessoria Especial de relações públicas da Presidência da República (Aerp), que tinha espaço e força de superministério, de acordo com Chaparro (2011:11).

A Aerp possuía grande poder de barganha, pois ao mesmo tempo concentrava as verbas publicitárias e divulgava as informações jornalísticas – os dois insumos principais para qualquer redação. Além disso, seu poder indiretamente lhe proporcionava interfaces com os demais setores da sociedade. Mas, de acordo com Weber (2000:191), “o poder político da Aerp residia no fato de não possuir vínculos com a Secretaria de Imprensa e com a Agência Nacional, então subordinadas ao Gabinete Civil da Presidência da República”. O modelo foi concebido teórica e estrategicamente a partir do I Seminário de relações públicas do Executivo, realizado entre os dias 30 de setembro e 5 de outubro de 1968, no Rio de Janeiro.

O seminário foi dividido em cinco temas e foram designadas comissões para consolidar as recomendações de cada um deles. O quinto tema era “Imagem do Governo – Opinião Pública”. Chaparro (2011:13) transcreve a primeira das 10 recomendações feitas pela comissão que tratou do assunto:

“Adoção de uma política global de comunicação que permita de fato a integração do povo com o governo. Tal política, para ser realmente efetiva, deve tornar-se uma constante para toda e cada uma das realizações do governo.” (In: CHAPARRO, 2011:13)

Em seguida, transcreve a última recomendação, ressaltando seu caráter histórico, observação com a qual concordamos inteiramente:

“Aproveitamento integral da figura do Presidente, no seu aspecto humano, moderado e compreensivo, para caracterizar toda a campanha orientada no sentido da valorização do homem, a única susceptível de criar uma imagem efetiva e imediata do governo.” (In: CHAPARRO, 2011:13)

De acordo com o autor, isso explica, “em boa parte, o porquê da estranha popularidade alcançada pelo general Garrastazu Médici, cuja fotografia chegou a disputar espaço com a imagem do venerado padre Cícero, nas casas pobres dos camponeses nordestinos” (CHAPARRO, *idem*).

O mais fechado e ditatorial de todos os governos militares, o governo Médici, no entanto, foi o primeiro da história do Brasil a instituir uma *política de comunicação* e a introduzir de forma pragmática a comunicação como atividade profissional no Executivo. Até então, todas as atividades eram entendidas como equivalentes à imprensa, ao jornalismo. (WEBER, 2000:156)

Como estratégias para executar essas recomendações, o governo se utilizava de propaganda, principalmente valorizando o patriotismo; de ferramentas assessoria de imprensa, inundando as redações com *press-releases*; do controle, censurando tudo o que pudesse ser publicado contrariando as diretrizes; e de atitudes não tão éticas, mas que se entranharam nas redações: como o duplo emprego ou a troca de favores, esta apelidada no meio com o jargão *jabá*. A sedução e a coerção começaram, portanto, a caminhar lado a lado.

A política de comunicação posta em prática pela Aerp contou com diversos planos de comunicação – de relações públicas, de marketing, de propaganda, de jornalismo. Planos que eram voltados, de acordo com Weber (2000:192) para os públicos “interno” (população brasileira) e “externo” (opinião pública internacional) e passavam por revisão anual.

Nos regimes políticos autoritários, incluindo os períodos de governo de Getúlio Vargas e Médici, podem ser identificadas as características da propaganda fascista que operava de maneira sincrética e apelava a valores e temas sociais [...]. O fascismo é um componente típico da propaganda autoritária, especialmente porque esta se dirige, indistintamente, a todas as classes médias e prosperidade e tranquilidade à burguesia. Como característica marcante do nazismo e do fascismo, pode se apontar a perversa combinação alternada entre afetividade e ressentimento, ufanismo e humilhação, dirigidos à construção do novo, do poder. (WEBER, 2000:146)

O trabalho de construção da imagem não tem relação com os fatos. Tem relação com valores, simbólicos, que são assimilados pela sociedade a partir do seu apelo.

O regime militar opera seu discurso pelo viés do patriotismo, através de *slogans* como ‘o petróleo é nosso’, ‘o Brasil é a pátria de chuteiras’ e ‘Brasil, ame-o ou deixe-o’. Cria realidades, como obras à época tidas como faraônicas: a Ponte Rio-Niterói, a Transamazônica. Transforma o Brasil através do chamado ‘milagre econômico’. Presentes em sua imagem, os valores da família, da paz, da manutenção da ordem são preconizados. Os militares ‘cuidam’ do país enquanto for necessário, como pais cuidam de seus filhos até que atinjam a maioridade.

Fatos, como a substituição do técnico João Saldanha por Zagalo às vésperas da Copa, ou como a tortura, exílio e morte de milhares de pessoas – “subversivos”, “comunistas” – que poderiam ‘ameaçar’ a paz reinante não fazem parte dessa construção de imagem. O que é mais importante perceber: imagem construída de forma sólida, com base em um planejamento de comunicação que nada fica a dever aos atuais.

Por esse ângulo, não é de se espantar que, já em plena democracia, a *Folha de S. Paulo* tenha usado em um editorial, publicado em 17 de fevereiro de 2009, o termo “ditabranda” para se referir ao regime brasileiro no período entre 1964 e 1985. Após receber a carta de um leitor ofendido, não sem razão, pelo uso do neologismo, a resposta da redação comprovou que, até hoje, a imagem que o golpe de 1964 projeta pode ser controversa. Reproduzimos abaixo a carta e a resposta dos editores do jornal:

Painel dos Leitores

Ditadura

“Golpe de Estado dado por militares derrubando um governo eleito democraticamente, cassação de representantes eleitos pelo povo, fechamento do Congresso, cancelamento de eleições, cassação e exílio de professores universitários, suspensão do instituto do habeas corpus, tortura e morte de dezenas, quiçá de centenas, de opositores que não se opunham ao regime pelas armas (Vladimir Herzog, Manuel Fiel Filho, por exemplo) e tantos outros muitos desmandos e violações do Estado de Direito.

Li no editorial da Folha de hoje que isso consta entre “as chamadas ditabrandas – caso do Brasil entre 1964 e 1985” (*sic*). Termo este que jamais havia visto ser usado. A partir de que ponto uma “ditabranda”, um neologismo detestável e inverídico, vira o que de fato é? Quantos mortos, quantos desaparecidos e quantos expatriados são necessários para uma “ditabranda” ser chamada de ditadura? O que acontece com este jornal?

É a “novilíngua”?

Lamentável, mas profundamente lamentável mesmo, especialmente para quem viveu e enterrou seus mortos naqueles anos de chumbo. É um tapa na cara da história da nação e uma vergonha para este diário.”

Sergio Pinheiro Lopes (São Paulo, SP)

Nota da Redação – Na comparação com outros regimes instalados na região no período, a ditadura brasileira apresentou níveis baixos de violência política e institucional. (*Folha de S. Paulo*, quinta-feira, 19/2/2009)

A foto de Vladimir Herzog

A instauração do regime militar no Brasil, em 1964 foi, em um primeiro momento, apoiada pela sociedade civil, de forma geral. Setores estratégicos da economia e políti-

cos proeminentes, como Carlos Lacerda, se colocaram a favor da tomada do poder. De acordo com Abreu (2002:13), “Entre outros setores, principalmente empresariais, a imprensa de maior prestígio e circulação foi um dos suportes estratégicos do movimento que derrubou o regime constitucional.” Parecia que centralizar o poder nas mãos dos militares seria a única alternativa aos “subversivos” e ao “perigo comunista”. Um dos poucos jornais contrários à instalação do regime autoritário-militar, segundo Abreu, foi a *Última Hora*, com Samuel Wainer dando apoio abertamente ao governo de João Goulart.

No entanto, com a chegada dos militares ao poder houve o início da repressão política e da censura à liberdade de expressão. Atingida, a imprensa começou a se posicionar contrariamente ao regime. Com o rigor maior instituído pelo Ato Institucional n.5, em 13 de dezembro de 1968, impôs-se a censura prévia nas redações. Esse embate se refletiu nas páginas dos jornais e há muita reflexão sobre as consequências e sobre o que conseguiu ou não chegar à sociedade pelo prisma do jornalismo, durante os anos de chumbo.

Difícilmente a história da imprensa brasileira registra outro período em que a palavra exerceu tamanho peso. O jornalismo praticado entre fins dos anos 60 e o início da década de 80 equilibrava-se numa trilha estreita entre ousadia e tolerância, avanço e recuo, com a preocupação de não resvalar nem para a retórica engajada, nem para o adesismo. Nesta trilha estreita eram comuns os “acidentes de percurso”, uma expressão da época. Muitas vezes, o enfoque aceito num determinado dia poderia não o ser mais na semana seguinte. (ABREU, 2000:38)

No entanto, entre todos esses momentos, nos chama a atenção. É a fotografia da morte de Vladimir Herzog. Por quê? Devido a um aspecto em particular. A morte de Vladimir Herzog ocorreu em 25 de outubro de 1975, nas dependências do II Exército, em São Paulo. O fato em si chamou a atenção imediata da imprensa porque Herzog era jornalista, diretor de telejornalismo da TV Cultura, emissora estatal do governo de São Paulo. Ele entrou no Doi-Codi espontaneamente. Nunca mais saiu.

Poderia ser mais um entre os muitos casos de tortura que acabaram em morte durante o regime militar, mas não foi. Porque os próprios militares tomaram a iniciativa de acionar sua máquina de relações públicas, em uma tentativa – que depois se tornaria um tiro no pé – de remediar a situação irremediável. O que chama a atenção aqui é que toda a polêmica envolvendo a morte de Herzog só foi possível devido à “versão oficial”.

De acordo com essa versão, Herzog teria cometido suicídio, em sua cela, após ter prestado depoimento sobre seu possível envolvimento com o PCB. Somente o comunicado certamente já seria alvo de protestos, por parte, no mínimo, de todos os que conheciam o jornalista e sua história:

— O que eu acho que aconteceu foi o seguinte: eles não tiraram informações relevantes do Vlado. Eles buscavam o resto da estrutura do PC e, sobretudo, os quadros do PC na imprensa. Eles odiavam a imprensa. Quando o Vlado morreu, a linha-dura do II Exército estava sofrendo derrotas no plano nacional. O [Ernesto] Geisel entrou, mas ele não era um santinho, democrata, liberal. O que acontece é que a conjuntura fazia com que fosse necessário iniciar um processo de distensão no Brasil, que foi chamado de abertura. E o Geisel já tinha iniciado esse processo. E sua eleição, que não agradava ao Médici, foi garantida pelo ministro do Exército do Governo Médici (general Orlando Geisel), que era irmão do Geisel. E, até hoje, a linha-dura do Exército considera a imprensa uma coisa negativa e perigosa e considerava que a grande imprensa era dominada pelos subversivos, pelos comunistas. (Trecho da entrevista de Luiz Alberto Sanz, amigo de Herzog, publicada em ‘Afasta de Mim este Cale-se’⁸, 2006)

No entanto, com o objetivo de dar veracidade à informação, os militares decidiram produzir uma foto. A foto oficial. Além dela, foram divulgadas notas às redações informando sobre o suposto suicídio. A foto, no entanto, não foi publicada pela imprensa⁹ no dia seguinte, mas foi catalisadora de todo o movimento que a sucedeu. Até hoje, a imagem é emblemática, por transparecer a obviedade da manipulação.

Várias pessoas morreram durante a ditadura. Nenhuma morte, contudo, repercutiu tanto quanto a do jornalista Vladimir Herzog. Mas Sanz esboça uma careta quando ouve a palavra *mártir*.

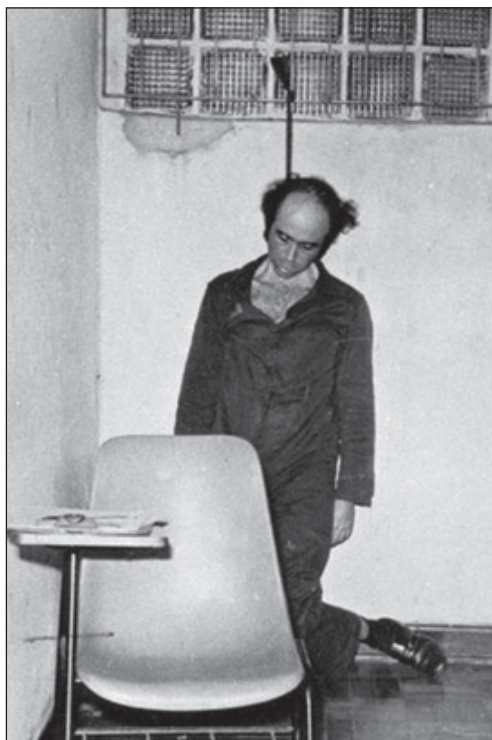
— Ele não era muito conhecido publicamente. Tornou-se muito mais conhecido depois da morte. A morte dele repercutiu mais porque a imprensa ficou indignada. E ninguém acreditava que fosse suicídio. O próprio setor conservador que domina a imprensa no Brasil se considerou atingido. Era impossível acreditar, para quem o conhecia, que o Herzog tinha sido assassinado por sua militância comunista. Para mim, o Herzog era ‘o comunista’. Ele era absolutamente ético. As pessoas que lidavam com ele sabiam que estavam lidando com uma pessoa honesta. Isso fazia com que, até o dono da revista **Visão**, que era um burguês milionário, o Henry Maksoud, sabia que podia confiar no Herzog. (*idem*)

8 Projeto de extensão do Professor Dr. João Baptista de Abreu, do curso de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Website: <<http://www.uff.br/calese/>>

9 Detalhes em: ><http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,foto-de-herzog-enforcado-alimentou-luta-interna-entre-militares-na-ditadura,845427,0.htm>>. De acordo com a reportagem, esta foto gerou disputas internas entre os militares sobre o fato de ter sido ou não divulgada. Na matéria, encontramos a afirmativa de que a mesma não foi divulgada pela imprensa na época. A reprodução da foto incluída neste trabalho foi publicada na mesma reportagem. (acesso em 20 de janeiro de 2014)

Aqui, poderiam entrar inúmeras considerações sobre a subestimada percepção da relevância do discurso não verbal na composição do conteúdo editorial. Lippmann, nos anos vinte do século passado, já tecia considerações sobre o uso da fotografia na comunicação:

As fotografias têm o tipo de autoridade sobre a imaginação hoje, da mesma forma que a palavra tinha ontem, e a palavra falada tinha antes ainda. Elas parecem completamente reais. Nós acreditamos que elas vieram diretamente a nós sem intervenção humana, e elas são o alimento imaginável da mente que menos esforço demanda. (LIPPMANN, 2008 [1922]:93).



Reprodução da foto
de Vladimir Herzog
(Ag. Estado)

De acordo com as reportagens publicadas sobre o assunto, durante a repercussão da entrevista que o então fotógrafo da polícia civil Silvaldo Leung Vieira deu à Comissão da Verdade, ele diz não se sentir cúmplice do sistema. De acordo com informações do *site* G1¹⁰, o fotógrafo, então com 22 anos, era aluno do curso de fotografia do Instituto de Criminalística da Academia de Polícia Civil e estava em sua segunda semana de treinamento quando foi convocado pelo Dops para tirar fotos de um preso morto. Depois de três anos na função, Vieira abandonou o trabalho no IC e foi para Los Angeles, nos Estados Unidos. Ele ficou 15 anos sem voltar para o Brasil.

10 Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/05/nao-me-senti-cumplice-diz-fotografo-de-herzog-na-comissao-da-verdade.html>>. Acesso em 20 de janeiro de 2014.

“Eu me considero mais uma vítima. Era fotógrafo, minha intenção era fotografar. Existiam poucos cursos de fotografia e um dos que existiam era esse do IC. Naquele tempo, o fotógrafo comum não tinha aquele tipo de tecnologia”, respondeu.

Com o passar do tempo, Vieira disse ter notado como era o cenário vivido e teve uma crise de consciência, mas que não teve possibilidade de largar o emprego porque dependia do salário. “É uma opção que me arrependo e não posso mudar. É uma coisa que eu vou ter que levar para sempre”, declarou ele, que disse estar arrependido por ter optado estudar no curso da Polícia Civil, órgão repressor do governo na década de 1970. (*G1 São Paulo, 28 de maio de 2013*)

O que chamou a atenção sobre a foto foi a disposição do corpo do jornalista. Apesar de estar enforcado, seus joelhos quase se encostavam ao chão, posição estranha para suicidas por enforcamento. Sinvaldo afirma:

“Eu pessoalmente achei estranho a posição do cadáver pela posição dos pés, os pés no chão e tudo que estava ocorrendo em volta, a blindagem sigilosa de não deixar tirar outras fotos do local, geralmente a gente tinha acesso ao entorno do local”, disse o fotógrafo. Vieira disse que nunca foi ameaçado, mas orientado a não comentar as cenas que tinha visto. “A única lembrança que eu tenho mesmo era da obrigatoriedade do sigilo.” (*idem*)

Dessa forma, a foto de Herzog se tornou emblemática, não só do ponto de vista da retomada da democracia, mas também para mostrar o quanto as ações da comunicação institucional também se mostram relevantes na construção da história. Como consequência da foto divulgada, a onda de indignação extrapolou as redações e chegou às ruas. Estudantes, intelectuais, sindicalistas se mobilizaram para participar de um culto ecumênico para Herzog, que era judeu. O rabino Henry Sobel se recusou a enterrar Herzog entre os suicidas.

As forças de oposição à ditadura se organizaram e buscaram, de forma pacífica, derrubar o regime autoritário. Pode-se dizer que foi o momento inicial do movimento de abertura, que culminaria em 1985, com o *Diretas Já!* e o fim da ditadura.

Conclusão

Muitas vezes, quando nos deparamos com trabalhos que nos remetem de volta ao passado, de forma a estudá-lo e a compreendê-lo melhor, nossa visão sobre os acontecimentos se pauta pelo objeto concreto. Isso significa dizer que nos guiamos pelo que foi produzido pelos meios de comunicação: impresso, transmitido. E também pelas ações que documentadamente foram tomadas pelo regime. No entanto, é muito mais difícil

tentarmos perceber por quais meandros essa produção se dá. Ou, em outras palavras, de que forma ocorre a mediação que leva da ação do governo ao produto final na imprensa.

O que pretendemos mostrar com esse trabalho é como essa mediação é complexa e, muitas vezes, traz resultados imprevisíveis. Também quisemos mostrar que nossa visão sobre o regime militar não pode, de forma alguma, ser inocente. A boa imagem dos presidentes militares, que perdura até os dias de hoje para grande parte da sociedade, não ‘aconteceu’ simplesmente. Ela foi construída estrategicamente e executada através de planos cuidadosos.

Sem perceber a relevância da comunicação institucional e de seus processos de diálogo com a sociedade, não seria possível compreender porque, mesmo após 50 anos, os brasileiros continuam a viver antagonicamente entre o horror da volta de um passado, marcado por um regime autoritário, e a nostalgia de reviver a época dos militares, como se tivesse sido um período idílico da nossa história.

Referências bibliográficas

ABREU, A.A. **A Modernização da Imprensa (1970-2000)**. (col. Descobrimdo o Brasil) Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

ABREU, J. B. *et al.* **Afasta de Mim Este Cale-se**: um encontro de memórias e histórias sobre o regime militar. Niterói: Pró-Reitoria de Assuntos Acadêmicos da Universidade Federal Fluminense, 2006.

ABREU, J. B. **As manobras da informação**: análise da cobertura jornalística da luta armada no Brasil. Niterói, RJ: Eduff/Mauad, 2000.

CHAPARRO, M.C. “Cem anos de assessoria de imprensa”, In: DUARTE, J (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: Teoria e Técnica. 4. ed. revista e ampliada, São Paulo: Ed. Atlas, 2011.

DUARTE, J (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: Teoria e Técnica. 4. ed. revista e ampliada, São Paulo: Ed. Atlas, 2011.

LIPPMANN, W. **Opinião Pública**. (Coleção Clássicos da Comunicação Social) Petrópolis, RJ: Vozes, 2008 [1922].

WEBER, M. H. **Comunicação e Espetáculos da Política**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.

As referências às reportagens e documentos *online* encontram-se nas notas de rodapé.

A comunicação institucional diante do novo cenário informacional¹

Regina Zandomênico²

Resumo: A comunicação institucional vivencia, com mais ênfase na última década, mudanças na dinâmica de relacionamento com os públicos de interesse. A motivação é dada pelo *nowism* e pelas redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*, que viabilizam aos *gatewatchers* produzirem, compartilharem e comentarem informações em tempo real e com critérios de noticiabilidade pessoais. Neste cenário é crucial que as instituições estejam presentes e monitorem as redes sociais porque elas podem ser palcos de crises, mesmo que iniciem no universo *off line*. O tempo real e o fluxo contínuo viabilizam, inclusive, na avaliação de alguns autores, dados mais eficazes sobre a opinião pública do que as pesquisas porque *online* o público agiria movido pela emoção do momento. Neste contexto, a interpretação dos dados do monitoramento e a agilidade de ações que possam evitar ou conter uma crise são cruciais para a imagem de uma instituição independente da área de atuação. O inevitável é que, mesmo com o término da crise, o acesso a um buscador virtual de informações poderá rememorar o problema que desencadeou o processo.

Palavras-chave: Comunicação institucional; redes sociais; monitoramento de informações

A transformação de uma marca em substantivo para designar genericamente um produto é impulsionada por vários fatores. Boa parte deles é fruto de estratégias planejadas, implantadas e gerenciadas por profissionais da área da comunicação. Para os especialistas em *branding*, quando uma marca transforma-se em sinônimo genérico de um produto, é sinal de sucesso. Na língua portuguesa, quando uma marca ganha reconhecimento como sinônimo de um produto, é a constatação de uma metonímia, figura de linguagem que demonstra estreita relação de sentido entre os termos.

1 Trabalho apresentado no GT de “História da Publicidade e da Comunicação Institucional”, integrante 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestre em Engenharia de Produção, área de Mídia e Conhecimento, coordenadora e professora do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo do Centro Universitário Estácio de Sá /SC nas áreas de Jornalismo Digital e Impresso, Assessoria de Comunicação, Telejornalismo e Radiojornalismo. <rezandomenico@gmail.com>.

Em 2006 quando, de acordo com GABRIEL (2012), “a palavra *google*, nome do mais importante *site* de busca atualmente, se tornou um verbo da língua inglesa no *Merriam-Webster’s Collegiate Dictionary*”, um dos mais completos dicionários universitários dos Estados Unidos, o sinal não foi apenas o sucesso de uma iniciativa, mas um indicador importante de que algo havia mudado no tradicional caminho que as informações faziam até chegar ao público.

Durante décadas, entre as inúmeras funções das assessorias de comunicação estava o oferecimento de temas que atraíssem o interesse do *gatekeeper*, o jornalista responsável por selecionar as pautas nos veículos de comunicação. No atual período, denominado por muitos estudiosos como “segunda década de digital”, os assessores se deparam com o *gatewatcher*, representado pelos que estão nas redes sociais, sem dia e hora para exercer as funções de selecionador de notícias e que ainda possuem o grande diferencial de poder acrescentar análises pessoais no que já foi veiculado, além de publicar informações que considerarem relevantes. Jenkins (2009) salienta que produtores e consumidores de mídia não ocupam mais papéis distintos porque podem ser considerados participantes que interagem de maneira igual em “um novo conjunto de regras”, ainda não definido por completo.

Para instituições, sejam elas públicas ou privadas, o novo cenário trouxe mudanças profundas no relacionamento com o público. Há 107 anos, quando um acidente de trem da *Pennsylvania Railroad*, nos Estados Unidos, matou cerca de 50 pessoas, o jornalista Ivy Lee redigiu o que é considerado o primeiro release da história. O pioneirismo de Lee ao encaminhar um texto com a versão oficial do assessorado foi bem aceito. O material, inclusive, segundo ARGENTI e BARNES (2011), chegou a ser publicado na íntegra pelo *New York Times* em 30 de outubro de 1906, como “Declaração da Ferrovia”.

Caso o acidente acontecesse hoje, muito antes de o assessor começar a redigir o *release* ou produzir qualquer outro material, as redes sociais estariam repletas de fotos, vídeos, depoimentos de sobreviventes e testemunhas, acrescidos de comentários de quem sequer conhece algum dos envolvidos ou o local da tragédia. Um imensurável número de pessoas também estaria buscando esses conteúdos disponíveis em qualquer parte do planeta. Fatos que justificam porque, além de atender e monitorar os veículos de comunicação, os assessores também precisam estar atentos aos conteúdos das redes sociais.

As inovações tecnológicas, salienta GABRIEL (2012), tiraram o cidadão comum da passividade e o transformaram em um sedento buscador de informações, sejam elas factuais ou não. A autora enfatiza que o ato de buscar não é recente, mas a atualidade trouxe um grande diferencial:

[...] se há bem pouco tempo tínhamos apenas recursos analógicos limitados para encontrar o que queríamos e precisávamos, hoje, graças à revolução digital, nossa capacidade de busca foi ampliada a um patamar extremamente poderoso que culmina no colapso de tempo e espaço, de forma que virtualmente

conseguimos buscar qualquer coisa, em qualquer hora, de qualquer lugar e dispositivo. (GABRIEL, 2012, p. 23)

Sendo assim, informações sobre a qualidade de um produto, a prestação de serviços de uma empresa ou o atendimento que ela dá às reclamações, por exemplo, podem ser colhidas e discutidas com facilidade pelas redes sociais. Atividades que há uma década demandariam muito mais tempo e até o deslocamento do interessado para coletar as informações. ARGENTI e BARNES (2011) salientam que, “além de criarem seu próprio conteúdo, os *stakeholders* também recorrem a seus pares em busca de referências e testemunhos sobre marcas antes de pedir informação às próprias empresas que as produzem”.

Cabe salientar que os próprios funcionários de uma instituição também podem externar descontentamentos pelas redes sociais, seja em perfis pessoais ou criados especialmente para este objetivo. Informações que, na maioria dos casos, também poderão colocar em risco a imagem diante dos públicos de interesse a partir do momento que se tornam públicas. E a imagem de uma organização, enfatiza Bueno (2013), é um ativo intangível de grande valor. A imensa quantidade de informações, disponíveis nas redes sociais, também é avaliada por Medina (2012) como fonte de subsídios para a inteligência competitiva porque empresas ficam sabendo como o público avalia produtos e serviços da concorrência.

Os que estão conectados à internet e integram as redes sociais, além de selecionar conteúdos já veiculados e comentar, têm o privilégio de publicar fatos, seguindo critérios de noticiabilidade, na maioria dos casos, exclusivamente pessoais. Desde modo, não precisam mais esperar o critério de noticiabilidade de uma emissora de rádio ou TV, por exemplo, para dar visibilidade ao que lhes incomoda. Eles mesmos têm condições de tomar essa iniciativa por meio das redes sociais com liberdade de definir não só a forma, como a periodicidade da abordagem.

“MySpace, Facebook, Twitter, YouTube, Tumblr e outras redes sociais facilitaram a troca de informações entre as pessoas e criaram uma grande mídia social de massa, formada por indivíduos que publicam opiniões e compartilham e comentam links diariamente.” (SERRANO, 2013, p. 2).

Essa visibilidade é uma experiência inovadora para o público que ainda descobre a cada dia na prática as regras desse novo contexto. SCHMIDT e COHEN (2013) apontam que “para alguns a representatividade digital será a primeira experiência de poder em suas vidas permitindo que sejam ouvidos, notados e levados a sério”. Gestores de instituições que negligenciavam reclamações internas ou externas não podem manter mais essa postura. O público possui, por meio das redes sociais, canais de grande visibilidade e fácil acesso, além de descobrir diariamente a força que eles possuem. ADLER (2013) completa análise afirmando que:

Graças às ferramentas de redes sociais, hoje qualquer pessoa com uma página no *Facebook* ou conta no *Twitter* pode ajudar a determinar a quantos leitores uma matéria chega. [...] O resultado é que o oligopólio da imprensa tradicional virou uma força a mais – e só – na hora de decidir o que é “notícia” e a importância que vai ter uma matéria ou imagem. (ADLER, 2013, p. 2)

As redes sociais conectadas através da Internet começam, cada vez mais, a funcionar como uma rede de informações, qualificada, que filtra, recomenda, discute e qualifica a informação que circula no ciberespaço. (RECUERO, 2013). Não há como quantificar com exatidão o volume de informações veiculadas todos os dias pelas redes sociais. Muitas, inclusive, são compartilhadas com acréscimo ou exclusão de dados, mas há estimativas da quantidade transmitida via internet. O cálculo é que:

[...] são aproximadamente 322 exabytes por ano, o que dá quase 1 exabyte por dia de informações e dados a circular por aí, fluindo e alimentando tudo(...) Um exabyte equivale a um bilhão de gigabytes. Pesquisa divulgada pela Cisco assinala que este número quadruplicará até 2015, perfazendo algo em torno de 966 exabytes de dados circulando anualmente pela internet. (QUARESMAS, 2013, p. 30)

Este cenário justifica porque as informações postadas nas redes sociais também se tornaram o foco de atenção das assessorias de comunicação das organizações. Na era da sociedade da informação, avalia Teixeira (2013), as redes sociais têm poder relevante nas crises porque ou são berços delas ou, mesmo quando elas se originam no universo *off-line*, ganham repercussão por intermédio delas. Se há uma década acompanhar o que era veiculado nas rádios, TVs jornais impressos e *online* era importante, na atualidade monitorar o que o público posta das redes sociais é crucial.

Além de sinalizar dados que podem conter o início de uma crise, o monitoramento também viabiliza dados importantes para o gerenciamento da situação quando ela já está instalada. “As redes sociais com seu caráter oblíquo e de instantaneidade viabilizam (e vão influenciar cada vez mais) a maneira como as empresas se comunicam e se relacionam com seus clientes, e como trabalham com suas marcas e respondem a pleitos e críticas das comunidades em que operam.” (Cavalcanti, 2009, p. 64) Uma das grandes tarefas das organizações, aponta Medina (2012), é a interpretação dos dados colhidos por meio do monitoramento.

[...] o grande desafio, porém, é a extração de conhecimentos desta grande quantidade de dados”. A maioria das grandes empresas e agências de comunicação conta com profissionais (analistas de mídias sociais) que diariamente categorizam e classificam informações, o que permite a geração de conhecimento e relatórios valiosos para tomadores de decisões sobre o posicionamento de marcas e produtos, estratégias de preços e vendas, distribuidores, geografia, gestão de crises e uma série de outras atividades. (Medina, 2012, p. 90)

Entre os que defendem o monitoramento está Correia (2012) porque considera que o “serviço de monitoramento de redes sociais pode ser muito mais do que simplesmente um canal de coleta de dados. Pode significar a coleta de dados quantitativamente mais eficazes”. Os comentários nas redes sociais, diante do exposto, seriam encarados como dados de uma pesquisa em tempo real cuja característica é a informação espontânea e não a solicitada. Carvalho (2012) defende que:

Quando fazemos uma pesquisa na forma tradicional, por definição, o respondente está viesado. No mundo digital as pessoas falam completamente de forma espontânea, aberta e honesta o que pensam das marcas, sem alguém estar induzindo-as a isso (mesmo que essa “indução”) seja meramente perguntar “o que você achou do produto XPTO?” Sendo assim, mesmo que haja poucos resultados da pesquisa (poucas pessoas falando da marca), qualquer informação é relevante e útil, pois ela é completamente espontânea. (Carvalho, 2012, p. 16)

O autor ainda completa que, embora as pesquisas precisem de um número expressivo para ser validadas estatisticamente, no monitoramento das mídias sociais não é necessário ter um grande volume de dados para dar subsídios a decisões de uma empresa. Sendo assim, opiniões colhidas no *Facebook* ou *Twitter*, por exemplo, podem servir de subsídios para definir uma estratégia de comunicação. Santos (2012) enfatiza essa relevância:

O fato é que o ambiente *online*, e especificamente, os *sites* de redes sociais, criam novas possibilidades para as pesquisas de opinião. Esses ambientes funcionam como repositórios de informações e opiniões espontaneamente postadas pelos cidadãos, de onde se pode resgatar a parcela de dados que mais lhe seja útil. (Santos, 2012, p. 127)

O momento atual é marcado pelo *nowism*, o comportamento caracterizado pela pressa dos cidadãos em colher informações. Se uma organização não agir rapidamente ao detectar um problema, como uma reclamação sobre um produto em uma rede social, correrá o risco de que outros comentários sejam disponibilizados por novos usuários, aumentando uma crise que poderia, em alguns casos, ser evitada por uma resposta imediata. Há uma década a reclamação que chegasse por e-mail ou via “0800” também poderia anunciar uma crise, mas nunca com a velocidade viabilizada pela visualização e compartilhamento das redes sociais.

A comunicação organizacional é uma atividade de perfil multidisciplinar, indica Nassar (2003), porque envolve métodos e técnicas de várias áreas como relações públicas, jornalismo, publicidade e marketing. Ao incluir o monitoramento de redes sociais no planejamento estratégico o fator tempo de resposta é um dos quesitos que merecem atenção de todas as áreas envolvidas. A principal característica de uma estratégia de comunicação bem sucedida, principalmente em relação às redes sociais, aponta Carvalho (2012), é a rapidez da coleta de dados, interpretação e ações.

A interatividade das redes sociais viabiliza que os usuários qualifiquem a informação à medida que comentam e compartilham o que considerarem relevante. Muitos assuntos, inclusive, ganham destaque em determinados grupos porque um dos integrantes, avaliado pelos outros como referência, é o responsável pela divulgação. Assim, temas que talvez não despertassem a atenção do rádio, da TV e dos jornais impressos e online passam a ter destaque mediante a indicação de um usuário alçado ao status de formação de opinião, mesmo sem ter consciência disso.

Uma informação que é passada adiante no *Twitter*, por exemplo, raramente o é sem uma qualificação, um julgamento de valor ou observação daquele que a passa. O próprio “*retweet*” é um instrumento que qualifica uma informação, lida e considerada relevante pela rede. **Mesmo um *feed* que é repartido com a rede social é valorizado.** Trata-se assim, de uma nova estrutura informacional, onde o trabalho de filtragem de informações é realizado pelos próprios atores para os próprios atores sociais. Cada informação pode ser trazida a luz, desconstruída, discutida, repassada e debatida por ação dessas redes, em uma dimensão completamente nova e em escala quase planetária. (RECUERO, 2013)

A constatação de que o *nowism* influencia as pessoas a ingressarem a interagirem nas redes sociais é relevante. Na busca por estar sempre atualizado, o público encontra nesses meios um canal atrativo:

A filosofia do agora retrata um momento em que temos ao nosso dispor uma verdadeira overdose de informações, não podemos mais esperar que o mensageiro leve a carta até o rei. Se não for agora, já nem tem mais valor. Ou seja, temos uma supervalorização do presente, ao que está acontecendo agora, independente de onde, quando ou com quem seja. Temos acesso ilimitado aos fatos em real time, não é mais necessário esperar pelo noticiário das 20h, está tudo aí, para quem quiser acessar. (DEGANI, 2011)

Para o futuro, em termos de monitoramento, o trabalho da comunicação organizacional tenderá a ser mais árduo diante da previsão de SCHMIDT e COHEN (2013) para as facilidades de acesso da população mundial a informações sem filtro:

Até 2025, a maior parte da população mundial terá saído, em uma geração, da quase total falta de acesso a informações não filtradas para o domínio de toda a informação do mundo através de um aparelho que cabe na palma da mão. Se o ritmo atual da inovação tecnológica for mantido, a maioria da população da Terra, estimada em oito milhões de pessoas, estará *online*. (SCHMIDT e COHEN, p. 12, 2013)

A previsão é um forte argumento para que o monitoramento de informações, principalmente nas redes sociais seja sempre aperfeiçoado e que as estratégias de contenção ou gerenciamento de crises sejam extremamente rápidas e planejadas com antecedên-

cia. O ponto crucial é compreender que o monitoramento sem interpretações adequadas dos dados e respostas rápidas torna-se um trabalho irrelevante que dá margem para a instalação de uma crise ou uma grande repercussão dela.

Nas redes sociais o terreno qualquer tema pode ganhar notoriedade e a maioria dos conectados se esforça para ser o gerador da informação. Aliado a tudo isso, há a constatação que sempre esteve presente na história da humanidade, independente dos meios de veiculação dos fatos, “o público parece não se cansar nunca de saber das notícias, mesmo que elas informem apenas uma mudança de clima”. (Hohemberg, 1981 p. 17).

O contexto atual indica que as organizações não podem menosprezar as redes sociais porque elas são terreno fértil para o início e disseminação de uma crise, mesmo que ela surja no universo *off line*. O monitoramento é uma atividade de grande relevância, mas deve ter como parceiros a interpretação correta dos dados e agilidade nas ações. Na comunicação organizacional as redes sociais são uma via de mão dupla porque podem favorecer o sucesso ou fracasso de uma estratégia.

E mesmo que todos os esforços sejam empregados para conter a crise e garantir a boa imagem, a comunicação institucional viverá sempre rodeada por um “fantasma”. A qualquer momento, uma simples pesquisa em um buscador de informações trará à tona detalhes de qualquer crise. Uma realidade que certifica a constatação de que, na “segunda década digital”, o trabalho da comunicação institucional também precisa estar presente nas redes sociais por meio do monitoramento e interação criando, inclusive, canais próprios de comunicação que não dependem dos critérios de noticiabilidade dos veículos de comunicação. O público vivencia um novo status em termos de comunicação, por meio das redes sociais, mas nada impede que as instituições, públicas ou privadas, também participem desse processo.

Referências

ADLER, Ben. Juventude Transmidiada. Revista de Jornalismo ESPM. São Paulo. Editora ESPM. p. 24-31. agosto/setembro. 2013.

ARGENTI, Paul A.; BARNES, Courtney M. **Sobrevivendo na Selva da Internet: como fazer uma comunicação poderosa na Web e proteger a reputação da sua empresa**/. Tradução de Bete Torli – São Paulo: Editora Gente, 2011.

BUENO, Wilson da Costa. **As redes sociais e a imagem das organizações**. [S.l.:2000?] Disponível em <<http://www.comunicacaoempresarial.com.br>>. Acesso em: 10 de abril de 2013.

CARVALHO, Nino. Dados, informação e inteligência competitiva. In. SILVA, Tarcízio (org.). **Para entender o monitoramento de mídias sociais**. [S.l.:s.n.], 2012. p. 12-18. Disponível em <<http://www.slideshare.net/tarushijio/para-entender-monitoramento-de-midias-sociais>>. Acesso em: 14 de novembro de 2012.

CORREIA, Marcos. Mensuração 2.0: da realidade à informação. In: SILVA, Tarcízio (org.). **Para entender o monitoramento de mídias sociais**. [S.l..s.n.], 2012. p. 75-78 Disponível em <<http://www.slideshare.net/tarushijio/para-entender-monitoramento-de-midias-sociais>>. Acesso em: em 17 de novembro de 2012.

CAVALCANTI, Sérgio. Qual o papel de uma agência de mídias sociais. **Do Broadcast ao Social-Cast. Como as redes sociais estão transformando o mundo dos negócios**. In: FERNANDES, Manuel (org.). São Paulo. SP.W3 Geoinformação Editora Ltda. 2009. p .63-66. Disponível:<http://linux.socioambiental.org/sites/linux.socioambiental.org/files/Do%20Broadcast%20ao%20Social-cast.pdf>>. Acesso em: 24 de março de 2013.

DEGANI. GIÁCOMO. Nowism: a filosofia do agora. **Comunicação Digital e Mídias Sociais**. [S.l.], março, 2011. Disponível em: <<http://giacomodegani.com.br/comunicacao-digital/nowism-a-filosofia-do-agora.html>>. Acesso em: 10 de maio de 2013.

GABRIEL, Martha. **SEM e SEO: Dominando o Marketing de Busca**. 2 ed. São Paulo. Novatec Editora. 2012

HOHENBERG, John. **O Jornalista Profissional: guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Interamericana,1981.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Suzana Alexandria. 2. ed. São Paulo. Aleph, 2009.

NASSAR, Paulo & FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo, Brasiliense, 2003.

QUARESMA, Alexandre. Os cibercircuitos oniscientes do virtual. **Sociologia**. São Paulo: Ponto A. edição 47. p. 30-33, junho/julho. Ponto A. 2013

RECUERO, Raquel. Redes Sociais atuam como filtro de informação. **Jornalistas da web**. Março. 2009. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/2009/03/18/redes-sociais-atuam-como-filtro-de-informacoes/>>. Acesso em 20 de junho de 2013.

SANTOS, Nina. Monitoramento Político e Opinião Pública. In: SILVA, Tarcízio (org.). **Para entender o monitoramento de mídias sociais**. [S.l..s.n.], 2012. p. 125-129. Disponível em <<http://www.slideshare.net/tarushijio/para-entender-monitoramento-de-midias-sociais>>. Acesso em: 17 de novembro de 2012.

SCHMIDT, Eric; COHEN, Jared. **A nova era digital: como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios/ Tradução de Ana Beatriz Rodrigues, Rogério Durst – 1. ed.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

SERRANO, Filipe. **Década digital**. [S.l.]. abril. 2013. Disponível via: <<http://blogs.estadao.com.br/link/decada-digital/>>. Acesso em: 17 de abril de 2013.

TEIXEIRA, Patrícia Brito. **Caiu na rede. E agora? Gestão de Crises nas Redes Sociais**. São Paulo: Évora, 2013.

Histórias de criatividade na publicidade dos anos 1980

Dirceu Hermes¹
Henrique Zorzi²

Resumo: Sabe-se que em Santa Catarina a história da Publicidade ainda é muito recente, especialmente na região oeste, onde a colonização se desenvolveu tardiamente em relação à ocupação de áreas da região sul do Brasil, como Serra Gaúcha, por exemplo. Se nas regiões centrais do Brasil, a publicidade começa a ser registrada por volta de 1913 em Chapecó, o surgimento das primeiras agências de publicidade ocorre ainda mais tarde, por volta de 1980. O presente trabalho é resultado das pesquisas desenvolvidas pelo Núcleo de Iniciação Científica Memória da Publicidade e Propaganda na região de Chapecó-SC, que visa compreender como surgiram as atividades de Publicidade e Propaganda naquela região a partir da década de 80. Mais especificamente esse artigo pretende demonstrar como eram feitos os primeiros comerciais, quais as formas de criatividade utilizadas tendo em vista um período onde os recursos eram escassos e que não existiam profissionais formados em publicidade e propaganda.

Palavras-Chave: Publicidade; Propaganda; Memória; Criatividade

Introdução

A memória da publicidade e propaganda é um dos campos menos estudados em todo o país. O Núcleo de Iniciação Científica Memória da Publicidade e Propaganda na Região de Chapecó-SC, tem justamente como objetivo compreender como surgiram as primeiras atividades publicitárias na região de Chapecó, cidade localizada no oeste de Santa Catarina à aproximadamente 550 km da capital Florianópolis.

Ao longo de 2012 e 2013 o núcleo elaborou um levantamento sobre as primeiras agências de publicidade e os primeiros profissionais. Após esse primeiro passo o projeto

1 Mestre em Comunicação. Professor da Unochapecó. Orientador das pesquisas do NIC. E-mail: <hermes@unochapeco.edu.br>.

2 Acadêmico do 5º período de Produção Audiovisual da Universidade comunitária da Região de Chapecó-Unochapecó. Pesquisador do NIC. E-mail: <henriquezorzi@unochapeco.edu.br>.

realizou entrevistas com os pioneiros que foram responsáveis por alicerçar um mercado publicitário que atualmente exporta trabalhos para todo o Brasil.

Sabe-se que em Santa Catarina a história da Publicidade ainda é muito recente, especialmente na região oeste, onde a colonização se desenvolveu tardiamente em relação à ocupação de áreas da região sul do Brasil, como Serra Gaúcha, por exemplo. Se nas regiões centrais do Brasil, a publicidade começa a ser registrada por volta de 1913, em Chapecó o surgimento das primeiras agências de publicidade ocorre ainda mais tarde, por volta de 1980.

O objetivo do seguinte trabalho é mostrar como eram feitos os primeiros comerciais, quais as formas de criatividade utilizadas pelos primeiros publicitários chapecoenses a partir da década de 80, momento em que os recursos eram escassos e não existiam profissionais capacitados em publicidade e propaganda.

Metodologia

As entrevistas são base para esta pesquisa. A coleta de dados se dá por meio dos testemunhos orais dos sujeitos envolvidos com a publicidade em Chapecó, na década de 1980. Enfatizamos que o levantamento da história de maneira oral é realizado de forma a preservar e oferecer total liberdade para que o entrevistado exponha a opinião acerca da temática abordada, uma vez que estes testemunhos são representações do passado, conforme o entendimento de Meihy e Holanda (1996).

De acordo com estes autores, “a história oral implica a percepção do passado com algo que tem continuidade hoje e cujo processo histórico não está acabado. A presença do passado no presente imediato das pessoas é razão de ser da história oral.” (MEIHY; HOLANDA, 1996, p. 13). Seguindo suas concepções metodológicas, dentre as modalidades de história oral (história oral de vida, a tradição oral e a história oral temática), optamos pela história oral temática, já que se relaciona com um período ou com um tema dentro da vida do depoente, no caso o contexto e lugar de participação dos sujeitos na criação das primeiras agências de publicidade de Chapecó. Conforme Meihy e Holanda (2007, p. 33), a história oral temática busca a compreensão social através das narrativas legítimas do sujeito que vivenciou determinado fato ou acontecimento, ainda que os elementos externos possam ser contestados pelo entrevistador.

Para realização das entrevistas, utilizamos roteiro elaborado com base nos critérios constantes no projeto para captação das narrativas para a abordagem do tema, quais sejam: foco no contexto profissional e nos cenários econômico, social e cultural da época.

As entrevistas são gravadas em vídeo, nos estúdios da Unochapecó. A gravação em vídeo facilita a condução das entrevistas e permite focar-se nos detalhes das narrativas, sem perder informações. A pretensão é que os dados coletados sirvam de base para criação e alimentação de um banco de dados que permitirá cruzamento de informações

e facilitará a preservação da memória regional, além de servir de base para futuras pesquisas científicas.

Além do procedimento qualitativo da história oral, tomamos como base a obra *Memória Coletiva*, de Maurice Halbwachs, de 1968, por compartilhamos da noção de que mesmo a memória particular remete a um grupo. Neste sentido, as lembranças individuais dos sujeitos envolvidos em agências de publicidade e propaganda de Chapecó, bem como os demais profissionais que atuam na área, contribuem para a construção da memória coletiva referente ao contexto de nascimento das primeiras agências de publicidade de Chapecó.

Em prefácio, a obra de Halbwachs (2006), escrito em 1990, Jean Duvignaud afirma que a recordação e a localização (em última instância, a memória) estão ligadas aos contextos sociais. Estes servem de baliza à reconstrução da chamada memória. O depoimento da testemunha só tem sentido em relação a um grupo do qual esta faz parte, porque pressupõe um evento real vivido outrora em comum e depende do contexto de referência no qual atualmente transitam o grupo e o indivíduo que atesta aquele depoimento.

Memórias individual e coletiva são complementares e negociadas entre diferentes grupos sociais. A memória histórica é perpassada por aquelas memórias. Em Halbwachs (2006) há uma distinção entre memória histórica e memória coletiva. Aquela pressupõe a reconstrução dos dados fornecidos pelo presente da vida social e projetada sobre o passado reinventado. A memória coletiva recompõe o passado. Entre ambas, as direções da consciência coletiva e individual se desenvolvem as diversas formas de memória, que se alteram conforme as intenções por elas visadas.

Segundo Halbwachs, história não é memória já que existe uma interrupção entre a sociedade que lê essa história e os grupos de testemunhas ou atores de acontecimentos que nela são relatados. Não há como recriar correntes de pensamento coletivo que tomam seu impulso no passado, pois só temos influência sobre o presente.

A memória coletiva se distingue da história sob pelo menos dois aspectos: a) ela é uma corrente de pensamento contínuo que retém do passado somente o que está vivo ou é capaz de viver na consciência do grupo que a mantém. A história divide a sequência dos séculos em períodos e introduz divisões simples na corrente dos fatos. Ela encara cada período como um todo, independente do que o precede e do período seguinte. Na memória coletiva, estas separações e limites são tênues. O presente ano se opõe ao passado na memória coletiva, como quando dois períodos históricos vizinhos se distinguem; e b) existem muitas memórias coletivas. (HALBWACHS, 2006, p. 105).

As múltiplas memórias coletivas têm como suporte (cada uma delas) um grupo (ou grupos) limitado no tempo e no espaço. Justamente porque a memória de um indivíduo ou de um país está na base da formulação de uma identidade, é que a continuidade é vista como característica marcante. A História, por outro lado, encontra-se pautada na síntese dos grandes acontecimentos da história de uma nação, o que para Halbwachs faz das memórias coletivas apenas detalhes. O que justifica ao historiador estas pesquisas

de detalhe, é que o detalhe somado ao detalhe resultará num conjunto, esse conjunto se somará a outros conjuntos, e que no quadro total que resultará de todas essas sucessivas somas, nada está subordinado a nada, qualquer fato é tão interessante quanto o outro, e merece ser enfatizado e transcrito na mesma medida. Esse gênero de avaliação acontece quando não se leva em conta o ponto de vista de nenhum dos grupos reais e vivos que existem, ou que existiram, para os quais, ao contrário, todos os acontecimentos, lugares e períodos estão longe de apresentar a mesma importância, uma vez que não foram por eles afetados da mesma maneira (HALBWACHS, 2006, p. 106).

A memória histórica é compreendida como a sucessão de acontecimentos marcantes na história de um país. O próprio termo “memória histórica” seria uma tentativa de aglutinar questões opostas, mas para entender em que sentido a História se opõe à Memória é preciso que se atenha à concepção de História por ele empregada.

A história de uma nação pode ser entendida como a síntese dos fatos mais relevantes a um conjunto de cidadãos, mas encontra-se muito distante das percepções do indivíduo, daí a diferenciação estabelecida por Halbwachs entre Memória e História.

A história se interessa pelas diferenças e oposições. Apesar das diferenças importantes, na memória coletiva, as semelhanças passam ao primeiro plano.

No momento em que examina seu passado, o grupo nota que continua o mesmo e toma consciência de sua identidade através do tempo. A história deixa passar esses intervalos em que aparentemente nada acontece, em que a vida se limita a se repetir, de formas um tanto diferentes, mas sem alteração essencial, sem ruptura nem perturbação. (HALBWACHS, 2006, p. 108).

A história examina os grupos de fora e abrange um período bastante longo. A memória coletiva, ao contrário, é o grupo visto de dentro e durante um período que não ultrapassa a duração média da vida humana, que de modo geral, é bem inferior. Ela apresenta ao grupo um quadro de si mesma que certamente se desenrola no tempo, já que se trata de seu passado, mas de tal maneira que ele sempre se reconheça nessas imagens sucessivas. A memória coletiva é um painel de semelhanças, é natural que se convença de que o grupo permaneça, ou tenha permanecido o mesmo, porque ela fixa sua atenção sobre o grupo e o que mudou foram as relações ou contatos dos grupos com os outros. (HALBWACHS, 2006, p. 109).

O estudo da história da propaganda em Chapecó ajuda a compreender o processo pelo qual a sociedade, em determinados períodos e contextos, define os instrumentos e as formas de publicização de produtos, bens de consumo e valores visando.

Criatividade como principal alicerce

Na década de 80, na cidade de Chapecó destaca-se o surgimento das grandes indústrias do ramo da agroindústria, como Frigorífico Chapecó, Cooperalfa e Sadia, que moviam a economia da cidade.

Chapecó estava em pleno processo de urbanização. Alba (2002) destaca o crescimento da população urbana, que entre os anos de 1970 e 1991 teve um aumento de 73.196 habitantes e também o visível êxodo rural na região, com a redução de 3.219 habitantes nesse mesmo período. As empresas anteriormente citadas ajudaram a acelerar esse processo, uma vez que criaram empregos, fazendo com que as pessoas deixassem o interior e se estabelecessem na cidade. Com isso o comércio também se desenvolvia rapidamente, pois a demanda era grande uma vez que não eram apenas os moradores da cidade de Chapecó que movimentavam o comércio: era comum a vinda de pessoas de fora, do interior do município e de cidades próximas para comprar na cidade.

Devido a esse aumento significativo da população e, por conseguinte, a expansão do mercado e da concorrência, os comerciantes perceberam que precisavam de novas formas para vender seus produtos, surge aí a necessidade das agências publicitárias. O mercado sentiu-se obrigado a formar esse tipo de empresa, pois não tinha nada parecido na região. Chapecó era uma cidade distante dos grandes centros, como Florianópolis, Porto Alegre, Curitiba e São Paulo, e agências dessas localidades raramente se instalavam aqui. Desenvolver uma ação comunicacional era um trabalho de muita dificuldade principalmente por causa dessa distância. O modo de solucionar essa situação foi formar as primeiras agências em Chapecó.

Enquanto em âmbito nacional as agências eram departamentalizadas, ou seja, eram divididas em setores como criação, mídia, produção, atendimento e planejamento e chegavam a ter de onze até 17 funcionários, em Chapecó o cenário era bem mais simples.

Primeiramente, as agências não eram departamentalizadas e possuíam poucos funcionários, no máximo quatro. Os profissionais normalmente acumulavam funções. Isso acontecia não somente pelo fato que ter uma estrutura completa tornava-se muito caro e o mercado ainda estava no início, mas também porque não existiam muitos profissionais nessa área. Justamente por ser início e ser um setor novo, eram poucos que se arriscavam. Assim como afirma Wilson Tonin, um dos pioneiros que trabalhava com a publicidade no rádio inicialmente,

Na época era muito mais a venda direta, eu trabalhava, quando abriu a Atlântida FM eu tinha que buscar o mercado, eu tinha que eu vender, eu criar, eu fazer texto, eu só não gravava, que a voz não ajudava né, mas o restante, mas eu tinha que fazer tudo. Então essa era a vida do publicitário, por que você tinha uma meta pra buscar, você tinha que criar a campanha e tinha que entregar para o locutor gravar posteriormente. (TONIN, Wilson, 2012)

Outro fator que influenciava esse panorama era o fato de não existirem universidades que oferecessem o curso de Publicidade e Propaganda na região. As únicas universidades que ofereciam o curso eram em cidade longínquas e eram caras ou existiam as federais.

Os primeiros profissionais a trabalharem com as agências, eram pessoas oriundas dos meios de comunicação (rádio, TV, jornal). Então percebendo a necessidade do mercado e com a experiência que possuíam dos meios de comunicação, foram pouco a pouco desenvolvendo seus primeiros trabalhos, muitas vezes justando-se em sociedade para construir suas agências e tentando convencer os comerciantes de que a publicidade era algo que deveria ser investindo.

Também para potencializar o surgimento da publicidade em Chapecó, no ano de 1981 iniciavam-se os primeiros testes da emissora que viria a se tornar, meses depois, a primeira emissora de televisão do município de Chapecó, Santa Catarina, o que se tornou marco na história da publicidade do oeste catarinense. A TV Cultura, canal 12, foi inaugurada em meio a um período de intensa evolução tecnológica, onde a televisão se reafirmava como principal meio de comunicação de massa no país. Segundo Auro Pinto, “na época a emissora de televisão era nova, os conceitos eram novos, a Atlântida FM também, a primeira rádio que tinha uma grande abrangência né, então isso chamava bastante a atenção, a profissão, esse setor chamava muito atenção da cidade, dos jovens da época.”

Max Ceschi, já anuncia o novo tempo mercadológico, sem a preocupação com a teoria, mas com a prática. “Com a inserção da Vox Brasil no mercado de áudio, como produtora de áudio, a possibilidade então de se poder produzir um *jingle* aqui era muito legal. O processo criativo é sempre o mesmo, o processo não muda ta, o que muda são as fontes de informação. Na época, obviamente, nós não tínhamos esse acesso que temos hoje, o “São Google” que você bate e tudo aparece ali, que deve servir como referência, eu pondero, ser uma ferramenta importantíssima, fundamental de pesquisa, e não podemos fugir dela, mas, ao mesmo tempo, na época nós não tínhamos isso, e quais eram as referências? Era o que agente assistia na televisão.”

Para esses pioneiros, em um momento onde os recursos tecnológicos eram restritos, foi necessário usar e abusar da criatividade e construir suas primeiras campanhas “fazendo e aprendendo”.

Não existia nada programado, por que tudo era em fita né. Você para fazer um movimento eletrônico de uma assinatura, você fazia cavaletezinho, gravava as letras com o fundo preto, letras brancas, ficava rodando aquilo ali, aproximando com o zoom com a câmera, daí vinha né. Exatamente, totalmente ao contrário de hoje, que você tem tudo no sistema eletrônico, você muda a cor dos olhos, você faz o que você quer né hoje. Desde os desenhos animados, enfim. Tudo isso. Quer dizer, era um sacrifício muito grande pra você criar um clima novo num comercial. Mas como nós estávamos numa região, onde aquilo ali estava dando certo, continua dando certo. (RITTER, Plínio, 2013)

Na atualidade a definição de criatividade é sinônimo de “quebra-cabeça”, pois inúmeros filósofos, psicólogos, artistas, escritores entre outros tentam desvendar o significado exato de algo que é tão importante para nós enquanto serem racionais que vivem em um mundo onde a criatividade “se converteu num valor de câmbio importante nas sociedades ocidentais. Ser “criativo” não é apenas o sinônimo de ser original, mais atualmente é uma ocupação de prestígio na nossa sociedade. Nos jornais, pode-se encontrar ofertas de emprego para pessoas “criativas” e há quem se identifique profissionalmente como criativo.” (SEABRA, 2007)

De acordo com Boden (1994), pessoas de mente científica, ansiosas para fugirem do romantismo e do obscurantismo definem a criatividade como combinação original de idéias conhecidas. Podemos dizer que aqueles primeiros publicitários possivelmente faziam essas combinações, pois em várias das entrevistas são citados os canais de televisão das grandes capitais, como a Rede Globo, por exemplo, principal referência de suas campanhas. Já Novaes (1972, *apud* SCHLEDER, 1999, p. 15) considera a criatividade como um meio de solucionar problemas, que envolve tanto a intuição como uma combinação de ideias de diferentes domínios do conhecimento.

[...] na época, aí que tá, como é que a gente vai criar efeitos se nós não temos computador não temos nada, mas a Globo já tinha, eles já faziam algumas imagens, com sobreposição de imagens, essas coisas. Aí o Edson na época ele pensou numa ideia, a ideia que ele teve foi pegar uma caixinha de isopor, fazer uma caixinha quadradinha colando quatro fotografias de pontos turísticos né, por que era pra Zontur Turismo nesse cubo, e ele colocou o cubo inclinado em cima de um toca discos, um toca discos com um veludo preto por cima, esse cubo inclinado e aí tudo escuro só ficavam as imagens, com uma luz nas imagens, então esse toca discos rodando a 16, numa rotação de 16, ele rodava devagarinho e dava a impressão que eram imagens que entravam no vídeo né, ficou um trabalho bem interessante pra época e era uma forma de ser criativo, aí a gente gravou com a imagem gravamos o com o Marcelo Novaes a parte de cabeça e mais uns detalhes né, do comercial, e entravamos com as imagens das viagens, de cidades, pontos turísticos, alguns comerciais assim que chamam a atenção, que chamaram a atenção pela dificuldade de fazer. (PINTO, Auro, 2012)

Além de serem bastante criativos, os publicitários tinham que calcular exatamente a efetividade e a acessibilidade da produção daqueles comerciais que eram idealizados, pois segundo Jorge Furtado naquela época “tinha que ter uma equipe de 16, 18 pessoas, hoje com 4 tu faz, por que recursos de computação que antigamente a gente não tinha tanto, tinha muito pouco, hoje tu faz tudo praticamente no computador.” Muitas vezes a confiança era tanta que tudo era feito na base do método “tentativa e erro”.

Essa história é antiga. Essa história é quando eu estava aqui na RBS e eu tive uma ideia de fazer uma produção com um cliente chamado Jeans USB, eu tive a ideia de fazer um roteiro que explodia um carro e era uma coisa meio louca assim né. Pra explodir esse carro tinha que comprar o carro, e o cliente gostou muito do roteiro, apresentei, só que ele disse “olha, eu quero ver o comercial pronto aí eu pago, senão não vou arriscar”. Então o roteiro era bom, aí eu acreditei no roteiro, a televisão não quis contribuir me adiantando o dinheiro pra comprar o carro e eu tive que fazer esse resgate nas economias que não eram muitas pra comprar esse carro, pra produzir, mas o resultado foi um sucesso, o comercial foi aprovado, o cliente pagou, a televisão faturou, o comercial ficou quase um ano e meio no ar. Era um comercial de 60 segundos inicialmente, que depois foi transformado em 30 segundos. (FURTADO, Jorge, 2012)

Uma das características peculiares naqueles tempos era o fato de emissoras de TV manterem produtoras de vídeo em conjunto com as produções jornalísticas, onde os publicitários terceirizavam as produções dos comerciais ou apenas alugavam os equipamento de luz e cinegrafia. Além disso, estas mesmas emissoras muitas vezes atuavam também como agência, atendendo diretamente o cliente. Wilson Tonin que foi gerente de uma emissora de rádio e TV relata a experiência.

Então era duas partes diferenciadas que eu fazia, então no início tinham pouco agência, não existiam agência, então era uma ou duas agência que atendiam os clientes que eram os maiores, e o resto tudo era atendido direto, isto quando eu trabalhava, quando era veiculo, eu era gerente da rádio e da televisão, então você tinha que sair pra campo atender direto os clientes, criar patrocínio diferenciado, criar programas diferenciados, pra que ele anunciasse então. Este trabalho de agência nós tínhamos que anunciar na rádio, na televisão, inclusive na época a televisão, nós tínhamos uma produtora dentro da televisão que era pra atender esta lacuna que as agências não atendiam. Hoje não precisa ter mais uma produtora dentro da televisão, por que as agências e os contatos, os autônomos suprem isso, eles atendem o cliente, e o veiculo atende o cliente, e a agência atende diretamente o cliente, nós como veículos atendia as agência. (TONIN, Wilson, 2012)

Conforme Frigeri e Zordam (2010) em Chapecó o cinema surge em maio de 1940, “ir ao cinema na época era como ir a um grande evento”. As pessoas iam assistir aos filmes, sempre muito bem arrumadas, até porque o cinema era uma das únicas formas de entretenimento que eles tinham, a não serem os tradicionais bailes da região. Nas décadas de 80 e 90 o cinema passou a ser alvo também das campanhas publicitárias, “antes de começar cada sessão, era exibido o noticiário da cidade e propagandas de lojas como: Lojas Néri, Casas Vitória, Joalheria Dom Bosco, entre outras.” (FRIGERI; ZORDAM, 2010, p.16). Em uma das entrevistas o publicitário Plínio Ritter fundador da primeira

agência publicitária em Chapecó ainda no ano de 1979 explanou de forma descontraída sobre a prática das exibições de comerciais no cinema, ele que eram responsável pelo cliente Lojas Néri acima citado, entre outros.

Tinha o cinema, aliás, tem uma coisa muito interessante. Antes de começar a sessão do cinema, nós locamos, pagamos para o proprietário do cinema, onde nós apresentávamos os slides. Então a gente fazia uma montagem colorida de letras e tal e fotografava aquilo ali e fazia o slide. Ai colava esses slides num vidro grosso. Porque a lente da câmera que exibia o filme no cinema era muito forte e queimava o slide. Então nós botávamos com o vidro, certo? Aí o que acontecia. Gravávamos o áudio em uma fita cassete. Uma fita cassete. Essa fita ia para um gravador, um gravadorzinho manual deste comum, e se injetava um cabo na entrada de áudio da câmera que rodava o filme no cinema. Ai começava, entrava uma música, entrava o telefone para quem quisesse fazer o contato “anuncie você também e tal”. Ai o operador tinha que estar de olho vivo ali “por que ai entrava, olha você tem que comprar nas casas Néri que está com uma promoção muito grande”. E aparecia o slide na tela, pô ficava bonito Aí na hora que terminava aquele áudio ali, ele pá apertava um botãozinho para entrar o outro slide. Às vezes não, as vezes ele dormia no ponto. E eu dentro do Cinema “Meu deus do céu o que este cara está fazendo eu vou matar ele”. Ai falando de uma coisa, e aparecendo a outra. Isso acontecia eventualmente. Isso ai era um negócio que vendia bem. Sempre tinha, eu não lembro qual era o tempo, mas sempre tinha anunciantes naquilo ali. (RITTER, Plinio, 2013)

Falando novamente em cinema – porém como forma alusiva – assim como no cinema neorrealista italiano, os produtores de comerciais na década de 80 em Chapecó, inúmeras vezes utilizaram não atores em suas produções, embora não por escolha estética como naquele movimento, mais sim por necessidade, pois na cidade não existiam esse tipo de profissionais, então mais uma vez cabia aos publicitários serem criativos e persuasivos para convencer seus amigos, familiares ou conhecidos para atuarem em seus comerciais.

Engraçado. Nós tínhamos um guarda na nossa televisão chamado Ripa, ele era um cara muito gente boa, mas era uma pessoa que por si ele tinha um perfil meio cômico, digamos. E um dia precisava gravar um comercial do Dávi Sport, e na época não tinha Rosane Coser pra pegar uma menina ou um senhor a gente tinha que agarrar “ó, vem tu mesmo”, e eu peguei ele e disse “olha, vamos fazer um comercial?”, “ué, vamos”. Ele usava um chapéu, disse “vamos”, então vamos gravar um comercial, vamos no mato ali, toma aqui a arma, é do Dávi Sport, dá um tiro no meio do mato só pra finalizar e

ele deu esse tiro. Ele disse: “não, dá tiro é comigo mesmo, por que eu sou acostumado, tenho experiência e tal”. E ele pegou a arma pra dar um tiro e a arma deu um soco nele. Cara, caiu o óculos aqui, deu um barulho, ele caiu, enfiou um pé numa raiz e caiu, sei que isso acabou fazendo parte do comercial. O comercial ficou muito falado e essa foi uma coisa que a gente não previa né, e acabou ficando melhor do que tivesse sido montado. Acho que isso foi uma coisa bem interessante. Tenho outras, mas esse aí é o que me veio nesse momento. (FURTADO, Jorge, 2012)

Da década de 1980 à atualidade, muita coisa mudou no que tange as produções de comerciais, tanto em Chapecó quanto a nível nacional, se naquela época um comercial chegava a fazer tanto sucesso a ponto de ficar 2 ou 3 anos em exibição, hoje em dia isso não é viável, devido as inúmeras novas produções diárias. Além disso, novas maneiras de propagar comerciais surgiram, como por exemplo os comerciais para internet que são exibidos antes dos vídeos que internautas optam por visualizar, forma mais utilizada no *site* de compartilhamento de vídeo *youtube.com*. As facilidades tecnológicas permitem uma produção maior e mais prática de comerciais, e diariamente somos bombardeados pelos mais diversos comerciais de produtos e serviços. O mercado está saturado e hoje talvez mais do que na década de 1980 ser criativo é essencial. Jorge Furtado ao terminar sua entrevista para o grupo de pesquisa finaliza com as seguintes palavras:

Então, eu parto do princípio que eu acho que ousar é sempre interessante e fundamental, na minha opinião sabe, por que eu acho que o comercial ele tem que surpreender, eu sempre digo assim, que aquele comercial, e as vezes eu brigo um pouco com aquele comercial feito em computação, porque passam 10, você não lembra de 1, e daqui a pouco um comercial com um pouco de sentimento, um sorriso, um detalhe só, é aquele que vai ficar gravado, então eu acho que a gente tem que ousar tem que explorar um pouco mais os recursos das pessoas e não tanto das máquinas.(FURTADO, Jorge, 2012)

Considerações finais

Compreende-se que as atividades pioneiras destes profissionais da publicidade foram extremamente importantes tanto para o mercado publicitário de Chapecó quanto para o desenvolvimento da cidade, pois colaborou com o crescimento do mercado, que por sua vez possibilitou a vinda de muitos outros habitantes, que atualmente veem em Chapecó um lugar bom para se viver, onde podem trabalhar e prosperar.

A profissionalização do mercado publicitário por meio da formação acadêmica é muito recente e gradativamente se sobrepõe à amadora. Mas, foi um momento decisivo, muito importante para o segmento em Chapecó e região, o fato de ser pioneiro já é algo

complicado, quanto mais numa área na qual não se tinha muito conhecimento. Cabe destacar o grande valor que esses pioneiros tiveram e tem para a publicidade regional, a visão dessas pessoas foi o que impulsionou a publicidade e, atentos às novas demandas evoluem nos processos tecnológicos e de inovação.

A pesquisa desenvolvida pelo Núcleo de Iniciação Científica Memória da Publicidade e Propaganda na Região de Chapecó, pretendem formar uma base de dados que possa ser ponto de partida para novas pesquisas que investiguem o surgimento também de outros campos que assim como a publicidade e propaganda, foram importantíssimos para o desenvolvimento de Chapecó e região, pois conhecer o passado é importante para se construir um futuro melhor.

Referência bibliográficas

- ALBA, Rosa Salette. **Espaço urbano: os agentes da produção em Chapecó**. Chapecó: Argos, 2002.
- BODEN, Margaret A. **A dimensão da criatividade**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.
- FRIGERI, Douglas.; ZORDAM, Michéli. **Planejamento de campanha publicitária: a conscientização de comportamento do público no cinema arco-íris de Chapecó**. 2010. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2010.
- HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006 [1968].
- HARTMANN, Marciane Maria. **Memória da Publicidade em Chapecó-SC**. 2007. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, 2007.
- MEIHY, J. C. S. B.; HOLANDA, Fabíola. **História Oral. Como fazer, como pensar**. 1. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2007. v. 1.
- SCHLEDER, Tania Stolz. **Capacidade de criação: Introdução**. Petrópolis: Vozes 2006.
- SEABRA, Joana Miguel. **Criatividade**. 2007. Em: <<http://www.psicologia.pt/artigos/textos/TL0104.pdf>>. Acesso em: 16 de fevereiro de 2014.

Veteranos midiaticizados: imagética de Ex-combatentes e a construção do Pós-Segunda Guerra Mundial nos Estados Unidos¹

Pauline Bitzer Rodrigues²

Resumo: O “breve século XX” trouxe consigo um complexo e imbricado contexto de conflitos internacionais, avanços científicos e tecnológicos, crises econômicas, movimentos socioculturais, etc., tudo, cada vez mais, documentado pelos meios de comunicação, também em acelerado desenvolvimento. A Segunda Guerra Mundial, em especial, protagonizou parte desse contexto, inclusive lançando os Estados Unidos no cenário mundial como a maior potência econômica, industrial e militar, o que lhe deu o *status* de “Boa Guerra” no imaginário estadunidense. Dois fatores contribuíram grandemente para a construção dessa imagem: o sucesso da desmobilização e reintegração social de mais de 16 milhões de combatentes, e a atuação do aparelho propagandístico tanto na mobilização para a guerra quanto na reconversão para a sociedade de paz. Tendo em vista tais questões, através de documentos do *Office of War Information* e de publicidades das revistas *Time* e *Life*, o objetivo deste trabalho é perceber que parcela dessa história a mídia fez, contou e não contou: busca-se compreender como Estado e mídia estadunidenses trabalharam na produção dessa propaganda entre 1944-45, como abordaram o caso dos combatentes em retorno diante do público civil e que tipo de ações requeriam deste para ajudar na reorganização da sociedade e na reintegração dos veteranos de guerra.

Palavras-chave: Publicidades; *Office of War Information*; Reintegração social de ex-combatentes; Estados Unidos da América; Segunda Guerra Mundial

1 Trabalho apresentado no GT de História da Publicidade e Comunicação Institucional, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Possui graduação em História e especialização em Patrimônio e História pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Atua principalmente nos temas de Segunda Guerra Mundial, propaganda, ex-combatentes, memória, Força Expedicionária Brasileira. Atualmente é mestrande em História Social pela mesma universidade. E-mails: paulinebitzer@hotmail.com; pauline.bitzer@gmail.com Lattes: <<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4489230A8>>.

Poucos acontecimentos, ou nenhum, marcam mais a história e a memória nacional do que a participação em uma guerra, sobretudo em se falando nas guerras totais do século XX. Tomando a trajetória dos Estados Unidos da América (EUA), especialmente no século passado, vemos o desenvolvimento de uma cultura belicista às vezes mascarada por bandeiras isolacionistas, mas sempre se justificando pela defesa e disseminação da liberdade e da democracia. No meio de tantos conflitos, contudo, a Segunda Guerra Mundial ocupa lugar de destaque na memória nacional estadunidense, sendo muitas vezes referida como a “Boa Guerra” (“*The Good War*”). Não que a guerra em si seja tomada como algo bom, mas o fato de se lutar contra uma ameaça global, o nazifascismo, tornou-a necessária e virtuosa, e deu aos seus combatentes os status de. À parte disso, a Segunda Guerra teria desencadeado consequências sociais, culturais e econômicas que teriam dividido a história americana em “antes da guerra” (“*before war*”) e “depois da guerra” (“*after war*”) e teriam feito do país a principal potência mundial. Tais visões, uma romantizada e outra pretensamente mais realista de um “divisor de águas” (“*watershed*”), foram fruto do pós-guerra e dos chamados “Anos Dourados”; elas fizeram e ainda hoje fazem parte das representações sobre o conflito tanto no meio popular quanto nos meios oficial, midiático e até mesmo no intelectual. (FERRAZ/RODRIGUES, 2010; JEFFRIES, 1996; TERKEL, 1989; WYNN, 1996).

Na construção dessas visões e da boa imagem da Segunda Guerra, vemos a importante atuação da imprensa e da mídia estadunidense em geral, mas sempre tentando ser direcionada pelo Estado, através do *Office of War Information* (OWI), e pelas Forças Armadas. Nos primeiros anos de conflito ela foi imprescindível para a mobilização dos 16 milhões de civis que entraram para as forças armadas e do restante país, que precisava manter o esforço de guerra. A partir de 1944, contudo, a propaganda de guerra começa a abordar o delicado contexto que se aproxima – ao mesmo tempo em que a guerra acontece e é sustentada no fronte externo, é preciso preparar o país para uma reconversão, uma reorganização da sociedade na volta ao tempo de paz.

A presente pesquisa se insere nesse contexto de transição discursiva entre 1944 e 1945 e tem por objeto três questões sociais que chamam a atenção, pois a forma como ocorrem e a maneira pela qual são tratadas midiaticamente são responsáveis por grande parte da delimitação do pós-guerra nos EUA e da imagem da boa guerra: a transição/reconversão da economia de guerra para o estado normal, de paz; a desmobilização e reintegração à sociedade civil dos ex-combatentes; o papel social atribuído à mulher estadunidense frente aos dois temas anteriores. O objetivo geral consiste em perceber as histórias que a mídia fez, contou ou não contou sobre esses três temas, como ela tentou influenciar, com isso, ações populares para as mudanças correntes e necessárias, e como o governo tentou influenciar e direcionar população e mídia nesse cenário. Frente ao objetivo, partimos de dois conjuntos documentais, as publicações de base do *Office of War Information* e as publicidades que saíram na *Time* e na *Life* durante esses dois anos e que versem sobre um ou mais das vertentes temáticas. No presente trabalho, devido ao

curto tempo e espaço disponível, ficaremos com o recorte da orientação governamental e das publicidades acerca da desmobilização e ressocialização dos veteranos de guerra. É sempre importante ter em mente, no entanto, que essas três questões nunca acontecem isoladamente, mas se encontram imbricadas nas teias formativas das relações sociais no pós-guerra estadunidense, e mesmo privilegiando um recorte mais específico, eles aparecerão no decorrer do texto.

Veteranos em retorno: um problema social em potencial

Vinculada às medidas tomadas por instituições públicas e privadas para o controle e transição de uma economia hipertrofiada pela guerra para a normalidade econômica sem perder todo o potencial desenvolvido, encontra-se a preocupação sobre onde encaixar 16 milhões de pessoas que retornariam à vida civil em busca de empregos, moradia, etc. Entre convocados e voluntários, a maioria desse contingente tinha entre 17 e 20 anos ao sair para a guerra, e embora $\frac{1}{4}$ dele não tenha saído realmente do país e nem todo o resto tenha participado de batalhas na linha de frente, o país tivera de se organizar para funcionar a trezentos por cento sem essa parcela da população economicamente ativa, e agora teria de se reorganizar para recebê-la novamente. Além disso, o choque cultural, social e psicológico seria tão perigoso quanto o econômico, pois tanto a sociedade estadunidense quanto os soldados-civis teriam mudado com o conflito. O fronte interno não vivenciara a guerra como aqueles que foram para o fronte externo, ao passo que muitos voltariam de lá com problemas físicos e psicológicos. (FERRAZ/RODRIGUES, 2010; JEFFRIES, 1996).

Rememorando a experiência de ondas ativistas dos quase 4 milhões de veteranos da Primeira Guerra Mundial, temia-se pelo “maior problema social” do país após a guerra, e agora numa escala quatro vezes maior. As preocupações giravam em torno de questões como: Que impacto o combate teria em cada indivíduo? Como feridos fariam parte da força de trabalho? Neuróticos poderiam levar uma vida social normal? Como os civis os receberiam? Seria possível que uma onda criminal fosse desencadeada por “16 milhões de assassinos treinados”? Frente a isso, Estado, setores privados e associações de ex-combatentes, entre outros grupos, começaram a se organizar e montar planos de desmobilização e ressocialização já em 1944. A primeira medida seria fazer uma desmobilização lenta, não só pelas necessidades das tropas estadunidenses na reorganização dos países destruídos, mas pela necessidade de se arrumar a “própria casa” para comportar sua volta. Outra importante medida foi a elaboração da “Carta de Direitos do Combatente Americano”, ou o *G.I. Bill of Rights*, por comissões da *American Legion* (maior associação de veteranos do país) e do governo. O *G.I. Bill* foi assinado já em Junho de 1944 e garantia diversos benefícios como soldos, ajuda para encontrar em-

prego e para fazer financiamentos, bolsas de estudo e profissionalização etc.³ (FERRAZ/RODRIGUES, 2010; FRYDL, 2009; GREENBERG, 1997; ROSE, 2008).

Concomitantemente aos planos e ações oficiais de assistência, diversas literaturas e propagandas foram direcionadas a criar a imagem de um G.I.⁴ típico perante a sociedade civil, a aconselhá-la no tratamento e ajuda dos veteranos em retorno, e a esboçar o papel que o veterano teria no pós-guerra.

O veterano que se deve mostrar: Office of War Information e a orientação midiática

O Escritório de Informação de Guerra (OWI), criado em 13 de Junho de 1942, foi uma junção, uma agregação de várias agências de informação já existentes e que se encontravam em estado caótico. Ele foi a resposta à necessidade de uma agência central que regulasse todo o fluxo informacional da guerra, sendo o responsável pela difícil tarefa de prover informações confiáveis ao público e ao mesmo tempo desenvolver campanhas inclinadas aos propósitos da propaganda. Nesse sentido o OWI, além de produzir a própria propaganda, tinha a função de coordenar, aconselhar, dar sugestões às demais agências e à mídia sobre o que e como mostrar, mas imposições e censuras não estavam em seu poder (para as quais existiam o *Office of Censorship* e o *Bureau of Public Relations*, do Ministério da Guerra), e por isso, muitas vezes, suas recomendações não eram seguidas. Somado a isso, o Escritório ainda tinha limitações impostas por conflitos com o Congresso Nacional e com oficiais militares, por querelas internas entre seus membros, e por certo receio popular para a palavra “propaganda”.

Diante desse quadro, muito da produção propagandística de guerra carrega ambiguidades e incoerências, mas, de forma geral, sempre apresenta a ideia de união nacional lançando mão de artifícios como o uso de estereótipos, generalizações, idealizações, etc., e jogando com códigos, símbolos e representações retirados do imaginário social nacional; estes são ressignificados para agir no cotidiano dos receptores e tentar orientar suas ações. (BACZKO, 1985; KOPPES; BLACK, 1977; ROEDER JR, 1993; WINKLER, 1978).

Para a orientação midiática, o OWI desenvolvia pesquisas e estudos sobre a recepção das propagandas e produzia relatórios, memorandos, livros, livretos, filmes, artigos, etc. que ajudavam e até mesmo sugeriam textos e imagens para as publicidades. É importante dizer, em breve parênteses, que um dos segmentos mais importantes do OWI

3 Três visões podem ser consultadas para mais informações sobre o G.I. Bill. O senador Milton Greenberg e seu livro *The G.I. Bill: The Law that Changed America* (1997) trazem uma visão oficial da lei, suas aplicações e brilhantes consequências, entre elas a contribuição ao desenvolvimento da ideia “bem-estar social”, citado anteriormente, e a consolidação de um modelo para reintegração dos veteranos das guerras seguintes. Kathleen Frydl e Kenneth Rose possuem visões mais críticas ao analisar o G.I. Bill e identificar falhas, omissões e más aplicações ao mesmo tempo em que não anulam seus méritos. (FRYDL, 2009; GREENBERG, 1997; ROSE, 2008)

4 A sigla “G.I.” abrevia a expressão *Government Issue*, que era impressa em todo o material disponibilizado aos soldados, mas se tornou um apelido que passou a designar não só os soldados da Segunda Guerra, mas também dos conflitos seguintes.

a atuar nesse sentido foi o *War Advertising Council*; a partir de várias funções dentro da área publicitária ele fazia a mediação inicial entre requisições/orientações do OWI, empresas privadas e/ou comerciantes e anunciantes, e agências publicitárias.

Voltando à literatura de base, sobre o caso específico dos veteranos destaca-se o *Veterans' Information Program* (VIP), o qual analisaremos mais de perto para depois ver nas publicidades, na prática, suas orientações sobre a imagética dos ex-combatentes.

O VIP (Figura 1) foi pensado e preparado por uma equipe de psicólogos, médicos, sociólogos, escritores e até mesmo alguns veteranos em 1944 logo após a sanção do *G.I. Bill*, foi publicado pelo OWI em Fevereiro de 1945 e distribuído especificamente a jornalistas, radialistas, publicitários, diretores etc. Logo no prefácio fica explícita a justificativa para a elaboração do livreto: um público bem informado compreenderia [e colaboraria com] a situação de reajuste às atividades civis e os direitos/benefícios do veterano. (Figura 2) O objetivo seria, a partir da informação, eliminar ou diminuir possíveis conflitos na relação sociedade-ex-combatentes. O problema não era urgente no momento, diz o documento em nota, mas conforme a guerra fosse chegando ao fim, a campanha proposta à mídia pelo VIP teria de ser intensificada, feita de modo sistemático e coerente, daí a necessidade de um livro norteador para seu desenvolvimento.

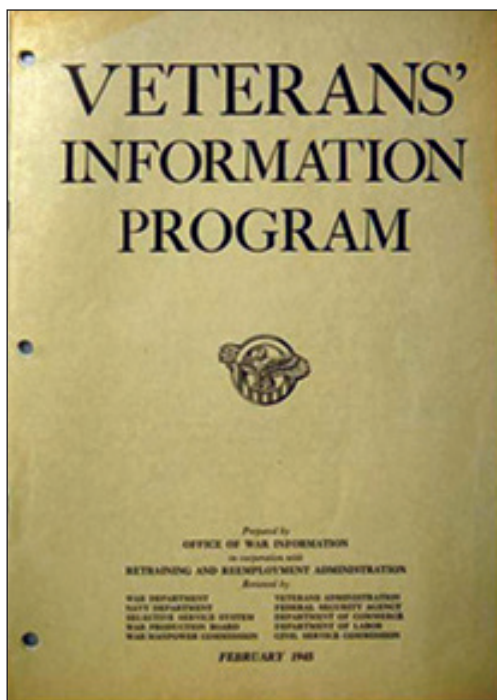


Figura 1 – Capa do *Veterans' Information Program* (VIP). “Preparado pelo Office of War Information. Em cooperação com Retraining and Reemployment Administration. Fevereiro 1945.”

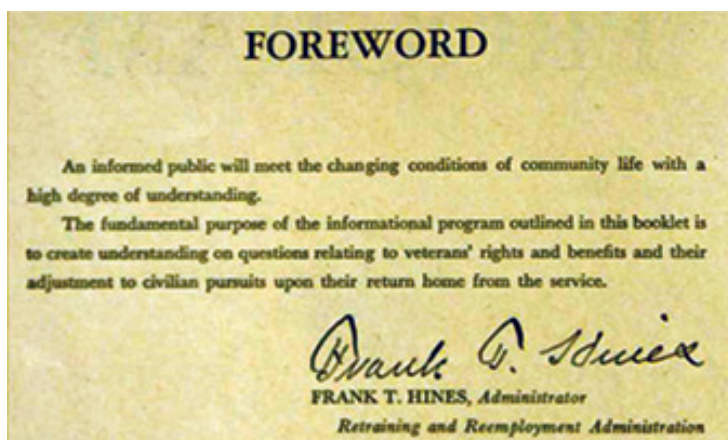


Figura 2 – Prefácio

“Um público informado encontrará as condições de mudança da vida em comunidade com um alto grau de compreensão.

O propósito fundamental do programa informacional em destaque nesse livreto é criar compreensão nas questões relativas aos direitos e benefícios dos veteranos e seu reajuste às atividades civis no

retorno do serviço [militar] para casa.” Frank T. Hines, Administrador – Administração de Retreinamento e Reemprego.

Na Introdução é feita uma exposição panorâmica do problema e a apresentação dos objetivos que de certa forma antecipam o conteúdo do livreto e podem ser resumidos em cinco pontos: informar o veterano, sua família, e o público em geral dos direitos e benefícios que eles têm; salientar a importância de se criar centros e comitês locais de suporte a ex-combatentes; instruir pessoas em como lidar com desfigurados, neuróticos e inválidos; pontuar a importância e o valor que os veteranos têm para os empregadores e qual q melhor forma de usar suas habilidades; e por fim mostrar como eles podem ajudar a construir uma “América” melhor a partir de seu treinamento e disciplina.

Todo o programa e seus objetivos foram baseados no *G.I. Bill of Rights*, exposto anteriormente, e ele é o tema da Parte I, “*Benefits*”. Essa primeira parte, que fala das ações do Estado para com os veteranos, dedica-se à forma de apresentar os passos da desmobilização. Além disso, os benefícios são colocados numa hierarquia que deveria ser respeitada pela mídia na hora de se apresentar o assunto, ou seja, alguns benefícios devem ganhar mais espaço nas campanhas e serem mostrados como prioritários. Na escala, a prioridade 1 era informar sobre os direitos de emprego ou de retorno ao antigo emprego, direitos relativos à educação (bolsas de estudo, treinamentos, orientação vocacional) e seguro de vida. Na prioridade 2 encontram-se os direitos a cuidados médicos, o pagamento do soldo de 20 dólares por 52 semanas àqueles que não conseguissem um emprego de imediato e empréstimos. Em último lugar na hierarquia estão as pensões por invalidez, garantias de suporte legal (advogados) e reajuste de impostos. Tudo isso deveria ser abordado de forma clara e didática, sem exageros sobre a extensão dos benefícios e sempre apontando onde o veteranos poderia obter mais informações ou requerer seus direitos. No fim algumas frases e títulos são sugeridos como modelos para as campanhas midiáticas.

A Parte II, “*The Civilian’s Job*”, é dedicada ao trabalho da sociedade civil no esforço de guerra e traz fatos e números que devem ser passados aos ex-combatentes de modo que ele compreenda a extensão do trabalho “feito em casa”, pois muitos tinham a opinião de que o fronte interno só teria aproveitado os benefícios da economia em expansão e da paz assegurada por suas armas.

A Parte III, “*Reajustment*”, é a mais delicada e versa sobre a reinserção e readaptação do veterano na sociedade com uma vida e cultura muito diferente da que ele conhecia. Para que tudo na sociedade prosseguisse da melhor maneira possível, sem regressões e atrasos, o principal seria evitar os conflitos entre civis e ex-militares. O capítulo é dividido em três importantes temas a serem abordados pela mídia. O primeiro é composto por “*Dos and Dont’s*”, ou seja, o que a família, amigos e público em geral deveriam ser orientados a fazer e não fazer frente ao veterano: tentar entender seus problemas, não exagerar nas emoções nem demonstrar horror ou pena pelo seu estado, não ser muito efusivo, reconhecer seus sacrifícios, mas tratá-los com normalidade. O segundo tema é sobre tudo o que os combatentes em retorno podem oferecer aos empregadores considerando talentos preexistentes e habilidades adquiridas em treinamento e batalha. Por último, o capítulo expõe a postura que o próprio ex-combatente deve ser levado a ter, como, por exemplo, não esperar que todos entendam tudo o que ele passara, ter esperança no futuro e tentar participar, ao máximo, da comunidade em que vive.

Passando o foco para as publicidades, que consistem no outro conjunto documental do projeto de pesquisa, já em 1944 antes do VIP ser impresso, porém num momento de efervescência com a sanção do *G.I. Bill*, elas começam a gravitar em torno do tema dentro das revistas. Durante o tempo de guerra o principal aspecto enfatizado nas publicidades em torno dos soldados era a manutenção da sua “moral”, ou seja, o sentimento de prazer e felicidade, que poderiam ter na medida do possível, e a determinação e coragem para enfrentar o que viesse pela frente na perseguição do seu objetivo. Muitas vezes, usando a manutenção da moral como justificativa, anunciantes tomavam os veteranos como um novo mercado consumidor e/ou instrumento para mais vendas de determinado produto. Agora no final, coincidentemente ou não à orientação dada pelo VIP, o aspecto mais enfatizado do retorno era o econômico: a volta para antigos empregos e de uma forma geral à vida como era antes, incentivos às empresas a contratarem veteranos, a ênfase na importância de se ter um trabalho durante a reabilitação. Também eram recorrentes a ênfase na necessidade de um tempo de reajuste, um tempo para reorganização interior antes de retomar a vida de onde a havia deixado; o papel a cumprir na América do pós-guerra, um papel tipicamente de classe média – um bom emprego, um bom casamento, uma boa casa, somado à isso o “dever masculino” de base da economia e da sociedade, os “chefes da casa” estariam de volta. (JONES, 2009; SAXE, 2007).

As publicidades que requeriam ajuda dos civis ou lhes davam dicas de como ajudar no processo de reintegração social dos veteranos só começam a aparecer em mea-

dos de 1945. Como exemplo, seguem abaixo duas publicidades veiculadas na *Collier's* (revista secundária para a pesquisa) em 1945. Ambas foram preparadas pelo *War Advertising Council* (segmento do OWI como citado anteriormente), publicadas em cooperação com uma rede de empresas do setor químico, a *Drugs, Cosmetics and Allied Industries*.⁵⁵Elas carregam o mesmo teor discursivo ao mostrar o tipo de problema que os veteranos poderiam encontrar e ao alertar e instruir o público no comportamento adequado que deveriam desenvolver ao receber ou encontrar um veterano de guerra; também possuem imagens do renomado ilustrador e pintor Norman Rockwell, que inclusive leva o nome num dos títulos. Pelas características de semelhança e complementaridade, elas serão expostas em conjunto.

A primeira publicidade leva o título “*Norman Rockwell pergunta: Um veterano encontraria Você aqui?*”, e a segunda, “*O Comitê de Recepção – reconhece alguém aqui?*” (Figura 3) Ambas apresentam maus e bons exemplos a serem refutados e seguidos, respectivamente.

Como más atitudes e comportamentos podemos ver: o tipo sem noção (“*no-nonsense type*”), representado por um pai, e o durão (“*The Rock*”) não compreendem a necessidade do tempo de descanso para pôr o fator psicológico em ordem e pressionam pela busca de um emprego; a irmã “*tsk-tsk*” (“*Tsk-Tsk sister*”) fica encarando soldados inválidos, acha horrível e os deixa perceber sua opinião e a mulher com nariz de agulha (“*Lady with the needle nose*”) fica especulando sobre feridas e sangramentos; o mártir (“*Motor martyr*”) e o patriota (“*The Patriot*”) somente sabem falar sobre como os civis trabalharam e sofreram durante o esforço de guerra, diminuindo assim o sacrifício dos combatentes; o cumprimentador (“*The Greeter*”) os recebe com palavras vazias e pensa que a ajuda aos veteranos é responsabilidade exclusiva do governo; o cão de caça (“*The Bloodhound*”) não se choca com nada sobre o combate, que para ele é uma aventura, e insiste em perguntar sobre as bombas, mortes, etc.

Contrariamente a esses comportamentos, há dois bons exemplos cuja imagem segue todas as recomendações dadas pelo VIP na Parte III, os Americanos primeira-classe (“*Americans, first-class*”) e o cidadão fita azul (“*Blue Ribbon Citizen*”). Eles não insistem em fazer perguntas sobre o combate se o veterano não se sente disposto a compartilhar suas experiências, não ficam “choramingando” de pena nem encarando soldados mutilados e inválidos, sentem orgulho e não são efusivos, têm vontade de ajudar e estão à disposição. Estas pessoas fazem sua parte que é ajudar o ex-combatente a voltar para a vida civil, são “o tipo de pessoa que todos nós deveríamos ser” (“[...] *the kind of person we should all be*”).

5 É interessante notar que muitas vezes, em casos como este, somente o nome da rede e/ou da empresa aparece no final, mas nenhuma menção ao apelo comercial é feita na publicidade. John B. Jones, um pesquisador de publicidades do tempo de guerra, chama esse tipo de propaganda de “*all-out advertisements*”, ou seja, a empresa anunciante dedica-se totalmente ao esforço de guerra ou à utilidade pública e não à venda de produtos. (JONES, 2009, p. 255)

Norman Rockwell asks:
"Would a Veteran
find you here?"

The momentary type. "You've been home a whole week, why isn't it time to look for a job? Can't you get something, you know?"

The Talk-Rak Sister. Just can't take her out of a domestic setting. Thinks it's odd, and what's more, she knows it.

Mother Martin. Children may have been tough all right, but won't you hear this criticism on the signs of returned dishing.

American, fraternal. "Welcome home, soldier!" Here's where a veteran would probably find you, glad to see him and eager to help. Because the great majority of Americans are too grateful to those who serve to make the mistakes shown here.

Could Americans don't greet the stranger with questions if he doesn't want to talk. They don't say sorry for him, they tell him his has been hard here. (That's home where it is hard.) And they don't stare at any disability he may have.

After all, they remember that his engagement here made him an even more unaccountable, capable citizen. They make it their job to help him get back into normal civilian life. Let's all be like them!

Prepared by the War Advertising Council, Inc., in cooperation with the Office of War Information and the Recruiting and Reemployment Administration.

PUBLISHED IN COOPERATION WITH THE BAKEL, COSMETIC AND HAIRDRESS INDUSTRIES BY

The Reception Committee--
(KNOW ANYBODY HERE?)

The Grievance. He's a man who has been home for a week and is wondering a man. "Nothing's too good for the boys?" he always says. And that's exactly what he gives them. Nothing, except a big belly and empty words. Help! That's the Government's job. They've won because they've sold. "Furniture" job again!"

The Pleasant. He's practically willing to be anything. Always willing about all the things he goes through. Without the War Bonds he has to buy as though he were doing the Government a favor. This modern citizen rather than being given of them. Therefore, wonder whether we had the right people in America.

The Blatant. He's OK, but you won't stand out. "This check good material to give the details. How does it feel to be home? How does it feel to be home? The War's just one big adventure to him. But it hasn't been for the soldier. He wants to forget it - Jan. The end of it."

The Mark. He's a man. The War has affected him. Can't understand why discharged soldiers are allowed to do so before going back to their old jobs. Can't understand why they should need time to get over the War. He doesn't.

Miss Withers Johnson. Like all good people, she asks no questions, says no words, doesn't stare at disabilities. To her, a returned soldier is an able, more aggressive and successful citizen than the boy who went away. She's proud of him, glad to know him, anxious to be of real help to him. She's the kind of person we should all be.

Prepared by the War Advertising Council, Inc., in cooperation with the Office of War Information and the Recruiting and Reemployment Administration.

PUBLISHED IN COOPERATION WITH THE BAKEL, COSMETIC AND HAIRDRESS INDUSTRIES BY

LANBERT PHARMACAL CO., St. Louis, Mo.
Makers of LISTERINE ANTISEPTIC

Figura 3 – “Norman Rockwell pergunta: Um Veterano encontraria Você aqui?”;
“A Comissão de Recepção – reconhece alguém aqui?” Collier’s, 1945.

Entre o fim de 1945 e o início de 1946 as publicidades teriam substituído o destaque em necessidades materiais e comportamentos civis para a imagem do ex-combatente já retornado à “vida normal”, e a partir da metade do mesmo ano sua imagem desaparece gradualmente do meio publicitário e midiático de forma geral. O mesmo acontece com o significado da guerra e as dificuldades do fronte. Aparentemente, segundo o pesquisador Robert Saxe, o apelo a tais imagens perdiam a força como instrumento de marketing. (JONES, 2009; SAXE, 2007)

Considerações finais

O retorno dos combatentes estadunidenses da Segunda Guerra consiste num tema especial dado à aura de sucesso que se criou ao redor das legislações e esforços práticos de reintegração social, e do peso social que, não sem razão, os veteranos e suas famílias

acumularam com o tempo, peso que lhes garantiu o status de *Greatest Generation*, a “melhor/mais brilhante geração”.

É preciso refletir, contudo, sobre o fato de que um gigantesco grupo social como este muitas vezes se mostrou fraturado e com ampla variedade de perspectivas e opiniões sobre a participação civil no esforço de guerra, o treinamento e atuação dos oficiais das Forças Armadas etc.; muitos discordavam até mesmo da figura do combatente sendo construída pela mídia, e conforme a guerra chega ao fim, também começam a questionar a necessidade da guerra como um todo e da participação nacional, chegando ao pessimismo quanto aos benefícios em longo prazo da vitória. Durante pouco tempo, no imediato pós-guerra, as posições mais críticas tiveram certo espaço nos meios de comunicação pela crença de que a expressão ajudaria no reajuste social, mas com o passar do tempo elas foram sendo silenciadas, esquecidas ou forçadas a se conformar com a situação, ou seja, com a sua situação e a sua imagem midiática. (SAXE, 2007)

Apesar dessa heterogeneidade, a imagética em torno dos GIs mesclava aspectos otimistas e pessimistas, ou seja, ao mesmo tempo ansiava-se pela volta dos “heróis”, e temia-se o “maior problema social” dos próximos anos, lembrando o medo sobre a possível onda de desemprego, divórcios e crimes. A visão otimista e a imagem típica que deveria ser passada à sociedade pela mídia, segundo o VIP, mostravam-nos como meninos (dado a pouca idade da maioria deles) precocemente e rapidamente amadurecidos pela guerra, como heróis que teriam feito sacrifícios inimagináveis, mas também como pessoas normais e iguais às demais (sem posições privilegiadas), com qualidades e habilidades a oferecer à sociedade. Nesse otimismo ainda entra a ideia de que muitos teriam problemas psicológicos ou físicos, mas que com o tempo e alguns cuidados necessários, suas fadigas e injúrias de guerra seriam curadas. (HUEBNER, 2008)

Resultando, então, da soma de todos os aspectos sociais, econômicos e culturais à história que a mídia estadunidense ajudou a fazer e contar ou a ignorar, formam-se as imagens da “*Good War*” e da “*Greatest Generation*”. Fazem parte, como Robert Saxe teoriza, de um “consenso nacional de ideias” criado dentro da memória social estadunidense nos anos de 1950, consenso que previa a coletividade como sobreposta à individualidade, e previa noções de estabilidade com foco na família e nas regras tradicionais de gênero. Ambas as ideias e imagens crescem e impregnam o imaginário social estadunidense de tal forma que mesmo os abalos e a onda de críticas causados pela guerra no Vietnã não conseguiu desacreditá-las completamente.

Até hoje, assim como durante a Guerra Fria e conflitos adjacentes, a Segunda Guerra Mundial ocupa esse lugar reverenciado por consistir num ponto de referência moral e preencher a necessidade, em tempos de crise, de [aparente] união nacional mesmo com tantas diferenças e conflitos sociais. E é à construção dessa união e da prevenção a uma possível deterioração social que toda a literatura de aconselhamento do OWI e as publicidades sobre os ex-combatentes vão ao encontro.

Referências

- BACZKO, Bronislaw. “Imaginação Social”. In: **Enciclopédia Einaudi**, Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 1985. Vol 5, p. 296-330.
- FERRAZ, Francisco César Alves; RODRIGUES, Pauline Bitzer. Os Estados Unidos e as bases sociais e institucionais para o retorno dos ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial. *Diálogos* (Maringá), v. 14, n.3, 2010, p. 627-652. Disponível em: <http://www.dialogos.uem.br/index.php?journal=ojs&page=article&op=view&path%5B%5D=396&path%5B%5D=pdf_405>. Acesso em: 30/03/2010
- FRYDL, K. J. **The GI Bill**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- GREENBERG, M. **The GI Bill: The Law that Changed America**. New York: Lickle Publishing Inc, 1997.
- HARTMANN, Susan M. Prescriptions for Penelope: Literature on women’s obligations to returning World War II veterans. In: **Women’s Studies**, Great Britain: Gordon and Breach Science Publishers, 1978, v. 5, p. 223-239.
- HUEBNER, A. J. **The Warrior Image: soldiers in American culture from the Second World War to Vietnam Era**. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2008.
- JEFFRIES, J. W. **Wartime America: The World War II Home Front**. Chicago: Ivan R. Dee, 1996.
- JONES, John Bush. **All-out for Victory: Magazine advertising and the World War II home front**. New England: Brandeis University Press, 2009.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Estudos culturais: identidade política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.
- KOPPES C. R.; BLACK, G. D. What to Show the World: The Office of War Information and Hollywood, 1942-1945. **The Journal of American History**, Vol. 64, N. 1 (Jun., 1977), p. 87-105
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- ROEDER Jr., G. H. **The Censored War: American visual experience during World War Two**. Yale University Press, 1993.
- ROSE, Kenneth D. **Myth and the Greatest Generation: A Social History of Americans in World War II**. New York: Routledge, 2008.
- SAXE, Robert Francis. **Settling Down: World War II Veterans’ Challenge to the Postwar Consensus**. New York: Palgrave Macmillan, 2007.
- TERKEL, S. **“The Good War”**. New York: The New Press, 1984.
- WINKLER, Allan M. **The Politics of Propaganda: The Office of War Information, 1942-1945**. New Haven/London: Yale University Press, 1978.
- WYNN, N. A. The “Good War”: The Second World War and Postwar American Society. In: **Journal of Contemporary History**. SAGE Publications, 1996.

Análise das Agências de Publicidade e Propaganda do Vale do Itajaí como contribuição para a História da Comunicação em Santa Catarina¹

Roberta Del-Vechio²
Rafael José Bona³
Luís Henrique Beber
Nicolas Marlon Stychnicki
Nikolas Henrique Straube

Resumo: Uma agência de publicidade e propaganda é uma empresa que cria e produz conteúdos impressos, audiovisuais e digitais, com a finalidade de serem distribuídos aos veículos de comunicação, por ordem de seus clientes anunciantes. O objetivo desse trabalho foi analisar a realidade regional das agências de publicidade e propaganda do Vale do Itajaí, no estado de Santa Catarina, e como isso pode se tornar importante para a história da comunicação nesta região. O estudo se dividiu em uma abordagem teórica sobre a história da propaganda e sobre o panorama das agências de publicidade em Santa Catarina, uma pesquisa abordando oito agências da região do Vale do Itajaí e entrevistas com representantes de agências de Blumenau. Os resultados indicam que o mercado está muito competitivo e as agências buscam, a todo o custo, mostrar qualidade em seus serviços e, com isso, atender toda a demanda de trabalho.

Palavras-chave: Agências; Publicidade e Propaganda; Realidade Regional; Vale do Itajaí.

Introdução

Este trabalho se refere a uma pesquisa realizada no curso de Publicidade e Propaganda da FURB (Universidade Regional de Blumenau), tendo como objetivo um estudo sobre as Agências de Publicidade e Propaganda no contexto da Realidade Regional Catarinense e do Vale do Itajaí, em Santa Catarina.

1 Trabalho apresentado no GT de História da Publicidade e da Comunicação Institucional, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Doutoranda em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Professora da FURB e da UNIFEBE. E-mail: <rovechio@terra.com.br>.

3 Doutorando em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Professor da FURB e da UNIVALI. E-mail: <rovechio@terra.com.br>.

Segundo Pinho (1988, p. 135), “a agência de propaganda é uma entidade especializada na ciência, arte e técnica publicitárias, que estuda, concebe, executa e distribui propaganda por ordem e conta de clientes-anunciantes, aos quais não deve ser direta nem indiretamente filiada”. De acordo com Sampaio (1995), a maior função de uma agência é a criação da propaganda, a geração de ideias.

A estrutura de uma agência, segundo Pinho (1988), é formada por três setores básicos, sendo eles: o atendimento, a criação e a mídia. “Quando a agência é maior, outras áreas especializadas (como pesquisa, produção, planejamento, tráfego) ou ferramentas de comunicação (Relações Públicas, Merchandising, Promoção etc.) se fazem presentes” (PINHO, 1988, p. 140). Ainda, segundo o autor, cada setor de uma agência é formado por um determinado grupo de pessoas, que varia de acordo com o tamanho e a estrutura da agência.

Para Sampaio (1995, p. 45), “os tipos de agências de propaganda são bem diversificados. Existem desde empresas com poucos empregados e reduzidas instalações até grandes organizações multinacionais [...]”. Para Pinho (1988, p. 140), “a classificação das agências de propaganda em pequenas, médias e grandes é difícil, pois não existem limites muito precisos”. Entretanto, para Sampaio (1995), uma empresa pequena é composta pelos três setores básicos de uma agência – atendimento, criação e mídia –, tendo cada um deles um ou alguns profissionais. A agência média, por sua vez, é mais bem estruturada e conta com número maior de profissionais dispostos nos três setores básicos e em outros departamentos de apoio. Por fim, a agência grande é mais sofisticada, conta com todos os departamentos essenciais, e estes podem estar subdivididos, além dos departamentos de apoio.

A problemática para esse estudo surgiu dos seguintes questionamentos: Qual o panorama das agências de publicidade e propaganda no estado de Santa Catarina? E qual a realidade regional das agências de publicidade e propaganda no Vale do Itajaí? Qual a história da publicidade e propaganda de Santa Catarina?

Com base nesses questionamentos chegou-se ao seguinte objetivo da pesquisa: analisar e traçar um panorama geral das agências de publicidade e propaganda no estado de Santa Catarina, com foco na realidade regional do Vale do Itajaí. Com isso, temos os seguintes objetivos específicos: a) analisar o atual panorama das agências de publicidade e propaganda em Santa Catarina; b) verificar a realidade regional das agências de publicidade e propaganda no Vale do Itajaí.

Os procedimentos metodológicos se deram por quatro etapas. Na primeira etapa foi feito um levantamento bibliográfico buscando aspectos históricos sobre a propaganda no Brasil e em Santa Catarina, e conceitos sobre as agências de publicidade e propaganda e suas estruturas. Na segunda etapa foi realizado um levantamento de dados sobre o panorama das agências de publicidade e propaganda em Santa Catarina, focando a realidade regional do Vale do Itajaí. Na terceira etapa foram agendadas e realizadas entrevistas com três agências de publicidade no município de Blumenau. A quarta e

última etapa da pesquisa consistiu em organizar e tratar todos os dados coletados na primeira, segunda e terceira etapas.

Contextualização, abordagem histórica da propaganda

História da propaganda no Brasil

Segundo Ramos (1985, *apud* CARTELO BRANCO; MARTENSEN; QUEIROZ, 1990, p. 1), o primeiro anúncio no Brasil, surgiu no primeiro jornal brasileiro, o Gazeta do Rio de Janeiro, no ano de 1808. A partir desse momento, começou o desencadeamento dos “textos diminutos” das mais variadas formas. Seja para vender, comprar ou alugar todo o tipo de mercadoria, desde carroças e escravos até ingressos de festas ou atrações de circo e utilizava-se de uma linguagem direta e rudimentar.

Sobre os anúncios, Ramos (1985, *apud* CARTELO BRANCO; MARTENSEN; QUEIROZ, 1990, p. 1) afirma que “eram postos em locais públicos, variavam de oficiais, comerciais ou religiosos, destacando-se os ‘avisos de sacristia’”. Surgia, assim, o que se chama hoje de gráfica urbana, responsáveis pelas marcas nas fachadas de lojas do comércio. “O gado e os escravos eram marcados com emblemas das propriedades que pertenciam, o que se chama hoje de logotipo” (RAMOS, 1985 *apud* CARTELO BRANCO; MARTENSEN; QUEIROZ, 1990, p. 1).

História da propaganda em Santa Catarina

Em Santa Catarina, segundo Propague (s.d.), o principal artifício usado para anunciar era a própria voz. Nas décadas de 1930, 1940 e 1950, muitos comerciantes usavam garotos propaganda para fazer os anúncios de suas lojas. Essa era a forma mais comum do comércio anunciar, pois não havia outros meios mais eficazes. Carlos Alberto Silva, por exemplo, era um deles. Ele andava pelas ruas da capital, Florianópolis, junto ao seu megafone, fazendo anúncios de liquidações. Os comerciantes também utilizavam aviões teco-teco para lançar panfletos na cidade.

Propague (s.d.) comenta que os moradores da capital catarinense se reuniam frequentemente numa praça para flertar, namorar e badalar. Foi nesse local que Jânio Uriarte (conhecido como Janga), em 1950, teve a grande ideia de fazer publicidade em slides. Ele criou o OK Studio, e numa tela que ficava sobre uma marquise, exibia seus slides publicitários.

No início dos anos 1950, Propague (s.d.) relata que Luiz Fiuza Lima percebeu que o grande potencial econômico da capital era o turismo. Dessa forma, associado ao professor João Davi Ferreira Lima e ao empresário Sidney Nocetti, fundou a primeira empresa de aviação comercial do estado, a Transportes Aéreos Catarinense (TAC). “A TAC

ganhou carisma, desenvolveu a ilha como polo turístico e promoveu Santa Catarina em outros estados” (PROPAGUE, s.d., p. 45).

Os anos de 1960 foram marcados por jovens inconformados, clamando por justiça na sociedade. Foi, também, a época do Rock’n’Roll, da contracultura, da liberalização sexual e do protesto contra os valores capitalistas. Esses acontecimentos, entretanto, não causaram nenhum impacto em Santa Catarina. Nessa época, o estado vivia um grande isolamento decorrente da falta de ligação rodoviária aos grandes centros do país. (PROPAGUE, s.d., p. 50)

Propague (s.d., p. 60) descreve que “em 1970, Eloy Struwe fundou a VE Publicidade, que chegou a manter um escritório em São Paulo para atender sua principal conta: o Grupo Hansen. A agência, no entanto, não sobreviveu à perda desse cliente”. César Struwe, irmão de Eloy, comprou o espólio da VE Publicidade e transformou-a na Stalo Propaganda.

Revendida para a empresa americana Standard, ela tornou-se filial da primeira agência multinacional instalada no Estado. Posteriormente, César Struwe intermediou a venda da Standard para o Grupo Hansen e tornou a dirigir essa primeira *house* chamada JHN, que alcançou grande destaque e um alto faturamento de contas (PROPAGUE, s.d.).

Na cidade de Blumenau, segundo maior polo da indústria catarinense, conforme Propague (s.d.) relata, o negócio da publicidade e propaganda, em termos de empreendimento empresarial local, começou por meio de Wilson de Freitas Melro, fundador da SC Publicidade.

Pelos relatos históricos, a SC Publicidade, fundada por Wilson de Freitas Melro e Marcos Pereira, é considerada a primeira agência montada em Blumenau. Mas, o mercado começou realmente a ser desbravado quando Romeu Lourenção, paulistano que trabalhava como contato na Editora Abril, escolheu o Vale do Itajaí para morar. De início substituiu Freitas Melro na direção da SC Publicidade” (PROPAGUE, s.d.)

De acordo com Propague (s.d., p. 51), “Romeu Lourenção acabou fundando sua própria agência a Magna, sem nenhum concorrente, sozinho na praça. (...) Naquele tempo – conta Lourenção – os empresários de Blumenau nada sabiam sobre propaganda. Somente a Artex e a Hering tinham agência (...)”.

Outras agências talentosas como a Atual, Scriba, Direcional, Propague, Wali Publicidade e a MPM, levaram a sério o seu trabalho e tiveram grande destaque no desbravamento da publicidade e propaganda em Santa Catarina (PROPAGUE, s.d., p. 51).

Panorama das agências de P&P em Santa Catarina

O Sinapro-SC, Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina, foi criado em 28 de julho de 1981. A partir dessa data foi iniciado o processo de obtenção da “Carta Sindical”, sendo essa obtida cerca de dois anos depois, em 3 de outubro de 1983.

Segundo informações do *site* Sinapro Santa Catarina (2012), o estado contava, no ano de 2012, com 102 agências associadas, distribuídas em 7 regionais, sendo elas: a regional da Grande Florianópolis; a regional do Litoral Norte; a regional do Meio Oeste; a regional Norte; a regional Oeste; regional Sul; e a regional do Vale do Itajaí.

A distribuição das agências de propaganda no estado de Santa Catarina aponta para maior concentração delas na regional da Grande Florianópolis, com destaque principal para capital. A distribuição mantém-se equilibrada devido ao fato de tanto agências maiores quanto as agências menores trabalharem para as franquias de grandes empresas, como a OneWG que trabalhou para a franquia catarinense do Burger King (dados do *site* OneWG, 2012) e a agência Sambba que desenvolveu campanhas publicitárias para a BMW (dados do *site* Sambba, 2012), e as maiores diretamente com as grandes empresas, como a Quadra Comunicação que trabalhou diretamente com a Tigre (dados do *site* Quadra Comunicação, 2012).

O Governo do Estado e os órgãos públicos são alguns dos clientes mais comuns das agências de propaganda em Santa Catarina. O Governo é cliente direto da agência de Florianópolis OneWG e da agência Mercado também da capital (dados dos *sites* OneWG e Mercado, 2012). A Prefeitura Municipal de Blumenau, por exemplo, já realizou campanhas com a agência Free Multiagência (dados do *site* Free Multiagência, 2012). A agência Ipse, por sua vez, foi responsável pelas campanhas publicitárias da Prefeitura Municipal de Ponte Serrada e da Prefeitura Municipal de Tunápolis (dados do *site* Ipse, 2012). Outros órgãos públicos também são comuns como contratantes de agências de propaganda. Entre eles estão a Câmara Municipal de Blumenau, que foi cliente da agência Actua Comunicações (dados do *site* Actua Comunicações, 2012), além de outros órgãos públicos que também estão presentes nas listas de clientes das agências.

No cenário catarinense de agências associadas ao Sinapro-SC, encontram-se empresas que já trabalham com comunicação há mais de 20 anos. Como Sampaio (1995, p. 52) menciona, “uma agência de propaganda se estrutura essencialmente em função das três principais etapas do trabalho que presta: o atendimento/planejamento, a criação e a mídia”. Agências como a Brava Propaganda, composta por uma equipe de 30 profissionais (dados do *site* Brava Propaganda, 2012), e a Free Multiagência, composta por uma equipe de mais de 40 profissionais (dados do *site* Free Multiagência, 2012), são caracterizadas pela divisão de seus funcionários em setores de acordo com suas funções (atendimento/planejamento, criação, mídia) e o trabalho que desenvolvem (mídia impressa, sonora, *online* e audiovisual).

Porém, há também dentre as associadas ao Sinapro-SC, agências de menor porte, caracterizadas por uma equipe de 4 a 10 profissionais. Nestas agências, também se denota certa divisão hierárquica, porém quanto ao trabalho que desenvolvem, este tende a ser voltado a apenas uma das diversas mídias (informações do *site* Sinapro-SC, 2012). Existe, ainda, outro formato de agência de propaganda presente em Santa Catarina. Em-

presas como a Havan e a Rede Berlanda, criaram seu próprio departamento de mídia, também conhecido como *house-agency*. Segundo Sampaio (1995, p. 57), “quando uma agência pertence a uma empresa anunciante ou tem fortes vínculos acionários com esta, é chamada de *house-agency*”.

Para Albino e Camargos (1998, *apud* PINHO, 1998, p. 188), as empresas adotam este método, pois “elas acreditam conseguir um maior poder de barganha junto aos veículos (TV, rádio, entre outros.), já que negociarão a inserção dos anúncios de todos seus produtos simultaneamente”. Ainda, segundo Albino e Camargos, “com relação à *house-agency*, existe grande controvérsia, na medida em que se acredita que a área de circulação acabaria adotando uma postura conservadora, com pouca iniciativa e baixo comprometimento”. Fatores como estes podem ser os responsáveis pelo número pequeno de empresas que adotam este método, comparado ao grande número de empresas que contratam os serviços das agências.

Quanto ao Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina, o Sinapro-SC, este, além de representar a categoria, desenvolve a integração das agências (informações do *site* Sinapro-SC, 2012). Como exemplo, ocorreu entre os dias 28 e 30 de maio de 2012, o V Congresso Brasileiro da Indústria da Comunicação, realizado pela Abap (Associação Brasileira das Agências de Publicidade) em São Paulo, no qual o Sinapro-SC esteve presente representando os interesses das agências catarinenses.

A realidade regional

Segundo informações do *site* Sinapro Santa Catarina (2012), o estado contava no ano de 2012 com 102 agências associadas, das quais, 28 se localizam na regional do Vale do Itajaí. No quadro a seguir, é possível verificar a localização dessas agências nos municípios do Vale do Itajaí.

Quadro 1 – Agências de P&P por município no Vale do Itajaí

Município	Número de Agências de P&P
Blumenau	12
Balneário Camboriú	3
Brusque	3
Indaial	2
Itajaí	2
Jaraguá do Sul	3
Rio do Sul	1
Timbó	2

Fonte: Sinapro-SC (2012)

Ao observar a tabela, destacamos o município de Blumenau como sendo o polo principal das agências na regional do Vale do Itajaí.

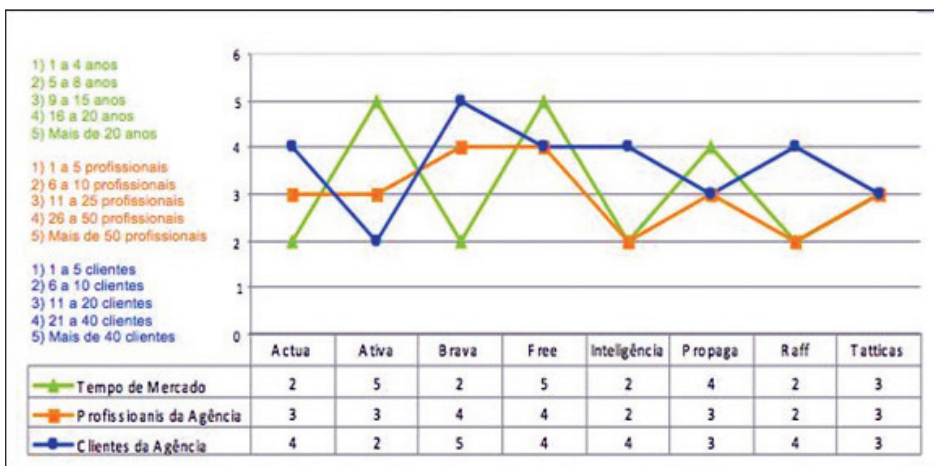
Ao levantar mais dados sobre a realidade regional das agências de publicidade e propaganda, foi feita uma pesquisa, entre os dias 25 de maio e 1º de junho de 2012, usando como base 8 agências do Vale do Itajaí associadas ao Sinapro-SC. A pesquisa se deu com: Agência 1 – Actua Comunicações (Blumenau); Agência 2 – Ativa Comunicações (Blumenau); Agência 3 – Brava Propaganda (Blumenau); Agência 4 – Free Multiagência (Blumenau); Agência 5 – Inteligência Publicidade e Propaganda (Balneário Camboriú); Agência 6 – Propaga Comunicação (Itajaí); Agência 7 – Raff Comunicação e Marketing (Brusque); Agência 8 – Táticas (Itajaí).

No princípio, foram feitos quatro questionamentos a serem respondidos: a) qual o tempo de mercado da agência; b) quais os setores presentes na agência; c) qual o número de profissionais; d) com quantos clientes a agência trabalha.

Para responder tais questionamentos, utilizou-se de duas formas de pesquisa. A primeira, por meio do envio de um e-mail padrão para todas as agências, contendo as questões. A segunda, por meio da busca das informações no *site* das respectivas agências.

Feita a coleta de dados, podemos observar no gráfico a seguir o perfil delas.

Quadro 2 – Perfil das Agências



Fonte: Os autores.

Para o tempo de mercado temos uma média de 3,1, ou seja, na faixa de 9 a 15 anos. Já para o números de profissionais a média fica em 3, ou seja, na faixa de 11 a 25 profissionais. Por fim, para o número de clientes a média fica em 3,6. Ou seja, na faixa de 20 a 25 clientes.

O mercado de agências no Vale do Itajaí é bastante novo e promissor. São poucas as agências que possuem mais de 25 anos de história. A grande maioria delas só foi criada a partir do início dos anos 2000.

Essas agências possuem em média entre 11 e 25 profissionais. As agências do Vale do Itajaí recebem, hoje, uma grande demanda de trabalho. São várias empresas, dos mais variados setores que buscam os trabalhos oferecidos por elas. Para atender toda essa demanda, é imprescindível que se tenha uma equipe de profissionais de qualidade. Percebemos que, muitas vezes, não é preciso ter uma equipe enorme para conseguir um resultado final positivo. Na maioria das vezes, uma equipe pequena, formada por bons profissionais, já é o suficiente para fazer grandes trabalhos (*jobs*).

O número de clientes que cada agência possui é bastante alto, na faixa de 20 a 25 clientes. Isso mostra que o mercado está muito interessado no trabalho delas, e estas, por sua vez, sabem que quanto mais clientes captarem, mais retorno financeiro terão. Porém, com tantos clientes é preciso ter uma boa equipe de profissionais que possam dar conta de toda a demanda de trabalho, sem deixar de lado a qualidade do resultado final.

O quadro a seguir mostra a estruturação das agências pesquisadas:

Quadro 3 – Setores das Agências de P&P

Agência	Setores
Actua Comunicações	Atendimento/Planejamento, Criação/Produção (Redação, Direção de Arte, Produção Gráfica) e Mídia
Ativa Comunicações	Atendimento/Planejamento, Criação/Produção (Redação, Direção de Arte e Web), Mídia e Administração/Finanças
Brava Propaganda	Atendimento/Planejamento, Criação/Produção (Redação, Direção de Arte, Produção Gráfica e Arte Final), Mídia, Administração/Finanças, Eventos e Promo
Free Multiagência	Atendimento/Planejamento, Criação/Produção (Redação, Direção de Arte, Direção de Web, Arte Final, Webdesigner), Mídia, Administração/Finanças e Marketing Promocional
Inteligência Publicidade e Propaganda	Atendimento/Planejamento, Criação/Produção (Redação, Produção Eletrônica, Produção Externa, Produção Impressa), Mídia e Administração/Finanças
Propaga Comunicação	Atendimento/Planejamento, Criação/Produção (Redação, Direção de Arte), Mídia (Mídias Sociais) e Administração/Finanças
Raff Comunicação e Marketing	Atendimento/Planejamento, Criação/Produção (Finalização, Web Interativa), Mídia e Administração/Finanças
Táticas	Atendimento/Planejamento, Criação/Produção e Mídia

Fonte: Os autores

Foi possível observar que todas as agências pesquisadas possuem os setores Básicos bem estruturados. Todas apresentam O Atendimento/Planejamento, a Criação/Produção e Mídia. Algumas contam com departamentos auxiliares, como o Administração/Finanças, Marketing Promocional, Eventos e Promo.

Destacamos das oito agências pesquisadas, a Free Multiagência, a maior da região do Vale do Itajaí. Ela possui quase 30 anos de mercado e conta com mais de 40 profissionais, que prestam serviços de: planejamento, mídia, propaganda, *branding*, *design*, ponto de venda, *endomarketing*, eventos, marketing de relacionamento, marketing direto, ações promocionais, projetos digitais e pesquisa.

Considerações finais

Santa Catarina possui, atualmente, mais de 100 agências associadas ao Sinapro-SC. A capital Florianópolis é o grande destaque do estado, contendo as principais e mais importantes agências. O Vale do Itajaí contava, em 2012, com 28 agências associadas ao Sinapro-SC. O destaque fica por conta de Blumenau. A regional possui agências com mais de 20 anos de história e outras que entraram no mercado há poucos anos. Fato importante a destacar é que todas as agências pesquisadas possuem seus setores básicos muito bem estruturados. Algumas agências, inclusive, apresentam departamentos auxiliares e muitas estão investindo em setores ligados à internet.

Nas entrevistas identificou-se que a televisão continua sendo o veículo de comunicação que mais gera retorno e, é por isso, que a grande maioria das campanhas é voltada para essa mídia. Porém, a internet, junto com as mídias virtuais, vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. Os clientes, que buscam os serviços de uma agência, passaram a se interessar por esse novo formato de comunicação e descobriram ali um poderoso meio de se gerar lucros. As agências, por sua vez, tiveram que se adaptar a essa nova realidade.

Outro ponto de destaque citado pelos entrevistados foi com relação aos novos profissionais. O número de jovens que se formam na área só cresce. Com mais profissionais, maior é a competitividade. Dos egressos das universidades, só vão se destacar aqueles que tiverem a melhor formação e muito talento. E são esses profissionais que as agências buscam hoje.

Pode-se considerar, portanto, que o estudo nos permitiu atender ao nosso objetivo geral e a todos os objetivos específicos. De forma geral, a pesquisa desenvolvida foi positiva e norteadora. Essas informações apresentadas contribuem para a história da comunicação no estado de Santa Catarina. Recomenda-se para futuros estudos a atualização dos dados da pesquisa visto que, no mundo empresarial e da comunicação, empresas novas sempre surgem com perfis diferentes e inovadores.

Referências

ACTUA COMUNICAÇÃO. **Agência**. Disponível em: <<http://www.actuacomunicacao.com.br/novo/agencia>>. Acesso em 01 jun. 2012.

CAMARGOS, S. P.; ALBINO, J. C. A. Adequação entre ambiente-tarefa, clima e motivação, um estudo do setor de publicidade mineiro. In: PINHO, J. B. (org.). **Trajatória e Questões Contemporâneas da Publicidade Brasileira**. São Paulo: Intercom, 1998. p. 187-206.

FREE ART. **Agência**. Disponível em: <http://www.free.art.br/agencia>>. Acesso em 01 jun. 2012.

PINHO, J. B. **Comunicação em marketing**: tipos, técnicas e princípios. Campinas: Papyrus, 1988.

PROPAGA. **Propaga, uma agência que se envolve e resolve**. Disponível em: <<http://www.propaga.com/site/agencia>>. Acesso em 01 jun. 2012.

PROPAGUE. **Propague: 25 anos de história da propaganda de Santa Catarina**. s.n.t.

RAFF COM. **Sua próxima agência**. Disponível em: <<http://www.raffcom.com.br/agencia.php>>. Acesso em 01 jun. 2012.

RAMOS, Ricardo. Do reclame a comunicação: pequena história da propaganda no Brasil. In: CARTELO BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo Lima; QUEIROZ, Fernando Reis. **História da propaganda no Brasil**. São Paulo: Instituto Brasileiro de Altos Estudos de Comunicação (Ibraco), 1990.

RAMOS, Ricardo; MARCONDES, Pyr. **200 Anos de Propaganda no Brasil**: do reclame ao cyber-anúncio. São Paulo: Meio & Mensagem, 1995.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

SINAPRO-SC. **V Congresso Redige Carta de Conclusão**. Disponível em: <<http://www.sinaprosc.com.br/noticias/detalhe/3492:v-congresso-redige-carta-de-conclusao>>. Acesso em: 09 jun. 2012.

SINAPRO-SC. **Associadas**. Disponível em: <<http://www.sinaprosc.com.br/associadas>>. Acesso em 25 mai. 2012.

SINAPRO-SC. **Mercados Regionais Apóiam mais Auditorias de Circulação**. Disponível em: <<http://www.sinaprosc.com.br/noticias/detalhe/3482:mercados-regionais-apoiam-mais-auditorias-de-circulacao>>. Acesso em 09 jun. 2012.

O poder da comunicação: a atividade de relações públicas a serviço da ditadura civil-militar¹

Alana Nogueira Volpato²
Fernanda Targa Messias³

Resumo: Este artigo tem como recorte a análise da utilização das relações públicas como instrumento para a legitimação das ações da ditadura civil-militar que se iniciou a partir de 1964 com o golpe. Mais do que isso, ressaltamos o poder da comunicação para alavancar o discurso do regime a partir da criação de diferentes órgãos como a AERP e a Secom, que fizeram da comunicação instrumento para corromper a opinião pública. Reconhecemos neste artigo, as relações públicas como um fenômeno social que é capaz de causar impacto nos diversos subsistemas da sociedade, sobretudo o político e o econômico. Embora com tais características, enfatizamos aqui a não neutralidade da atividade e a sua função persuasiva.

Palavras-chave: Relações Públicas; Golpe de 1964; Ditadura civil-militar.

Introdução

Relações Públicas é uma atividade que possui forte potencial democrático, já que a partir de seu caráter político pode servir para o estabelecimento do diálogo, trabalhar na busca de um consenso e ainda, é capaz de dar voz aos diferentes grupos e movimentos. Sua função deveria ser a de propiciar espaços onde a sociedade civil pudesse se reunir para discutir, questionar e refletir sobre questões de seu interesse. Entretanto, historicamente, as relações públicas optaram por outros caminhos, aqueles que legitimam as prerrogativas das classes burguesas e dominantes, ignorando o seu grande po-

1 Trabalho apresentado ao GT História da Publicidade e da Comunicação Institucional.

2 Mestranda do Curso de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Cursando especialização em Comunicação Popular e Comunitária (UEL). Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas pela mesma Universidade, e-mail: <alanavolpato@gmail.com>.

3 Pós-graduanda do curso de especialização em Comunicação Popular e Comunitária pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas pela mesma Universidade, e-mail: <fernandatmessias@hotmail.com>.

tencial, amplitude e a sua eficácia se fosse direcionada a atender as concretas demandas populares.

Existem dissonâncias quanto a real determinação do local de surgimento da atividade e sua afirmação como prática profissional. Embora a maioria dos autores reconheça os Estados Unidos como proponente da atividade, algumas correntes defendem seu surgimento na Europa (VAN RULER; VERCIC, 2003). Divido à grande influência da perspectiva estadunidense na compreensão das Relações Públicas no Brasil, iremos contextualizar a história da profissão a partir daquele país.

Com o crescimento da industrialização norte-americana, sobretudo após sua Guerra Civil, técnicas mais modernas de gestão e produção começaram a ser implantadas, visando o aumento da produção e uma maior especialização da mão de obra. Esses novos modelos de produção como o taylorismo e o fordismo geraram insatisfação dos trabalhadores diante dos baixos salários. Segundo Pinho (2008), o taylorismo, por exemplo, não passou de uma estratégia de dominação, a fim de construir um trabalhador dócil, alienado e individualista. “Tal método destituía o trabalhador daquilo que lhe era mais caro: seu conhecimento e habilidade profissional, fazendo-o perder o controle técnico do processo de produção.” (PINHO, 2008, p. 28).

A situação se intensificou com o fim da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), já que muitas firmas faliram e aumentou o monopólio das grandes corporações, refletindo em condições ainda mais precárias aos trabalhadores. Neste momento, os sindicatos foram ganhando mais e mais adeptos que estavam insatisfeitos com a situação. Juntos promoveram diversas greves pelo país lutando pela redução da jornada de trabalho, melhores salários e condições. As reações dos patrões às paralizações foram violentas e sangrentas, e acabaram desmantelando a imagem viril destes capitalistas.

A atividade de relações públicas surgiu nesse contexto de luta de classes com o objetivo de amenizar a insatisfação dos trabalhadores e tornar a opinião pública favorável aos interesses das corporações. De modo mais claro, as relações públicas surgiram para manipular, ofuscar e tornar a opinião pública passiva às diferenças de classe. Nesse momento, se dedicavam a minar a consciência de classe.

No Brasil a atividade de relações públicas também despontou com a industrialização, mas só se consolidou nos anos de 1940 com Getúlio Vargas que utilizou técnicas de comunicação, sobretudo relações públicas e propaganda, para propagar uma imagem paternalista e reforçar seus ideais. Segundo Lairé, Seves e Miani (2010, p. 1855), a área se origina:

[...] em momentos de conflitos, de tensão, de greves e pressão entre operários e a classe dominante. Suas primeiras atuações foram utilizadas para amenizar a insatisfação popular numa tentativa de ofuscar o antagonismo de classes. Através de trabalhos assistenciais e de construção de imagem, as Relações Públicas buscaram minimizar a insatisfação do público perante as ativida-

des empresariais, trazendo o conceito de harmonização social como forma de manutenção do *status quo*, minimizando conflitos e antecipando informações para garantir que o sistema continuasse em funcionamento pleno.

A partir da década de 1960 a utilização das relações públicas para a construção de imagens favoráveis aos ideais privados se acentua ainda mais no Brasil. Os militares fazem dela, instrumento para a tomada de poder em 1964.

O Golpe de 1964 e o poder da comunicação

O governo de João Goulart (1961-1964), embora controverso em alguns momentos, foi capaz de amedrontar as classes burguesas – sobretudo dos setores militares e empresariais, que se sentiram ameaçados pelas reformas sociais e políticas que se mostravam eminentes. As elites e as classes dominantes enxergavam o acirramento da luta ideológica de classes e a maior politização dos trabalhadores, estudantes, camponeses e soldados como a instauração da anarquia e da baderna no país. Entretanto, segundo Toledo (2004), setores da esquerda concordam que o período de governo de Jango representa um dos mais significativos para a luta de classes e parafraseia Florestan Fernandes (1980 *apud* TOLEDO, 2004, p. 14):

O que se procurava impedir era a transição de uma democracia restrita para uma democracia de participação ampliada... que ameaçava o início da consolidação de um regime democrático-burguês, no qual vários setores das classes trabalhadoras (mesmo de massas populares mais ou menos marginalizadas, no campo e na cidade) contavam com crescente espaço político.

Nos anos que antecederam o golpe, era possível notar o desenvolvimento do país em diversos aspectos, sobretudo naqueles que diziam respeito à politização das classes oprimidas. O Brasil estava se tornando verdadeiramente inteligente. Diante dessa ameaça, eram necessários argumentos que legitimassem um golpe capaz de frear essa democracia política que se construía, e reprimir as reformas sociais e políticas do governo.

O Golpe de 1964 foi chamado, por seus vitoriosos, de revolução, se legitimou e justificou-se como a conclamação aos anseios da nação brasileira, já que foi a “solução” encontrada para a “crise política” da época. Vale frisar que, embora idealizado pelos militares, tanto o Golpe de 64 quando a ditadura que se constituiu em seguida teve sustentação por setores da sociedade civil, como os empresários e a própria Igreja Católica.

O regime militar que se instaurou após o golpe se estruturou sob um discurso autoritário e coercitivo, mas, ao mesmo tempo, se caracterizava como revolucionário já que se autolegitimava como representante das aspirações populares. Nesse sentido, He-loiza Matos (2008, p. 171) afirma que “a estruturação do discurso do regime militar autoritário [...], se deu pelo aprofundamento da oposição entre ordem e caos, tanto

para desqualificar o governo deposto como para legitimar o golpe como instrumento restaurador da ordem”.

O governo militar é marcado pelos múltiplos investimentos em tecnologia, sobretudo nas telecomunicações, estratégia essa que tornou possível a difusão de seu discurso. Conforme explicação de Antoun (2004) a partir do pensamento marxista, as tecnologias são meios de produção apropriados pela burguesia que possibilitam novas formas maximizar o ganho a partir da exploração do trabalho. Da mesma forma, é possível afirmar que as estratégias de comunicação desenvolvidas pelo regime são extensões desses mecanismos de exploração e controle social.

A comunicação, em suas mais diferentes vertentes, possibilitou a construção da imagem de um Brasil que transitava de um país atrasado e debilitado rumo ao franco desenvolvimento econômico e social; literalmente “uma país que vai para frente”, um dos slogans criados pelo regime. Na realidade, o Brasil que no início da década de 1960 se mostrava mais politizado, regrediu à massa de manobra, dessa vez de um regime autoritário e repressor.

O poder, inerente à comunicação é tão absoluto quanto o de uma arma. Ela – a comunicação – é propulsora da ação coletiva na medida em que seus meios têm a capacidade de transformar as formas de cooperação das pessoas e a maneira como elas mesmas se reconhecem. Assim como a comunicação, ao reconhecer a opinião pública como uma poderosa força capaz de desbancar governos, a comunicação torna-se instrumento, no mundo capitalista, para comprar, corromper e dividir a opinião pública.

A materialização deste poder durante a ditadura civil-militar é percebida em diferentes momentos, mas legitimada e institucionalizada com a criação de diferentes organismos. Especificamente, as relações públicas estiveram presentes de forma bastante consistente nesse cenário.

As Relações Públicas durante a ditadura civil-militar

Assim como em seu surgimento, no conflito entre patrões e operários, as Relações Públicas no Brasil carregam ainda hoje o estigma adquirido durante os anos do governo militar. Estigma esse caracterizado pelo desenvolvimento da atividade institucionalizada já no início da ditadura, como mostram diversos autores da área, ou mesmo por atividades de propaganda política desenvolvidas no âmbito de departamentos e órgãos que carregavam o nome da profissão, sem ser fiel às suas competências.

É necessário expor, brevemente, o que se entende por Relações Públicas para criticar a adequação das atividades aos nomes dos departamentos que as desenvolveram e, ainda, para compreender de que forma a profissão foi influenciada por esse período. A compreensão de que RPs são uma forma de conquistar a cooperação dos públicos em favor dos objetivos da organização representada foi um paradigma da área por muito tempo. Para Vieira (2002), a tática desempenhada pelas Relações Públicas foi a de “for-

mação” da opinião pública, e a estratégia seria o objetivo final de legitimar o poder de decisão organizacional.

Uma das definições clássicas da área foi definida pela Associação Brasileira de Relações Públicas – ABRP (1955), que a definem como “a atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada”.

A função das Relações Públicas é planejar, criar e controlar canais ou espaços de comunicação entre uma organização e seus públicos. De fato, sabe-se que a construção de relacionamentos depende da comunicação e que esta depende de uma série de fatores para acontecer. Por exemplo, a liberdade de informação, de expressão, a qualidade dos canais ou dos eventos define se esse relacionamento será benéfico para os dois lados ou só para um. Sendo assim, a atividade pode oscilar em um espectro de total liberdade para todos os envolvidos e, assim, cumprir seu papel; ou partir de um contexto de imposição, censura e convencimento, arquitetando uma opinião pública favorável que legitime a organização.

Certamente essa seria a única possibilidade dentro do governo militar no Brasil. A atividade, que começava a se desenvolver e ter articuladores, é atropelada pelas mudanças políticas do país na época do golpe militar de 1964. Para ilustrar o momento, vale mostrar que a primeira associação de RP, a ABRP, havia sido criada na década de 50 para unir esforços e planejar atividades de formação.

Pouco depois, em 1965, alguns membros da ABRP (entre eles o presidente do conselho nacional, Ney Peixoto do Vale) propõem a regulamentação da profissão. Com o regime militar e a vontade de se controlar tudo que diz respeito à comunicação, a lei é aprovada rapidamente. Kusch (1997, p. 22) explica que

[...] a década de 1960 é assinalada pela emissão da lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que, regulamentada em 26 de setembro de 1968 e aprovada no mesmo dia pelo decreto-lei nº 63.283, tornou a atividade privativa dos bacharéis de comunicação social com habilitação em relações públicas. Trata-se, sem dúvida, do fato mais marcante da década, comemorado na época por seu pioneirismo, pois o Brasil foi o primeiro país do mundo a tomar tal iniciativa. Mas esta, como logo seria dado a perceber, acabou se constituindo em sério obstáculo para o crescimento e consolidação da área.

A autora explica que a lei foi prematura. Regulamentou-se a profissão antes que a atividade tivesse o devido reconhecimento da sociedade ou do meio acadêmico. Duarte (2011) afirma que nessa década as práticas de “Relações Públicas” se desenvolveram de forma privilegiada, já que os militares usaram essa expressão para referir-se a outras atividades da comunicação. Dessa forma, o primeiro contato da maior parte do país com as Relações Públicas aconteceria pela experiência da Assessoria Especial de Relações Públicas – AERP, distorcendo sua função ideal.

Criada durante o governo de Costa e Silva, em 15 de janeiro de 1968, A AERP tinha como objetivo construir uma imagem positiva do governo e dos governantes frente à opinião pública. Paula e Abreu (2007) mostram que, internamente, a assessoria deveria motivar a cooperação em prol do desenvolvimento nacional e, externamente, mostrar a realidade brasileira.

É durante o governo Médici que a AERP se torna mais efetiva e, conseqüentemente, mais conhecida. Foram criados departamentos e manuais sobre Relações Públicas. Sequeira e Rocha (2004) afirmam que a Assessoria era responsável por determinar quais informações iriam circular, de que forma, com que objetivo. A reativação do órgão no governo Médici foi fundamental para centralizar a comunicação do regime militar, fazendo com que as mensagens do governo fossem consonantes e impedindo que mensagens díspares atingissem de alguma forma a imagem dos governantes.

O principal meio utilizado para as propaganda políticas criadas é a televisão que, segundo Sequeira e Rocha (2004), alcança o número de sete milhões de aparelhos. As peças veiculadas tratam, principalmente, das melhores obras e resultados do governo, voltando para o aspecto econômico. A imagem construída do presidente é fraterna, popular. Misturou-se às notícias sobre a Copa do Mundo de futebol. Além de insistir em mostrar o crescimento de 10% ao ano da economia, a propaganda trazia o caráter nacionalista que convidava o cidadão a construir o país.

O governo seguinte, de Ernesto Geisel, desativa a AERP por considerara o gasto com comunicação descartável, além de afirmar que a assessoria era uma característica de governos autoritários. Em 1975 a AERP é extinta e, no ano seguinte, substituída pela Assessoria de Imprensa e Relações Públicas – Airp, que coordenava a comunicação do poder executivo. Ainda no mesmo ano, esta última é desmembrada e transformada em Assessoria de Imprensa e Assessoria de Relações Públicas – ARP.

Tantas mudanças foram feitas na tentativa de evitar a comparação entre as assessorias de comunicação do governo então no poder, com o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, do governo Getúlio Vargas. Outra preocupação era a de não exaltar os líderes militares nas propagandas, o que também lembraria regimes autoritários. As propagandas eram sempre ufanistas, otimistas e apelavam para a emoção.

Peruzzo (1986) explica que a ARP foi criada para atuar em três segmentos diferentes. O primeiro da educação informal, preparando a população com conhecimento básico sobre saúde, educação, higiene, promovendo melhores condições de vida e, assim, força de trabalho. O segundo, o caráter nacionalista que deveria motivar o povo brasileiro a agir pelo desenvolvimento. E, por último, a colaboração da comunicação para o desenvolvimento.

Fica claro, portanto, que nestes períodos busca-se a sintonia entre população e governo. Governos que impuseram por vias não democráticas para preservar as condições favoráveis à acumulação capitalista, utilizando todos os meios

disponíveis para neutralizar a ação daqueles que não consentiam. Utilizaram-se também as Relações Públicas na busca do consenso, da legitimidade para um regime descolado das reais necessidades e interesses da maioria da população. (PERUZZO, 1986, p. 118)

O governo já enfrentava a insatisfação da população a algum tempo e a pressão era cada vez maior. Em uma tentativa de manter alguma aprovação e se manter no poder, o regime militar começa a tolerar alguma abertura e, no governo de João Batista Figueiredo, em 1979, é criada a Secretaria de Comunicação da Presidência da República – Secom, que até hoje é o órgão que reúne as ações de comunicação.

A Secom foi criada com status de ministério e teve seu propósito divulgado em um documento chamado “Bases para uma Política de Comunicação Social no Governo João Batista Figueiredo”, que dizia:

[...] o povo tem o direito de saber o que fazem seus mandatários, por que o fazem, que ônus e benefícios decorrerão de cada caso de ação da autoridade. (...) os comunicadores sociais do governo tem o dever de motivar e conscientizar o público para obter sua participação voluntária na solução dos problemas nacionais ou mesmo locais (...) a eficácia da decisão política depende da compreensão do povo e de sua aceitação. (FARO *apud* PEROSA, 1995).

Se o regime militar buscava uma mudança, creditava agora sua esperança de continuar no poder na mística popular. Na aceitação de um líder carismático, que inspirasse entusiasmo e fé. Felizmente, não houve estratégia de comunicação suficiente que pudessem conter os ânimos da população que clamava por um regime democrático.

Considerações finais

Percebe-se que a ditadura civil-militar que teve início em 1964 usou todos os recursos de comunicação possíveis, dentro dos limites impostos por si mesmo, para que continuasse no poder com a colaboração e cumplicidade da população. Também é possível notar que as Relações Públicas, indiscutivelmente, surgiram em seu contexto inicial e se desenvolveram no Brasil representando os interesses de quem dominava, e não de quem era oprimido.

Dentro do exposto, fica claro que foram arquitetadas propagandas políticas e ideológicas visando à manutenção da ditadura militar, levando em consideração as aspirações do povo brasileiro, o medo instaurado e o cenário econômico. Os órgãos de comunicação, chamados de assessorias de Relações Públicas com as devidas mudanças de nomenclatura de um mandato para outro, foram criados a fim de conduzir a opinião pública, conter subversões e esconder muito do que se passava no Brasil. Na tentativa de ocultar essas ações, as assessorias eram criadas e recriadas, tentando desligar-se da anterior.

No entanto, deve-se considerar que a teoria de Relações Públicas não se enquadra tão bem nas funções da AERP, Airp e Secom quanto, por exemplo, a propaganda. Todos os autores citados anteriormente se referem à propaganda política para explicar as práticas desses órgãos. Embora se tenha trabalhado com a opinião pública, as questões levantadas por ele não foram trabalhadas pela construção de relacionamentos, ou por sua tentativa. Essa suposição é romântica, sobretudo no cenário em questão. Mas é feita para se pensar no estigma das Relações Públicas criado nesse momento político do país.

Cinquenta anos após o golpe militar, as RPs ainda lidam, interna e externamente, com as concepções criadas e adotadas com as assessorias. Essa confusão existe na sociedade, que considera Relações Públicas a atividade de criar e vender imagens organizacionais ao público, independente da realidade que deveria basear essa imagem. O mesmo equívoco parece ser cometido pelas estudantes, profissionais e autores da área que, às vezes, afirmam ser essa a época em que a profissão mais se desenvolveu no país. O estigma foi criado, aceito, adotado. A conduta de Relações Públicas nunca poderá efetivar-se, realmente, se as intenções da organização forem anteriores à opinião pública. Muito menos se perdurarem. A relação entre organização e público precisa ser mútua para que seja justa. É preciso aprender com a história.

Referências

ABREU, Alzira Alves de; PAULA, Christiane Jalles de. **Dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

ABRP. **Definição oficial de Relações Públicas**. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/historia/parte_13.htm>. Acesso: 18 jan. 2014.

ANTOUN, Henrique. O poder da comunicação e o jogo das parcerias na cibercultura. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 2, p. 67-82.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa no Brasil**, 2011. Disponível em: <http://twilshare.com/uploads/Assessoria_de_Imprensa_no_Brasil_2011.pdf>. Acesso em: 11 fev 2014.

KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas e Modernidade**: novos paradigmas da Comunicação Organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

LAIRÉ, Lorène Munique; SEVES, Natália Cabau; MIANI, Rozinaldo Antônio. As Relações Públicas apropriadas pelos movimentos sociais e populares. In: Seminário Internacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia, 1., 2010, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: NPMS, 2010. p. 1853-1869.

MATOS, Heloiza. Governo Médici: discurso oculto na comunicação institucional – o caso AERP. In: MOURA, Claudia Peixoto de. **História das relações públicas**: fragmentos da memória de uma área. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

PEROSA, Lilian Maria F. de Lima. **A hora do clique**: análise do programa de rádio a voz do Brasil da velha à nova república. São Paulo: ANNABLUME, 1995.

PERUZZO, Cecília M. K. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.

PINHO, José Afonso. O contexto histórico do nascimento das Relações Públicas. In: MOURA, Claudia Peixoto de. **História das relações públicas**: fragmentos da memória de uma área. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SEQUEIRA, C. M.; ROCHA, L. V. **O papel da mídia durante o processo de construção da hegemonia pela ditadura militar** – uma visão gramscianiana. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2004. Porto Alegre. Anais. São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.

TOLEDO, Caio Navarro. Brasil: do ensaio ao golpe (1954-1964). **Revista Brasileira de História**, v. 24, n. 47, p. 13-28.

VAN RULER, Betteke; VERCIC, Dejan. **Perspectivas europeias das relações públicas**. Tradução de John Franklin Arce. *Comunicação & Sociedade*, v. 24, n. 39, p. 155-172, 2003.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações públicas**: opção pelo cidadão. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

Corpo e propaganda: “Soutien¹ Poème – De Millus” (1963) e “Soutien Volisère Warner’s” (1973) na revista *Capricho*²

Taveira Marcela Cordeiro³

Resumo: Abordaremos o momento histórico que acreditamos ser a ruptura na forma de se expor o corpo feminino na revista *Capricho* (fundada em 1952 pela Editora Abril), entre as décadas de 1960 e 1970. A revista criou e ajudou a divulgar uma forma de – mulher moderna –, com ideias impulsionados pela indústria da beleza com um discurso de saúde, beleza e modernidade. Para isso, usaremos duas propagandas de marcas de sutiãs que aparece de forma recorrente nas revistas – Soutien Poème – De Millus – (1963) e – Soutien Volisère Warner’s (1973). Além de, a mulher se torna um público específico que consome os produtos veículos nas revistas, relacionado ao seu cotidiano como: moda, higiene, cremes, pasta dental, beleza que envolve as práticas de embelezamento e assim, uma difusão dos cuidados estéticos.

Palavras-chave: Revista *Capricho*; Publicidade; Corpo

Introdução

No Brasil, durante os anos de 1950, os veículos de comunicação de massa começam a se fazer presentes em larga escala na vida cotidiana, agindo diretamente na produção de saberes, valores e comportamentos que são apropriados pelos indivíduos. Os veículos midiáticos desempenham um papel de importante influência nos seus leitores.

A beleza feminina não é mais um privilégio da natureza reservado a um pequeno número de mulheres, mas um trabalho de autoapropriação e de autocriação, uma conquista individual. É inegavelmente que a imprensa exerce uma relação de poder de normalização das ‘massas’, paralelamente, a mídia tende a ‘aconselhar’, ‘incitar’ a prática de

1 Grafia do período.

2 Trabalho apresentado no GT de História da Publicidade e da Comunicação Institucional, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

3 Graduada em História pela Universidade Estadual de Londrina e é aluna de mestrado pelo Programa de História Social da Universidade Estadual de Londrina – sob orientação do Prof. Dr. André Luiz Joaquinho. E-mail: <marcela_tcordeiro@hotmail.com>.

valorização da individualidade e da personalidade por meio dos discursos e publicidade presente na revista.

A partir dos anos 1960 a mulher ‘moderna’ ficou mais descontraída, pois tirou aquela rigidez na representação do seu corpo e os modos de se comportar. Isso não significa que o estereótipo de mulher – dona de casa tenha acabado, mas outras possibilidades começam a fazer parte do seu cotidiano, como podemos ver

[...] a mulher já havia sido introduzida na sociedade de consumo. As revistas femininas trazem cada vez mais anúncios, a atestar a capacidade compradora do público. Mais páginas a cores, mais ‘reportagens’ de moda, matérias ensinando a comprar melhor eletrodomésticos, etc. O projeto editorial de cada veículo dirigido às mulheres tem em vista o consumo, em primeiro lugar. Contos, culinária, psicologia, conselhos de beleza não são escolhidos por si, tudo o que vai dentro de uma revista ou está ligado diretamente a um produto (moda e maquiagem, por exemplo), ou serve de atrativo para que a revista seja comprada e com isso divulgue a publicidade nela contida (BUIIONI, 1981, p. 92).

Não queremos dizer que as leitoras vão receber tudo passivamente, mas atribuindo sentido conforme sua ‘realidade’.

O tema, a ‘vida moderna’ e a ‘mulher moderna’ faziam parte dos anúncios da revista *Capricho* (na própria capa ‘Revista Mensal da Mulher Moderna’), além disso, nas décadas de 1950 e 1960 os bens de consumo ligados à imagem do novo, eram oferecidos tanto para os homens tanto para as mulheres, sobretudo:

A guerra terminará algum tempo e o consumo crescente de bens não duráveis exigia mais espaço para seus anúncios e conseqüentemente, mais espaço para a mulher, consumidora potencial (BUIIONI, 1981, p. 76).

E mais “a americanização da publicidade brasileira tem um papel fundamental na difusão dos padrões de consumo moderno e dos novos estilos de vida”, (MELLO & NOVAIS, 1998, p. 641). A revista *Capricho* explorava o potencial de seu público, ao oferecer uma variedade de seções.

Abordaremos o momento histórico que acreditamos ser a ruptura na forma de se expor o corpo feminino na revista *Capricho*, entre as décadas de 1960 e 1970. A revista criou e ajudou a divulgar uma forma de – mulher moderna –, com ideias impulsionados pela indústria da beleza com um discurso de saúde, beleza e modernidade. Para isso, usaremos duas propagandas de marcas de sutiãs que aparece de forma recorrente nas revistas “Soutien Poème – De Millus” (1963) e “Soutien Valisère Warner’s” (1973).

Revista Capricho e a imprensa feminina

A imprensa feminina no Brasil começou no século XIX especialmente com a vinda da corte, assim exigindo mais a participação da mulher na corte, segundo Dulcília Helena Schroeder Buitoni

Dentro desse contexto, a moda assumiu grande importância para a mulher que morava nas cidades, ainda mais se fosse na Corte. As tendências europeias eram copiadas e aí entra o fator imprensa, primeiro com a importação de figurinos vindos de fora e depois com a publicação, aqui, de jornais e revistas que reproduziam gravuras de moda (BUITONI, 1981, p. 12).

Basicamente as publicações contavam com moda e literatura e eram voltadas para as mulheres da aristocracia.

A autora faz um panorama de referências de revistas e jornais e assim trabalha com dois centros que são considerados principais, São Paulo e Rio de Janeiro. A partir das pesquisas bibliográficas feitas por ela, pode-se dizer que o primeiro periódico feminino brasileiro tenha sido *O espelho Diamantino* de 1827, no qual era discutido o que já ressaltamos logo acima.

Nos anos 1910 surge um veículo dirigido especialmente às mulheres a *Revista Feminina* fundada por Virgínia de Souza Salles, aqui, era discutido o direito das mulheres, como o voto. Em 1920 segundo Dulcília Buitoni a uma maior influência arte europeia, e têm-se mais revistas sendo lançadas como: *Vida Doméstica* em 1929. Na década de 1930 a mulher conquista o direito ao voto, e na década 1940 o jornalismo norte-americano se expande, como por exemplo, – as agências mandavam material que era traduzido e raramente adaptado. Texto vinha assinado por nomes estrangeiros; fotos também – (BUITONI, 1981, p. 73).

Em 1950 e 1960 as revistas femininas foram adquirindo contornos mais industrializados e, por conseguinte seguindo as metas empresariais. Na

[...] década de 1950 marca o início de um desenvolvimento maior na industrialização da imprensa brasileira, que se refletiu com mais intensidade nas revistas, pois entravam em fase de produção industrial, principalmente as femininas [...] foi indispensável – transformar a seção feminina em suplemento foi uma necessidade criada pela urbanização crescente e também pela concorrência (BUITONI, 1981, p. 84-85).

A autora está se referindo nessa última parte sobre a necessidade que tanto as revistas ou os jornais que não abarcava conteúdos femininos tiveram que abrir um espaço para dedicar a esses assuntos, pois o contexto pedia.

A revista *Capricho* começou a ser veiculada a partir de 18 de junho de 1952, pela Editora Abril que foi fundado em 1950 por Victor Civita⁴, era uma revista quinzenal, com fotonovelas que são histórias de amor desenhadas em quadrinhos, – esse também foi um dos trunfos da nova revista: apresentar histórias completas, quando as correntes se limitavam a publicar em capítulos – (BUITONI, 1981, p. 86). Segundo Raquel de Barros Pinto Miguel:

O lançamento da *Capricho* contou com uma grande campanha publicitária, com investimento em *jingles* e *slogans* no rádio, jornais e em outras revistas. De uma maneira mais ostensiva, a campanha publicitária lançou mão ainda de enviar, a um certo número de pessoas selecionadas na lista de endereços, uma revista e uma carta, que continha o seguinte texto: “[...] Rica leitura para o lar, presente magnífico para a mãe, para a esposa e para a filha. [...] É que *Capricho* é a revista ideal para a mulher. Primorosamente impressa apresenta em cada número uma fotonovela completa, contos românticos, conselhos de beleza e modas, além de uma enorme variedade e temas de grande interesse feminino”. (MIGUEL, 2009, p. 100-101).

Como podemos ver, a revista *Capricho* veio para estabelecer de vez um mercado para consumo feminino. Depois de algum tempo passou-se a editar a revista mensalmente, seu tamanho (20,5 x 27,5).

O principal público alvo eram as mulheres, porém com uma tendência mais voltada para as mulheres da classe média, sem contar que havia propagandas, produtos tanto para os jovens, para os filhos dessas mulheres, como para próprio marido. Para Miguel Pinto:

Independente de quem fossem suas leitoras – pois certamente uma revista que chegou a vender 500 mil exemplares em uma única edição, como é o caso da *Capricho*, pode ser tida como uma revista que ultrapassa qualquer barreira de classe social ou econômica – as editoras preocupavam-se em mantê-las e em conquistar novas adeptas (MIGUEL, 2009, p. 104).

A Editora Abril no desenvolver da década de sessenta foi abrindo mais periódicos no mercado brasileiro, voltado para o público feminino, masculino e para informações no geral, aqui algumas representantes: “Realidade” (1966), “Cláudia” (1961), “Quatro Rodas”(1960) e “Veja” (1969). Segundo João Manuel de Mello e Fernando Novais

[...] no que diz respeito aos jornais e revistas, sua expansão no pós-64 está ancorada no crescimento da nova classe média, que tem renda suficiente para comprá-los. É verdade que a imprensa já vinha se modernizando desde o pós-guerra [...] no mercado de revistas, o poderio da Editora Abril é

4 Para mais informações sobre a editora Abril, eles fornecem o histórico no link: <<http://www.grupoabril.com.br/institucional/historia.shtml>>. Acessado em: 27/10/2012.

inquestionável. O parque editorial diversifica-se em publicações – de feitio atraente, no qual proliferam as ilustrações – voltada para um público bem determinado: ‘a pessoa bem informada’ para mulher, para o jovem, para o proprietário de automóvel, para o homem de negócios etc. (MELLO & NOVAIS, 1998, p.639).

Essa editora continua com um grande complexo no mercado editorial até hoje e algumas dessas revistas ainda são veiculadas. A partir do ano de 1981, “a revista *Capricho* foi reformulada para falar com o público adolescente”⁵.

Propagandas de sutiãs e corpo

Como podemos ver até agora a mulher se torna um público específico que consome os produtos veiculados nas revistas relacionado ao seu cotidiano como: moda, higiene, cremes, pasta dental, beleza que envolve as práticas de embelezamento e assim, uma difusão dos cuidados estéticos.

Entendemos o corpo a partir da perspectiva do filósofo Michel Foucault, ou seja, como superfície “o corpo é ao mesmo tempo uma massa, um invólucro, uma superfície que se mantêm ao longo da história [...] como objeto de relações de poder-saber que constituem atitudes corporais e formas de sujeito, o corpo sofre as ações baseadas em diferentes tecnologias historicamente elaboradas” (MENDES, 2006, p. 168).

Assim as propagandas de sutiãs têm uma inseparável relação com a transformação do corpo e marca as possibilidades de alteração da aparência física no sentido do corpo parecer mais adequado aos padrões de beleza vigente no período. Pois cada modelo de sutiã modifica a silhueta corporal, além da mobilidade e a acomodação do busto feminino.

Logo abaixo, duas propagandas de marcas de sutiãs “Soutien Poème – De Millus” (1963) e “Soutien Volisère Warner’s” (1973). A primeira propaganda tem-se uma mulher elegante ao fundo, o produto em evidencia com o seguinte dizer:

Soutien Poème
Vista um ‘Poème’ De Millus!
Você ficará mais elegante,
Mais encantadora, mais fascinante! [...]
De Millus
Ergue... Prende... Realça! (CAPRICHICO, 1963, p. 91).

A segunda propaganda diferentemente da outra a mulher está expondo o sutiã de forma mais íntima e logo abaixo três desenhos mostrando a versatilidade do produto no corpo.

5 Esse dado está: <<http://www.grupoabril.com.br/institucional/historia.shtml>>. Acessado em: 27/10/2012.

Soutien Valisère

Warner's

Livre e naturalmente elegante [...]

Modelo 39012, em Lycra com Alça Natural Look, para usar:

Com frente única ou qualquer roupa bastando trocar a posição das alças.

(CAPRICHÔ, 1973, p. 09).



(Ano XII – nº 133, 03/1963)

(Ano XXI – nº 329, 20/06/1973)

Como podemos perceber, as publicidades nas revistas são didáticas com imagens/fotos em preto e branco e um texto expando a importância do produto. As propagandas de sutiãs em questão têm dez anos de diferença, tem uma notável diferença na forma de apresentar o corpo e também a peça.

Ressaltamos que ambas usam a “elegância” como forma de vender, porém a primeira que trata anos 1963 o sutiã aparece com a forma bem estruturada e cheio de adorno, a mulher sorridente e toda arrumada. Já na em 1973 a mulher aparece de forma mais natural como o próprio anúncio diz “Livre e naturalmente elegante” usando o sutiã que é mais simples.

O corpo aparece de formas distintas em cada período, o investimento para uma maior “elegância” é entendido de forma diferente, pois começo dos anos 1960 ainda tem-se uma áurea de sonho e encantamento presente na revista *Capricho*, ao poucos vemos a introdução de fotos nas propagandas dando um ar mais real das mulheres, pois antes, eram quase sempre desenhadas.

Por fim, na metade da década de 60 a mulher aparece não só como dona de casa e mãe, mas aquela que ajuda também nos rendimentos da casa e ao mesmo tempo cuida de sua aparência. Segundo Tania Regina de Luca “as revistas ensinam, aconselham, propõem, indicam condutas (o que fazer ou vestir, como agir ou se portar, do que gostar, o que é de bom ou mal tom em situações específicas). Cumprem, dessa maneira, funções pedagógicas e podem influir no processo de constituição do indivíduo, na maneira como este se autopercebe e se relaciona com o mundo a sua volta” (LUCA, 2012, p. 463).

Referências

Fontes:

CAPRICHOS, nº 133, ano XII, março de 1963. São Paulo: Editora Abril LTDA. CAPRICHOS, nº329, ano XXI, Junho de 1973. São Paulo: Editora Abril LTDA.

Referências bibliográficas

BUITONI, Dulcília. **Mulher de papel**: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira. Edições Loyola, São Paulo: 1981.

LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista In: **Nova história das mulheres no Brasil**. Organizadoras Carla Bassanezi Pinsky e Joana Maria Pedro. São Paulo: Contexto, 2012.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização e Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: edição Graal, 1979.

MELO, João Manuel Cardoso de. NOVAIS, Fernando A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna, In: **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. Coordenador geral da coleção Fernando A. Novais; organizadora do volume Lilia Moritz Schawarcz – São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (História da vida privada no Brasil 4).

MENDES, Cláudio Lúcio. **O corpo em Foucault**: superfície de disciplinamento e governo. Revista de Ciências Humanas, n. 39, p. 167-181, 2006.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto. **A revista Capricho como um “lugar de memória” (décadas 1950-1960)**. Tese apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Doutora em Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Florianópolis, 2009.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi. **Propaganda e História**: antigos problemas, novas questões. Projeto História, São Paulo, (14), fev. 1997, p. 92.

História do Jornalismo

A contribuição da coluna de Nelson Motta para o jornalismo cultural¹

Eliane Aparecida Dutra²
Denise Regina Müller³

Resumo: O jornalismo cultural surge com a finalidade de mediar o conhecimento para a sociedade, através de reflexões críticas sobre as chamadas “sete artes”. Inserido nesse cenário temos a “Coluna de Nelson Motta”, objeto de estudo deste artigo, o qual pretende analisar a perspectiva de produção do mesmo como jornalismo cultural. Para isso, discute-se o conceito de jornalismo cultural apresentando características da coluna; a história do jornalismo cultural; jornalismo cultural no Brasil e jornalismo cultural contemporâneo.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural. Coluna de Nelson Motta. Brasil.

Introdução

De forma culta e inteligente o jornalismo cultural surge, no cenário jornalístico, com a finalidade de realizar a função de mediador entre o conhecimento e a sociedade. Através de análises críticas e reflexivas sobre as chamadas “sete artes” (literatura, música, arquitetura, pintura, teatro, escultura e cinema), o Jornalismo Cultural educa, informa e forma o cidadão, sobre a influência dessas artes na vida social dos mesmos. Com a crítica, a resenha e a crônica, escritas com um posicionamento reflexivo sobre as práticas sociais, o Jornalismo Cultural tem o dever de despertar no leitor um senso crítico cultural.

Inserido neste cenário está a “Coluna de Nelson Motta”, veiculada, todas as sextas-feiras, pelo telejornal “Jornal da Globo”, que vai ao ar, pela Rede Globo de Televisão, sobre a qual este artigo pretende desenvolver uma análise, verificando se a mesma pode

1 Trabalho apresentado no GT História do Jornalismo, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia.

2 Autora, Eliane Aparecida Dutra. Mestre em Literatura pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Formação em Comunicação Social – Hab. Jornalismo. Tecnóloga em Marketing. Docente do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Pato Branco, e-mail: <eliane_floripasc@hotmail.com>.

3 Aluna autora do trabalho e estudante da Pós-Graduação da Faculdade de Pato Branco – FADEP, e-mail: <deniser-muller@hotmail.com>.

ser caracterizada como uma proposta de jornalismo cultural, sob a análise de sua perspectiva de produção.

Para dar conta do que se propõe, primeiramente, conceitua-se jornalismo cultural, baseado em Gonzalez (2008) e Melo (2012), o qual vale ressaltar, defende a ideia de que a essência desse segmento é mediar o conhecimento cultural para todos os tipos de público, socializando-o através de reflexões críticas sobre as mais diversas obras de arte. Ainda, na construção do conceito de jornalismo cultural, cita-se Dapieve (2002), que caracteriza o repórter cultural como alguém apto a escrever sobre a arte que pretende refletir criticamente. Assim, apresenta-se o vínculo que o jornalista Nelson Motta tem com as artes as quais discute na “Coluna de Nelson Motta”, relembrando sua trajetória onde vivenciou e participou da maioria dos movimentos musicais no Brasil.

Na discussão seguinte, se apresenta fatos históricos que caracterizam o surgimento do jornalismo cultural no cenário jornalístico, embasado em Burke (2003), Rivera (2000), Medel (2002) e Piza (2003).

É válido lembrar que o autor Daniel Piza (2003), contextualiza o primeiro registro das publicações de jornalismo cultural, o qual cita o periódico *The Spectator*, criado por dois ensaístas ingleses, Joseph Addison (1672-1719) e Richard Steele (1672-1729), no ano de 1711, que tinha o propósito de “tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembleias, casas de chá e cafés” (PIZA 2003, p. 11).

Em seguida, Piza (2003), Marina Magalhães (2010), Dapieve (2002) e Gadini (2003) embasam a discussão sobre o surgimento do jornalismo cultural no Brasil. Para a construção do texto sobre Jornalismo Cultural Contemporâneo o artigo cita autores como Guedes (2006), Melo (2012) e Piza (2003).

Justifica-se a escolha deste objeto de análise por vários fatores: primeiramente é pelo fato de que a “Coluna de Nelson Motta” está a pouco mais de quatro anos no ar e, devido a seu pouco tempo de existência não há nenhuma tese, artigo, crítica ou se quer comentário feito sobre a mesma. Outro importante fator é de que na discussão que este artigo apresenta sobre Jornalismo Cultural Contemporâneo, o autor Guedes (2006), afirma que o jornalismo cultural atualmente anda conforme a lógica do mercado, e dessa forma, entende-se que não se faz mais uma análise reflexiva sobre as obras de arte.

Desse modo, este artigo verificará se a “Coluna de Nelson Motta” apresenta uma reflexão sobre os campos artísticos de que se propõe a fazer.

Jornalismo cultural

Será o jornalismo cultural tudo o que é produzido pelos profissionais de comunicação? Pois, se entendermos que tudo pode ser considerado cultura, então, as páginas de jornalismo especializado, como economia, ciência e tecnologia, já desempenhariam a função das publicações culturais, e não haveria uma precisão de destinar um espaço es-

pecialmente para este segmento nos meios de comunicação, conforme Gonzalez (2008). Mas então, o que é jornalismo cultural? Quais são os elementos que o distinguem ou não das outras áreas do conhecimento? De acordo com o autor, o conceito de jornalismo cultural não é muito específico, devido ao extenso campo o qual atua.

O Jornalismo Cultural possui um vasto campo de atuação que envolve manifestações das diferentes culturas, seja ela erudita, popular ou de massa. De forma sintética, a primeira como sendo a que privilegia os saberes das classes letradas, como artes e literatura, enquanto a popular dá voz às manifestações oriundas da população, desconsiderando escolarização e que cobre a área de notícias culturais, como, por exemplo, filmes, peças de teatro e música, analisando-o com a missão de informar e opinar sobre a produção e a circulação de bens culturais na sociedade. (GONZALEZ 2008, p. 1)

De tal modo, pode-se observar que na “Coluna de Nelson Motta”, a qual apresenta reflexões sobre as diversas manifestações culturais que foi cenário de produções artísticas que marcaram época no Brasil e no mundo, o jornalista transita entre a cultura popular e erudita, desde música a literatura. Assim, desenvolve uma crítica que além de informar e educar o telespectador, também, deixa em evidência a sua opinião sobre a obra que apresenta.

Há 40 anos, Maria Bethânia constrói uma das carreiras mais brilhantes da música brasileira. Sem altos e baixos. Indo cada vez mais fundo e mais alto, sem nenhuma concessão a nada que não seja a sua arte. Dessa vez, ela lançou dois discos ao mesmo tempo, um para o corpo, o outro pra alma. Cada um mais bonito do que o outro. É o ano da consagração de Maria Bethânia. Como se ela ainda precisa-se disso! (...) Com todas as facilidades da tecnologia, nunca se produziu tanta música no Brasil, da melhor e da pior. É justamente esse o problema. Como encontra, entre montanhas de lixo musical digital, o que vale a pena ser ouvido? Como competir com a obra dos grandes músicos que hoje está disponível na internet? (MOTTA, 2010, Quem fez história na música em 2009).

Para Melo (2012), é necessário voltar teoricamente ao passado para lembrar a história do jornalismo cultural, sua concepção do que é afinal este jornalismo especializado e a que veio ao mundo. Por mais que ele tenha sofrido grandes transformações, durante sua história, existem aspectos que se mantêm intactos pelo fato de ser, justamente, a sua essência.

Existem dois elementos fundamentais, conforme Melo (2012), que distinguem o Jornalismo Cultural das outras áreas e constroem a identidade desse segmento. O primeiro elemento é a obrigação de democratizar o conhecimento e, o segundo, é o seu caráter reflexivo. São esses os principais elementos que unificam a prática desse segmento e tornam-no importante para a evolução intelectual da sociedade.

Vale lembrar que um dos primeiros registros do Jornalismo Cultural é o periódico *The Spectator*, criado em 1711, que tinha por objetivo trazer o conhecimento para perto

da sociedade, de uma forma mais leve e descontraída do que a frieza dos livros que estavam distantes dos indivíduos, para ser discutido em lugares estratégicos e formadores de opiniões. Dessa forma, socializava o conhecimento sobre as mais diversas artes, sem discriminação. E assim, a essência desse jornalismo especializado era “mediar o conhecimento e aproximá-lo do maior número de pessoas” (Melo 2012, p. 5) como artes, literatura e filosofia. Portanto, há “um entendimento da função social do jornalismo cultural como locus adequado para dar acesso irrestrito a todo saber, fato esse que se torna uma regularidade no jornalismo cultural.” (MELO 2012, p. 5).

O segundo elemento é a função reflexiva que, definitivamente, distingue o Jornalismo Cultural de outras áreas: “Enquanto o caderno de Economia, de Ciência, de Política irá noticiar as práticas, o jornalismo cultural irá fazer uma reflexão sobre essas práticas em suas críticas e crônicas” (MELO 2012, p. 6). A análise crítica, a crônica e a resenha são os gêneros que caracterizam esse jornalismo especializado, pois além de serem de cunho opinativo, elas oferecem uma reflexão perspicaz e precisa sobre essas práticas sociais a fim de informar, como as outras áreas do jornalismo, mas também educar o seu leitor, sendo este um poder exclusivo do jornalismo cultural.

A socialização do conhecimento e as reflexões sobre as artes e os hits de sucesso podem ser observadas em diversas partes dos vídeos que são veiculados na “Coluna de Nelson Motta”. Motta apresenta o contexto político e econômico do país em que a obra foi produzida. Após este apanhado histórico, o jornalista parte para a reflexão, e com ela oferece ao telespectador o conhecimento da obra ou do artista em discussão.

A sensação era de que, finalmente, o grande amanhã havia chegado. E não era só mais uma metáfora surrada das músicas de oposição. Em 1985, com a eleição de Tancredo Neves, acabavam, oficialmente, vinte anos de ditadura. E com o Rock in Rio, finalmente, se realizava o festival que os jovens brasileiros sonhavam desde 1969, como o Woodstock. Com 16 anos de atraso, os *mega* eventos de rock chegavam ao Brasil. Porque na ditadura não havia liberdade, e sem liberdade o rock não rola. (...) O Brasil nunca havia visto nada parecido. Nossos artistas jamais tocaram para tanta gente, e com um sistema de som tão bom. Mas, o Rock in Rio acabou, Tancredo morreu, Sarney tomou posse e o Brizola, que era governador do Rio de Janeiro e adversário político dos Medina, mandou destruir a Cidade do Rock. (MOTTA, 2010, Rock in Rio faz 25 anos).

Vale ressaltar também que, além da socialização do conhecimento da arte e das reflexões aguçadas, é de extrema necessidade que o repórter cultural tenha uma bagagem incomparável, forrada de conhecimento, para poder construir de forma interessante, atraente e perspicaz reflexões sobre uma obra cinematográfica, musical etc.

Assim, como o segmento “Jornalismo Cultural” é uma especialização do jornalismo, o profissional dessa área também precisa ser especialista no assunto do qual faz seus

comentários. De acordo com Dapieve (2002), a graduação de jornalismo não é o suficiente para o repórter cultural. É imprescindível que o mesmo tenha interesse e certa paixão sobre os campos artísticos que irá escrever. Pois, para apontar pontos positivos ou negativos de determinada obra deve-se, no entanto, ter um conhecimento aprofundado e utilizar outras obras do mesmo segmento para compará-las. “É esse cruzamento de informações que permite o aparecimento de um conceito, de uma avaliação e, em última instância, de uma opinião” (Dapieve 2002, p. 96).

No entanto, entende-se que uma pessoa que se encantou recentemente por uma arte não terá argumentos plausíveis para julgá-la criticamente. O repórter cultural, portanto, deve estudar, analisar, se aprofundar do conteúdo ao qual pretende escrever, criticar.

Para Melo (2012), o repórter cultural deve se ater a quatro premissas interdependentes para realizar um jornalismo cultural ciente e com competência:

1. Da importância de ser um bom mediador cultural, traduzindo, de forma clara e reflexiva, informações complexas; 2. Da importância pública e da responsabilidade de sua profissão sobre a conformação do real e da cultura na vida cotidiana das pessoas; 3. Da necessidade de uma formação humanística sólida para que compreenda a cultura a sua volta tanto na esfera local como a sua relação com o global; 4. Da significância de sua mediação para aproximar as pessoas da “poética da vida”, tanto no que possui de estético como de ético e político. (MELO, 2012, p. 8)

De acordo com essas citações, podemos considerar o jornalista Nelson Motta um repórter cultural de mão cheia. Pois o mesmo viveu próximo de um dos maiores movimentos e revoluções da música popular brasileira, que foi a criação do ritmo brasileiroíssimo “Bossa Nova”.

Motta, em sua autobiografia, *Noites Tropicais*, lançada no ano de 2000, afirma que não gostava de música até ouvir a nova sensação tecnológica do momento, em 1958, no auge dos seus 14 anos. Era a música de João Gilberto, “Chega de Saudade”, que marcava o início do ritmo da Bossa Nova no Brasil. “Foi como um raio. Aquilo era diferente de tudo o que eu já tinha ouvido. Fiquei chocado, sem saber se tinha adorado ou detestado. Mas quanto mais ouvia, mais gostava.” (MOTTA, 2000, p. 9).

De acordo com o jornalista, após isso, Motta ficou fã de João Gilberto e da sua Bossa Nova. Acompanhou diversos shows de artistas que aderiram a esse novo ritmo, como o “Operação bossa nova”, conhecendo artistas como Nara Leão, Lucio Alves, Alayde Costa, Sylvinha Telles, Carlinhos Lyra e Oscar Castro Neves. Este ritmo foi a trilha sonora da juventude de Nelson Motta, e revelou ter sido apaixonado pela música de João Gilberto, motivo que levou a conhecer as músicas de Tom Jobim e Vinicius de Moraes, Newton Mendonça e Carlos Lyra, Caymmi e Ary Barroso e de muitos outros grandes “poetas” da nossa música brasileira.

Dois anos mais tarde, aos 16, através de um primo que trabalhava na televisão, amigo de algumas moças e rapazes da “Turma da bossa nova”, Motta começou a participar das reuniões e festinhas musicais de tal turma, organizadas nos apartamentos de Copacabana.

Assim, tão perto da música, Motta resolveu aprender a tocar violão e as complicadas harmonias de João Gilberto. Por ser tão apaixonado pela bossa nova, pensou até em seguir a profissão de músico. Nessa época, dos anos 60, Nelson Motta fez a sua primeira produção de um show juntamente com o letrista Ronaldo Bôscoli.

A partir daí, Nelson Motta vivenciou inúmeras experiências na música, como compositor de mais de trezentas canções, como parceiro de Dori Caymmi nas músicas “Saveiros” e “Cantador”, interpretadas durante os festivais da canção; foi o compositor de dois hinos da discoteca, assim que o ritmo chegou ao Brasil, sendo elas: “Perigosa” e Dancin’ Days”; foi parceiro do cantor Lulu Santos em algumas das suas músicas de maior sucesso; foi o responsável por lançar artistas como Tim Maia, Marisa Monte, Angela Ro Ro, As Frenéticas, Novos Baianos e Raul Seixas; e escreveu dois *best-sellers*: Noites Tropicais, que é a sua autobiografia, e o Som e a Fúria de Tim Maia.

Contexto histórico de jornalismo cultural

“Tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembleias, casas de chá e cafés” (PIZA 2003, p. 11). É com essa finalidade que Joseph Addison (1672-1719) e Richard Steele (1672-1729), dois ensaístas ingleses, marcam o início da história do jornalismo cultural no mundo ao criarem o periódico “The Spectator”, no ano de 1711. Este, “cobria desde questões morais e estéticas até a última moda das luvas” (BURKE 2002, p. 78).

As primeiras produções culturais eram escritas “num tom de conversação espirituosa, culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível, apostando num fraseado charmoso e irônico” (PIZA 2003, p. 12). Dessa forma, os mesmos atraíam cada vez mais seus leitores e direcionavam seus olhares para o que havia de mais belo e profundo nas obras de arte escritas na época.

De acordo com Piza (2003), entende-se que o Jornalismo Cultural surge devido ao crescimento dos grandes centros urbanos:

Em outras palavras, a Spectator – portanto o jornalismo cultural, de certo modo – nasceu na cidade e com a cidade. (...) A Spectator se dirigia ao homem da cidade, “moderno”, isto é, preocupado com moda, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltando diante das mudanças no comportamento e na política. Sua ideia era a de que o conhecimento era divertido, não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam. (PIZA, 2003, p. 12)

Com o conhecimento sendo oferecido à sociedade através de periódicos fáceis de ler e compreender, o autor Peter Burke (2003), constrói uma reflexão da trajetória e da evolução do conhecimento humano desde a criação da prensa de Gutemberg, em 1450, até a criação e veiculação do periódico francês “Enciclopédia”, criado em 1750, que tinha um teor sociocultural em suas publicações. O autor pesquisou as modificações da organização do conhecimento na Europa, analisando textos publicados nos séculos XVI a XVIII. Após estes estudos ele afirmou que os periódicos têm mérito de uma atenção exclusiva porque promovem o aprendizado com maior facilidade do que os próprios livros.

Como o filósofo italiano Cesare Beccaria certa vez observou – nas páginas da revista *Il Caffé* – os periódicos difundiam o conhecimento mais amplamente que os livros, da mesma forma que os livros o difundiam mais amplamente que os manuscritos. Alguns leitores se sentiam intimidados pelos livros e preferiam não mantê-los em casa. O periódico, porém, era mais amigável.

Apresenta-se como um amigo que só quer soprar uma palavra em seu ouvido. (BURKE, 2002, p. 160).

A partir da publicação desse periódico rico em conhecimento, Rivera (2000), afirma que surgiram muitos outros críticos que analisavam as mais diversas artes, e o Jornalismo Cultural crescia e expandia suas críticas, que eram lidas e apreciadas em todo o mundo por um público cada vez maior, “com um aspecto mais de *haute vulgarisation* e do profundo processo de socialização e diversificação cultural deflagrado pela imprensa de Gutemberg em meados do século XV.” (RIVERA 2000, p. 41).

Nesse mesmo século houve o crescimento e fortalecimento desse segmento em grande parte da Europa devido a procura pelos produtos culturais, onde surgia um público interessado pelas artes e com isso a demanda por esses produtos aumentava.

Porém, somente mais a diante, em meados do século XIX, o jornalismo cultural e o seu profissional começam a ganhar status maior no mercado e passam a ser admirados pelos seus leitores e também pelos artistas da época, que liam as críticas com intuito de aprimorar as suas novas criações artísticas, nos aponta Piza (2003).

A opinião de um grande crítico sobre obras literárias, musicais, peças de teatro, ou qualquer outra arte, era esperada com muito entusiasmo por uma pequena plateia ansiosa e decisiva, relata Piza (2003).

Os críticos eram muito admirados pela sociedade, tanto que por muitas vezes determinavam “o sucesso ou o fracasso de um filme, peça ou disco; e mesmo quando a bilheteria batia recordes, os produtores não podiam eliminar os estragos causados à sua imagem nos círculos pensantes” (PIZA 2003, p. 28). O Jornalismo Cultural servia de referência para seus leitores e também para artistas e intelectuais, fortemente influenciados pelos comentários de seus admirados críticos, onde buscavam aperfeiçoar ainda mais as suas obras a cada crítica apontada. Os críticos eram muito amados por uns, e simultaneamente, detestados por outros.

Em meados do século XIX, (...) o ensaísmo e a crítica cultural se tornaram ainda mais influentes. Na Inglaterra, um crítico de arte como John Ruskin (1891-1900) era tratado como semideus pelos seguidores (e, claro, demonizado pelos detratores). (...) marcou sua época de tal maneira que se tornou uma das maiores influências sobre a literatura moderna de um grande francês, Marcel Proust (1871-1922). (PIZA 2003, p. 14-15).

No período iluminista, época essa de grandes e importantes revoluções artísticas, e de descoberta de grandes fenômenos da arte, os críticos, considerados semideuses, ajudavam a revelar ao mundo novos talentos, assim como o grande crítico de arte, Denis Diderot (1713-1784) que, “abriu caminho para o reconhecimento de artistas como Delacroix.” (PIZA 2003, p. 15).

No século XX, as publicações culturais se concentraram mais fortemente nas revistas da época. No entanto, com a maioria das publicações estampadas nas revistas, os escritores e suas críticas acabaram passando por algumas transformações. Esse fato é mérito também, e em grande parte, da industrialização, onde um novo mundo surgia com a proliferação das máquinas e caminhava rumo à modernidade.

A grande era da crítica, dos séculos XVIII-XIX, não tinha terminado, apenas se transformado. A adaptação para um mundo cada vez mais povoado por máquinas, telefones, cinemas – para um mundo moderno, marcado pela velocidade e pela internacionalização – mudou o figurino do crítico, mas não tanto a sua figura. (PIZA 2003, p. 19-20)

Portanto, na metade do século XX o ensaio e a crítica do jornalismo cultural ganhavam a cada dia mais espaço nos meios de comunicação que os comportavam (jornal e revista) na época. Os textos de várias laudas, repletos de jargões, fraseados bonitos, e citações longas deram lugar às críticas curtas, porém rápidas de serem lidas, com o mesmo saber e intelectualidade de sempre, escritas literárias e ainda mais instigantes. Foram essas publicações curtas e inteligentes que conquistaram um grande legado de leitores que se apaixonavam pelas críticas e, da mesma forma, pelas obras de arte analisadas.

Conforme Burke (2002), encontramos facilmente os padrões literários presentes na criação de publicações jornalísticas no século XX, mas a presença de técnicas e procedimentos do jornalismo era indispensável. Até mesmo o escritor e o jornalista de opinião eram confundidos. O “articulismo criativo”, qualidade de escritores de textos criativos e outros modelos da segunda metade do século XX implantados no campo dos “novos jornalismo”, faz essa ligação entre o escritor e o jornalista.

De acordo com Medel (2002), as afinidades entre literatura e jornalismo, entre inspiração literária e exercício jornalístico, suas problemáticas são constantemente discutidas:

Parece que aquela, sem abandonar a dimensão lúdica e frutiva deve encaminhar-se para o essencial humano, bem que encarnado nas inevitáveis coordenadas espaço-temporais que nos constituem. A atividade informativa, ao contrário, aponta mais para o efêmero, passageiro, circunstancial (e sabemos até que ponto a vertigem informativa devora a estabilidade e permanência dos acontecimentos). Simplificando muito, parece que a literatura se orienta para o importante e a informação jornalística para o urgente. (Medel, 2002: 18).

Nelson Motta permite que observemos em sua coluna textos com tons literários, mas acessível a todos os públicos, justamente por que a coluna é veiculada num meio de comunicação de massa. Notamos a linguagem literária de seus textos quando, por exemplo, na coluna apresentada no dia 18 de dezembro de 2010, que tinha como título “2011 será ano de grandes shows no Brasil”, Motta fala do aniversário do músico e compositor João Gilberto: “João Gilberto completa 80 anos em junho. Uma efeméride que merecia ser feriado nacional, com todo mundo falando baixinho o dia inteiro”. Uma das características de João é a de praticamente sussurrar as músicas, cantá-las com voz calma em volume baixo.

Outro exemplo é quando Motta fala sobre Elis Regina em sua coluna “30 anos sem Elis Regina”, que brinca com a estatura de Elis, a qual era chamada de Baixinha, e com a sua grandeza musical: “Entre as grandes cantoras brasileiras, nenhuma foi maior do que a Baixinha de Porto Alegre.”

Jornalismo cultural no Brasil

Para Piza (2003), o início do Jornalismo Cultural no Brasil é marcado com as ricas publicações de um dos maiores artistas do rol de escritores brasileiros, Machado de Assis. Ele foi o precursor dos textos culturais no Brasil em meados do século XIX, época em que o jornalismo cultural se consolida no país. Além de Machado de Assis outros grandes nomes da nossa literatura iniciaram suas produções literárias no jornalismo cultural e se consagraram.

Já Gadini (2003), indica o aparecimento do Jornalismo Cultural no Brasil anteriormente ao marco apontado por Piza (2003), mas concorda com o mesmo, de que o fortalecimento dessa prática se dá somente a partir de 1930.

Como se sabe esse processo só vai acontecer no Brasil – ainda que de forma lenta, devido ao alto índice de analfabetismo, baixa concentração urbana, dentre outros fatores – a partir do século XIX, tendo como marco a vinda da família real em 1808. Na prática, em termos urbanos e públicos, só vai ser possível falar em consumo e crítica cultural algumas décadas mais tarde. Ou, para ser exato, a partir das últimas décadas daquele século. E, de modo mais significativo, a partir dos anos 1930. (GADINI, 2003, p. 217)

No século XX, o jornalismo cultural no Brasil ganha um espaço maior, jornais e revistas disponibilizam um espaço maior para as reflexões literárias e culturais. Com isso, surge um dos veículos de comunicação mais importantes para o jornalismo cultural brasileiro, a revista “*O Cruzeiro*”, publicada em 1928. Essa revista tinha um aspecto moderno e foi muito incisiva na disseminação da cultura brasileira, dentro do próprio país. A revista contou com um elenco de comentaristas, críticos, resenhistas, ensaístas, humoristas e escritores como José Lins do Rego, Marques Rabelo, Vinicius de Moraes, Manuel Bandeira, Anita Malfatti, Di Cavalcante, José Candido de Carvalho, Raquel de Queiroz, Péricles (O Amigo da Onça) e Vão Gogo (vulgo Millôr Fernandes). “Nos anos 30 e 40, ‘O Cruzeiro’ seria a revista mais importante do Brasil por sua capacidade de falar a todos os tipos de público” (PIZA 2003, p. 33).

Um dos gêneros do jornalismo cultural que mais atraiu o público brasileiro, na década de 40 foi a crônica.

O gosto nacional pelas crônicas, até certo ponto, sempre foi uma forma de atrair a literatura para o jornalismo, praticada por jornalistas, escritores e sobre tudo híbridos de jornalista e escritor. De Machado de Assis a Carlos Heitor Cony, passando por João do Rio, Carlos Drummond de Andrade, Rubem Braga, Paulo Mendes Campos, Otto Lara Resende, Ivan Lessa e outros, a crônica sempre teve espaço fixo nas seções culturais de jornais e revistas brasileiros e, portanto, é uma modalidade inegável do jornalismo cultural brasileiro. (PIZA 2003, p. 33).

A capacidade de envolver os leitores era mérito de poucos escritores, um deles, que também foi de grande importância para o jornalismo cultural no Brasil, era o australiano Carpeaux, que veio ao Brasil em 1939 e foi naturalizado brasileiro em 1944.

Considerado o mestre do ensaio curto, Carpeaux marca sua vinda ao Brasil por trazer para a realidade brasileira a proposta do periódico “*The Spectator*” de 1711, em que tirou a filosofia dos livros dos centros acadêmicos e levou aos lugares formadores de opiniões, para leitores interessados que buscavam um aprofundamento reflexivo sobre as belas artes.

Carpeaux, “foi para muitos artistas e intelectuais nacionais, via imprensa, o professor da civilização que não tiveram.” (PIZA 2003, p. 35). Com sua reflexão contínua sobre a literatura e a cultura brasileira Carpeaux derrubou “mitos (como o da “essência barroca”) e selecionou os autores de maior perenidade e universalidade (Machado, Graciliano, Drummond).” (PIZA 2003, p. 35).

Em meados da década de 50 os jornais impressos brasileiros criaram o caderno cultural diário, que obrigatoriamente todos os jornais haviam de circular. Como pioneiro desse segmento, surge o fabuloso e muito copiado “Caderno B”, do “*Jornal do Brasil*” em 1956, que é considerado o precursor de publicações do jornalismo cultural moderno no Brasil, onde modelos de textos criativos e uma diagramação diferenciada, mais leve a

distinguiu dos demais cadernos. Como todos, ele surgiu com intuito de levar cultura à sociedade e, além disso, ser um produto cultural. Sobre isso, Dapieve (2002), comenta que:

Parte do hábito de se embaralhar jornalismo de arte com arte do jornalismo vem, por conseguinte, dessa concepção de suplemento, suplemento anteriormente relacionado como “feminino” ou de “variedades”. O velho B podia se dar a este luxo: contava em seus quadros, por exemplo, com o designer Reinaldo Jardim e com o poeta Ferreira Gullar. Ambos, e outros tantos, eram representantes de um tempo pré-regulamentação da profissão de jornalista (ocorrida pelo decreto-lei no 972, de 17 de outubro de 1969, na qual escrever bem literariamente se confundia com escrever bem jornalisticamente. Graças a essa confusão, é bom ressaltar, os jornais brasileiros foram enriquecidos por, entre tantos outros, Graciliano Ramos e Nelson Rodrigues. (DAPIEVE, 2002, p. 95).

Em São Paulo, no início dos anos 1960 é criado dentro do jornal *O Estado de S. Paulo*, o “Suplemento Literário” que foi mais um grande marco que contribuiu para a disseminação do jornalismo cultural no Brasil. Contando com um elenco intelectual de peso, este caderno serviu de modelo mais tarde para a maioria de cadernos culturais que surgiram. Segundo Piza (2003), o diretor do caderno, Décio de Almeida Prado, que defendia que o homem participasse de discussões intelectuais e cultas sobre cultura e acreditando que certamente contribuiria para a sua educação, resumia o novo modelo do caderno cultural da seguinte maneira:

“Não exigiremos que ninguém desça até se pôr à altura do chamado leitor comum, eufemismo que esconde geralmente a pessoa sem interesse real pela arte e pelo pensamento. (...) Uma publicação que se intitula literária nunca poderia transigir com a preguiça mental, com a incapacidade de pensar, devendo partir, ao contrário, do princípio de que não há vida intelectual sem um mínimo de esforço e disciplina” – esforço esse, por sinal, que não reduz e sim intensifica o prazer. Foi esse tipo de postura que fez dos anos 60 a década mais memorável do jornalismo cultural brasileiro. (PIZA 2003, p. 37).

Para Lorenzotti (2007 *apud* Magalhães 2010, p. 22-23) o caderno “Suplemento” é “um veículo transmissor de ideias, um intermediário, um mediador cultural que teve seu importante papel na reflexão e na difusão da crítica cultural da cidade e do país.” A autora diz ainda que o “Suplemento” influenciou nas obras de artistas, nas críticas dos formadores de opinião e, sobretudo, cativou muitos leitores que se sentiam ligados às músicas, literaturas, peças de teatro ou qualquer outra arte que era discutida pelos jornalistas culturais que redigiam os textos do periódico.

Vale ressaltar que foi nos anos 80, após as “Diretas-já”, que dois dos principais jornais impressos brasileiros iniciaram a veiculação dos seus cadernos culturais diários. Os

jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* que criaram o “Ilustrada” e o “Caderno 2”, “sincronizados com a efervescência cultural que a cidade vinha ganhando, com as revoluções que aconteciam tanto na arte quanto na política fortalecendo espírito de abertura democrática do país”, (PIZA 2003, p. 40).

Atualmente, temos como crítico de arte o jornalista, compositor, escritor, roteirista, produtor musical e letrista Nelson Candido Motta Filho, que desde os anos 60 participou ativamente em quase todos os movimentos musicais brasileiros. Motta, desde 2009, é colunista dos jornais *O Globo* e *O Estado de São Paulo*. Em diversos rádios do país apresenta seu programa musical “Sintonia Fina” e exibe todas as sextas-feiras, a “Coluna de Nelson Motta” que vai ar através do “Jornal da Globo”.

Jornalismo Cultural contemporâneo

Hoje em dia, segundo Piza (2003), há um grande descaso por parte da imprensa com o Jornalismo Cultural. Além da expansão ou da volta desse segmento para os livros, nessa época ele se expande também para a internet, que dá suporte, oferecendo uma abertura alternativa para o jornalismo cultural devido ao espaço multimídia que se torna ainda mais amplo para essas publicações. Ao mesmo tempo em que vê novos campos de expansão o mesmo sofre, em todos os países, a chamada “crise vigente”.

Piza (2003) diz que a influência que os periódicos culturais tinham sobre seus leitores hoje é praticamente nula, porque a imprensa está focada em publicar a vida de celebridades, para obter audiência fácil sem muitos esforços, e é aí que este segmento está sujeito a perder força.

O jornalismo cultural, dizem os nostálgicos, já não é o mesmo. (...) revistas culturais ou intelectuais já não têm mais a mesma influência que tinham antes; críticos parecem definir casa vez menos o sucesso ou o fracasso de uma obra ou evento; há na grande imprensa um forte domínio de assuntos como celebridades e um rebaixamento geral dos critérios de avaliação dos produtos. (PIZA 2003, p. 31).

Na mesma esteira, Guedes (2006), propõe uma reflexão sobre os caminhos que a informação está percorrendo na sociedade atualmente. As publicações estão apresentando a sociedade o sentido superficial e leviano dos fatos, reconstruindo a realidade com a omissão de muitos fatos relevantes, muitas vezes por consequência do imediatismo. Esse problema ronda o jornalismo nos dias de hoje, e com o jornalismo cultural não poderia ser diferente.

No jornalismo contemporâneo, resguardando as devidas exceções, não se faz premente uma depuração analítica da obra de arte, pois a perspectiva mercadológica, que, em geral, acelera o ritmo produtivo nas redações jornalísticas,

oblitera qualquer tentativa de ênfase reflexiva em torno da informação cultural. O que vai prevalecer neste universo de representação discursiva da arte está menos ligado a um procedimento interpretativo e mais vinculado a uma perspectiva mercantilista – que tende a orientar para o consumo dos bens culturais. (GUEDES 2006, p. 130).

O jornalismo cultural moderno sofre crises de identidade desde a metade do século XX. Com o aparecimento dos meios de comunicação de massa, que não permitem uma reflexão cultural aprofundada e sim mais sucinta, breve, o papel do jornalismo sobre essa realidade vem sendo estudado e debatido por estudiosos e pesquisadores. O cinema, dos anos 1920 aos anos 1940, e a TV, a partir dos anos 1950, contribuíram na construção de obras culturais em larga escala. As telenovelas retratavam e ainda retratam valores e hábitos da sociedade no geral. Isso fez com que houvesse uma ampliação da chamada “indústria cultural”, nos diz Piza (2003).

Para os filósofos Benjamin, Horkheimer e Adorno, “a indústria cultural – o complexo de produções de entretenimento e lazer para o consumo em larga escala – era fruto do sistema capitalista e, como tal, porta-voz da ideologia burguesa” (PIZA 2003, p. 44). Assim, as novas obras culturais estariam se prostituindo para manter-se na “indústria cultural” totalmente capitalista, que não tinha como objetivo principal realizar reflexões e sim o faturamento sobre essas obras. Benjamin diz ainda que: “a arte em tempos industriais perdeu sua “aura”, tornando-se produto para consumo, para consolo instantâneo, não mais para reflexão ou perturbação” (PIZA 2003, p. 44). Mas, Piza (2003), afirma que nem todas as obras de arte que foram criadas nesse período são descartáveis, há muitas obras que apresentam uma qualidade paralela às criações de décadas anteriores. E isso fica claro quando observamos a “Coluna de Nelson Motta” do dia 1º de fevereiro de 2010, “Quem fez história na música em 2009”, onde a cantora e compositora Maria Gadú foi apontada pelo jornalista por ter sido a revelação do ano.

Considerações finais

Verificamos durante a análise que a “Coluna de Nelson Motta” pode ser um exemplo de jornalismo cultural no Brasil; tendo em vista a sua contribuição para a informação e formação intelectual dos seus telespectadores, através de reflexões com posicionamento crítico do jornalista sobre as artes a que se propõe discutir.

Durante a pesquisa, tivemos acesso à formação artística musical extraclasse do jornalista Nelson Motta, a qual lhe permite realizar o jornalismo especializado. Esta é uma das principais características que nos conduziu ao entendimento de que o objeto em análise pode ser classificado como jornalismo cultural.

Referências bibliográficas

30 anos sem Elis Regina. Produção de Nelson Motta. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=IId_gbNa8d4>. Acesso em: 29 mar. 2012.

2011 será ano de grandes shows no Brasil. Produção de Nelson Motta. Disponível em: <<http://g1.globo.com/platb/nelsonmotta/>>. Acesso em: 27 mar. 2012.

BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. RIO DE JANEIRO: Jorge Zahar, 2002.

DAPIEVE, Arthur. Jornalismo cultural. In: **Deu no jornal**: O jornalismo impresso na era da internet. Org. Álvaro Caldas. Rio de Janeiro: PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

GADINI, Sérgio Luiz. Além da informação, serviço e orientação ao consumo: o jornalismo cultural como um (quase) sinônimo de interpretação e crítica. **Pauta Geral**, n. 5, p. 211-236, 2003.

GONZALEZ, Lydianne de Paula Ribeiro. Jornalismo Cultural: Interfaces entre cultura e entretenimento. In: CONGRESSO DE CIÊNCIA E COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 16., 2009, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/expocom/EX14-0616-1.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2012.

GUEDES, Viviane Marques. A construção da cultura no cotidiano do jornalismo impresso em João Pessoa. In: PEREIRA, Wellington (org.). **Epistemologias do caderno B**: cotidiano, cultura e jornalismo. João Pessoa: Manufatura, 2006.

MAGALHÃES, Marina. **Polarizações do jornalismo cultural**. Disponível em: <<http://www.mar-cadefantasia.com/ebook/jornalismo-cultural-ebook.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2012.

MEDEL, Manuel Ángel. Discurso literário e discurso jornalístico: convergências e divergências. In: **Jornalismo e literatura**: a sedução da palavra. Org. Gustavo de Castro e Alex Galeno. São Paulo: Escrituras, 2002.

MELO, Isabelle Anchieta. **Jornalismo cultural**: Pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e a complexidade da cultura. Disponível em: <<http://bocc.unisinos.br/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2012.

MOTTA, Nelson. **Noites Tropicais**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

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

QUEM fez história na música em 2009. Produção de Nelson Motta. Disponível em: <<http://g1.globo.com/platb/nelsonmotta/page/5/>>. Acesso em: 27 mar. 2012.

RIVERA, Jorge B. **Periodismo cultural**. Buenos Aires: Paidós, 2000.

Embates, colaboração e estratégias sindicais em plena ditadura¹

Emerson C. F. Silva²

Resumo: A história dos jornalistas e do jornalismo no Paraná tem sido influenciada de modo relevante pela concepção sindical que seus jornalistas dirigentes estabeleceram ao longo dos quase 70 anos de existência do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná. No período abordado neste artigo – entre 1964 e 1979 – o SJPPR sofreu intervenção do governo militar, organizou dois congressos nacionais da categoria em Curitiba e teve seis diretorias eleitas, sendo as duas últimas com disputa de chapas nitidamente com diferenças ideológicas relacionadas tanto ao campo político quanto ao da prática jornalística. Ao perceber essas concepções em seus respectivos contextos, no campo sindical e profissional, também se discute o quanto a atividade dos jornalistas como profissionais da imprensa influenciou nas tomadas de posição em seu sindicato. Foram entrevistados presidentes e diretores do período, jornalistas candidatos que foram derrotados nas eleições, além de consultadas as atas de assembleias dos jornalistas que discutiam eleições, mobilizações e as negociações salariais do período.

Palavras-chave: jornalistas; sindicato; democracia;

Quatro momentos

Uma forma de observar, à distância, os 15 anos de convivência – de 1964 a 1979 – entre jornalistas paranaenses, Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná e o autoritarismo estabelecido no período é percebê-los em suas diferentes nuances, tomando-se como referência um aspecto que o permeou integralmente, mas nem por isso de forma ou intensidade igual: a ditadura militar.

São quatro momentos de adaptação e quatro concepções distintas que se estabeleceram no período, de modo a dar conta de um ambiente adverso ao modelo de sindicalismo anteriormente praticado, bastante calcado na mobilização, realização de greves,

1 Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Jornalista e professor com mestrado em História pela UFPR. Atualmente leciona várias disciplinas no curso de Jornalismo da Universidade Positivo. E-mail: <teoriacastro@yahoo.com.br>.

ação política e participação efetiva nos debates nacionais tanto da categoria quanto dos problemas gerais do país. Os jornalistas paranaenses fizeram estas adaptações seguindo também as influências que incidiram no mercado de trabalho, na esfera política e, sobretudo, na burocracia do governo federal direcionada para o controle dos sindicatos.

O primeiro momento de adaptação foi o mais traumático. A atividade de mobilizar os profissionais para reivindicar o que era de seu interesse, comum e fortalecida antes de 1964 no SJPPR, não se perdeu por completo, mesmo após a instalação de uma Junta Interventora – formada por três jornalistas. Nem de longe, entretanto, tinha o mesmo grau de efetividade, até por não existir uma diretoria eleita, mas uma Junta, que permaneceu 20 meses na direção sindical.

Apesar do ambiente contrário após o Golpe, uma dose de mobilização foi reativada poucos meses depois da eleição da diretoria em dezembro de 1965. O XI Congresso Nacional dos Jornalistas realizou-se em Curitiba, sob organização daquela diretoria, que buscava uma adaptação de **equilíbrio** entre a identidade construída antes de 1964 e a que era possível exercer legalmente naquele momento. Isso ficou visível também na negociação do acordo salarial de 1966, quando o conflito chegou a ponto de ter as negociações suspensas e a Assembleia dos jornalistas decidir pelo Dissídio Coletivo, apesar da aceitação de algumas empresas de um acordo em separado, nos termos dos jornalistas. Os impedimentos legais para vários dirigentes de antes de 1964, que se tornaram inelegíveis em seus sindicatos, as prováveis dificuldades para o surgimento de novas lideranças completam o quadro que define uma concepção de ação sindical possível na gestão 1965/1967.

Mas as condições que definiram a formação de um grupo de adaptação que buscava o **equilíbrio** entre uma ação sindical nos moldes do período pré-64 e a que era possível após o Golpe, para a gestão 1965/1967, não se repetiram para a gestão seguinte, estabelecendo um vácuo na direção sindical, com consequências para os próximos 12 anos. Após um breve período de instabilidade e descolamento em relação às referências sindicais anteriores, num tipo de adaptação **alienada** (descolada de qualquer ação sindical que tivesse referência na mobilização observada no período anterior ao Golpe, e ao mesmo tempo sem estabelecer um caráter original de ação sindical), a direção do Sindicato passa a ser controlada sob uma nova concepção, a qual pode ser definida como **integrada** (mais do que sem referência na ação sindical pré-64, este tipo de adaptação se põe referenciada em ações propostas pelo regime militar, ao campo sindical, depois de 1964).

Em 1979, entretanto, essa noção integrada adquire novo formato, mais **estratégica**, ainda que evitando embates como os utilizados no período pré-64. Mais que a ação sindical, evidencia-se aqui também uma concepção de ação profissional carregada para a disputa eleitoral.

Essas questões ficam mais claras quando se observa o andamento das negociações salariais no período. Nestas negociações, em geral, sugerindo uma certa mobilização por reivindicações, evidencia-se a existência e o embate entre essas concepções.

Ações sindicais

A partir do Golpe de 1964, em pleno regime ditatorial, os sindicatos brasileiros passaram por um forte controle estatal, maior até do que havia antes de 1964. (ALMEIDA, 1983 p. 199). Em nove de abril de 1964, poucos dias após o desfecho do movimento golpista contra João Goulart, o SJPPR sofria intervenção. Seus principais dirigentes foram convocados a prestar depoimentos em inquérito policial militar, após serem apontados pelos interventores, que também eram jornalistas, como possíveis ativistas comunistas. Em seguida, foram destituídos do mandato e impedidos de exercer qualquer atividade sindical.

A direção do Sindicato ficou a cargo de uma Junta Interventora, sob comando do jornalista Carlos Danilo Costa Côrtes, então chefe de redação do Diário do Paraná (integrante dos Diários Associados, de Assis Chateaubriand), um dos principais órgãos da imprensa paranaense à época; Vinícius Coelho (funcionário naquele jornal) e Enock Lima Pereira – os dois últimos, meses antes, haviam concorrido e perdido a eleição no Sindicato.

Mas a intervenção do governo sobre o Sindicato dos Jornalistas foi mantida para além daquela Junta oficialmente instalada em abril de 1964, e que convocou eleições em dezembro de 1965. Falando especificamente do SJPPR, não pode ser desprezada a presença constante, nas três diretorias eleitas entre 1970 e 1976, do presidente da Junta Interventora de 1964/1965, nomeado pelos militares: Carlos Danilo Costa Côrtes.

Para a primeira diretoria pós-64 foi escolhido como presidente João Dedeus Freitas Neto, que já havia sido presidente por dois mandatos respectivamente em 1955 e 1957. (SJPP – 03/03/1946 a 31/07/1984 – fl. 15).

Para ele o contexto da escolha tinha nitidamente dois caminhos: um que vinha do coletivo dos jornalistas e outro que partia dele mesmo, por suas posturas seja como jornalista ou como ex-presidente do Sindicato:

Houve um movimento do... do próprio jornal O Estado do Paraná e tal... “vem pegar o sindicato, porque o negócio é muito chato, fica sob intervenção...”. Então, eu acabei aceitando. (...) Dos jornalistas mesmo. Eu tenho a impressão também que houve um pouco de receio das pessoas se candidatarem, tendo em vista a intervenção. Gato escaldado também (...) E aí também pesou muito no sentido ideológico. Nunca me envolvi também (...) (FREITAS NETO, 2000).

A fala do jornalista nos dá a percepção de que teria havido um movimento dos próprios jornalistas dentro do jornal *O Estado do Paraná*, onde trabalhava e era diretor de redação há vários anos, para a escolha de seu nome como presidente. Seria uma sustentação da base dos trabalhadores para tal escolha, especialmente por sua experiência anterior, mas também por sua proximidade, e com a “devida” distância ideológica, da

ação sindical que vinha sendo feita até poucos anos antes do Golpe de 1964. Apesar de ter participado da chapa que disputou a eleição de 1963 na oposição, Freitas Neto era um jornalista que fazia questão de manter-se, como ele próprio afirma, distante do envolvimento com a política, portanto, ideal para aquele momento de instabilidade política do país. Ao dizer que nunca se envolveu, referindo-se a questões ideológicas, tendo isto como algo positivo e que denotava sua pré-condição para voltar a assumir a presidência do Sindicato, o jornalista-sindicalista destacou algo que pode ser remetido à dimensão dos conceitos da profissão de jornalista, já observados a partir da década de 1950, sob uma ótica nem tanto particular, posto que na década de 1960 já compartilhada coletivamente: tornou-se parte da cultura jornalística idealizar a necessidade de manter distância, ou a chamada *imparcialidade*, diante das posturas ideológicas dos agentes em conflito na sociedade, o que conferiria, na visão destes trabalhadores, supostamente mais objetividade e isenção no tratamento destas questões como profissionais de imprensa.

Enquanto nas atas de reuniões da diretoria e assembleias não se observa qualquer registro sobre discussões a respeito do momento político – quanto aos Atos Institucionais, por exemplo – ou mesmo de questões que estavam afetando os trabalhadores, como o fim da estabilidade no emprego –, algumas ações no campo da reivindicação salarial e da ação política apontam na direção contrária.

O que se percebe no processo de negociação salarial destes dois primeiros anos é que o poder reivindicatório do Sindicato, apesar das condições desfavoráveis do ambiente político-sindical, mantém-se o mais próximo possível do construído entre 1955 e 1964, inclusive com algum embate com o setor empresarial. Também é visível que houve uma mudança no padrão da pauta de 1966 para 1967, sendo a última mais elaborada e lembrando a forma utilizada até 1964, especialmente o acordo realizado após a greve de 1963, que também definiu os salários de forma estratificada para as diversas funções nas redações de jornais. É nítido também que os diretores do Sindicato não só comandam o processo de negociação desde o início, mas também decidem sobre o Acordo nas assembleias, observando-se o baixo grau de participação nas mesmas.

Justamente pelas pré-condições que levaram aquele grupo à direção sindical, tornou-se possível em março de 1966 a realização em Curitiba do XI Congresso Nacional dos Jornalistas, o primeiro congresso de trabalhadores no país após o Golpe de 64, uma “aventura”, na lembrança do então presidente do Sindicato, Freitas Neto. Ele destaca a dificuldade para manter a realização do evento, valendo-se de seu currículo militar (ex-pracinha) para obter respeito dos militares e uma margem de manobra para desarmar os espíritos. O XI Congresso Nacional dos Jornalistas foi definido em setembro de 1963, durante a realização do X Congresso, em Brasília, realizado apesar das turbulências políticas já em andamento. Sua realização naquelas circunstâncias teria sido possível somente nas condições em que o Paraná havia se adaptado.

O que segue a esta gestão é um misto de homenagens, turbulências e a queda de uma diretoria inexpressiva, cuja adaptação ao momento político-sindical pode ser classificada como alienada. O que é aqui chamado de **adaptação alienada** é um processo que inicia em fins de 1967, quando não há candidatos para a eleição sindical, o que provoca a necessidade de uma Junta Governativa, a segunda desde a fundação do Sindicato.

A gestão iniciada em agosto de 1968 teve momentos tensos e durou menos de dois anos, embora devesse ser a primeira a permanecer no comando do Sindicato dos Jornalistas por três anos, conforme mudança na legislação trabalhista – decreto-lei nº 771, de 19 de agosto de 1968. Apesar do tempo menor de permanência a frente do Sindicato, a diretoria eleita protagonizou um episódio singular na compreensão da concepção de sindicato, mostrada por uma parte ativa e mobilizada dos sindicalizados.

Além de alterar procedimentos anteriores nas negociações salariais, o que será abordado a seguir, inovou propondo, em dezembro de 1968, homenagens a dois jornalistas: um atuando como assessor de imprensa e outro como relações públicas. A homenagem não gerou maiores reações. Um ano depois, novamente foram escolhidos alguns jornalistas para homenagens como os melhores do ano em diversas funções, mas aí a reação foi violenta dentro da própria diretoria. Entre os 23 diretores eleitos, 20 renunciaram uma semana após a decisão. (SJPP – 03/03/1946 a 31/07/1984 – Atas das reuniões de diretoria em 4 e 9 de dezembro – fls. 50 e 51).

Mussa Assis, então dirigente sindical e à época diretor no jornal O Estado do Paraná, foi quem deu uma versão esclarecedora sobre a questão, e foi um dos que assume ter ficado contra a direção executiva do Sindicato naquele episódio.

Era uma diretoria que, assim que assumiu, a primeira coisa que o Elias quis fazer foi promover festa. E de repente aparece uma lista, patrocinada pelo Sindicato, premiando os melhores jornalistas... bem *típico daqueles concursos* feitos pelo Diário Popular. Troço totalmente descabido, que provocou uma revolta em todos nós, que estávamos vivendo um período duro. E achamos que um troço desses era desagregador. (...) Nós estávamos num momento em que o Sindicato deveria reagir. Adotar certas posições políticas, com o quadro que estava no país, de censura, etc. Os jornais isoladamente estavam reagindo à sua maneira (...) nós demos manchetes todas elas pesadas na época (...), enquanto foi permitido nós fizemos uma cobertura correta das coisas(...). Havia esse atrevimento até no caso do empresário, que permitia fazer isso... e o Sindicato fazendo festinha, convescote... (ASSIS, 2002).

Evidencia-se, na medida em que ocorria o confronto entre aqueles jornalistas e a diretoria do biênio 1968/1970, uma disputa com base na noção de pertencimento ao grupo profissional. Jornalistas “de pouca atividade”, traduzidos como profissionais que não atuavam em redação de jornais de expressão, como observou o entrevistado Mussa Assis, assumiram o comando do Sindicato. Empregaram ali uma visão sindical

desligada das referências de ação sindical até então reconhecidas como legítimas pelos jornalistas, que por oposição, seriam os de “atividade em jornais de expressão”. Esses dirigentes, portanto, não são reconhecidos como jornalistas na concepção dos jornalistas que atuavam nas redações de jornais.

No tocante aos salários vale destacar a negociação com as empresas, distante da categoria. Em duas ocasiões, em reuniões de diretoria, há registro sobre a negociação. Na primeira, em 28 de novembro de 1968, é mencionado que o reajuste salarial precisa ser discutido, pois sua vigência encerra em 31 de janeiro de 1969 e que na próxima reunião a diretoria deverá “esquematizar o problema”; na segunda, em 12 de dezembro, há somente a menção de que o presidente discutiu o assunto com o Delegado Regional do Trabalho e encaminhará a esta autoridade um ofício a respeito, com o objetivo de que o Delegado encaminhe as reivindicações às empresas. Tal ofício é feito e posteriormente a diretoria é oficialmente comunicada na reunião do dia 2 de janeiro de 1969 (SJPP – 03/03/1946 a 31/07/1984 – Ata de reunião de diretoria em 2 de janeiro de 1969, fl. 41).

Assim, para o Acordo de 1969, a nova diretoria não promove o debate internamente, muito menos entre os jornalistas. Sequer ele acontece como registrado nos anos de 1966 e 1967, em Assembleias que aprovam uma proposta da diretoria. Após insistentes solicitações do Sindicato à Delegacia Regional do Trabalho – para definição do índice de reajuste pelo Departamento Nacional do Trabalho –, o Acordo é fechado na base de 25% de reajuste no dia 14 de fevereiro e ratificado em 5 de março, numa reunião de diretoria. Pelo registro sucinto, não se pode dizer que houve grandes discussões com as empresas.

A noção de pertencimento ao grupo que compunha a maioria dos jornalistas naquele momento, inevitavelmente deveria ser aplicada à escolha das lideranças sindicais. Isso não ocorreu antes, aparentemente, pelo desinteresse de assumir o controle do sindicato nas condições já expostas. Isso faz crer que no final de 1969, início de 1970, os jornalistas entenderam que precisavam fazer uma opção entre ver o Sindicato dominado por uma corrente que imprimia uma não ação sindical e uma outra, que imprimisse uma ação de tipo integrada aos objetivos do regime militar, mas ao mesmo tempo e naquelas circunstâncias, desse um mínimo de estabilidade ao projeto sindical iniciado em 1945. Talvez não seja obra do acaso que três meses após ser eleita, a diretoria seguinte tenha programado a comemoração de 25 anos da entidade, a primeira menção em ata sobre o 12 de outubro como data de fundação do Sindicato. (SJPP, Ata de Reunião de Diretoria em 25 de setembro de 1970, fl. 72)

Na primeira reunião o grupo diretor eleito em 10 julho de 1970 – cujo presidente – Ayrton Baptista – e vários integrantes serão os mesmos nos próximos nove anos a frente do SJPPR –, define como preocupações básicas a obtenção de um telefone, resolver problemas com a tesouraria, revisão de estatutos, assistência médico-odontológica, problemas burocráticos com terrenos que eram do sindicato, participação em comissão

da Delegacia do Trabalho para “expurgo de elementos em situação irregular” e a aproximação com os diretórios acadêmicos de jornalismo.

Retornando às atas do Sindicato dos Jornalistas, muito pouco se registra quanto à censura aos meios de comunicação ou repressão a jornalistas. Porém, em 1º de junho de 1971, é significativa uma decisão da diretoria, em nota oficial para publicação em jornais de Curitiba, a respeito da demissão de um jornalista não sindicalizado, funcionário da Fundepar, órgão do governo do estado, cujas razões foram colocadas em suspeita pelo jornal *O Estado do Paraná*. Na nota, a diretoria do Sindicato, por unanimidade, considerou que a demissão era um problema de ordem administrativa, e no terceiro ponto da nota, explicita:

3 - O sindicato comunica, ainda, à classe, que continua atento e vigilante, na defesa dos interesses profissionais, sem qualquer envolvimento político, com altivez e independência, características da entidade. 4 – O sindicato comunica, outrossim, que está à disposição da classe na defesa de seus interesses, para a apreciação de problemas ligados ao exercício da profissão, não se responsabilizando, entretanto, pelo envolvimento do nome da entidade ou de quaisquer de seus diretores, em assuntos que fujam à sua competência (...). (SJPP, Ata de Reunião de Diretoria em 1º de junho de 1971, fls. 79 e 80).

O exemplo exposto leva a crer que essa postura apontava para a negação da hipótese de considerar a censura como algo que estivesse realmente afetando os jornalistas. Mas também afirmava, principalmente, o desejo daquela diretoria em não se envolver com o exercício politizado da profissão.

Mas quem eram aqui então os jornalistas? Profissionais que reproduziam tecnicamente as notícias, descolados da realidade, domesticados pela censura ou pela autocensura; ou profissionais que noticiavam a partir e por dentro dessa conjuntura, apesar das circunstâncias adversas de censura? O embate entre concepções de atuação profissional, a partir de componentes claramente ideológicos, salta do cotidiano das redações para dentro do Sindicato e passa a permear a atuação dos seus diretores.

A nota deixa clara a percepção de que eram conhecidas as questões político-ideológicas que estavam na ordem do dia jornalístico e, portanto, havia censura. Era uma questão de foro individual assumir as consequências por, de algum modo e sob qualquer modelo de interpretação, subverter essa situação. O que era negado efetivamente era o nível da repressão a que a imprensa também poderia estar sendo submetida.

Este tipo de atuação é o que aqui se classificou como **integrada**, pois não só atua dentro dos limites impostos pela conjuntura legal, como também se soma a ele ideologicamente. Participou inclusive de um projeto comum: o da revisão dos registros de jornalista, em razão da então recente regulamentação da profissão na lei nº 972/69. A proposta partiu do Ministério do Trabalho e no Sindicato recebeu o apelido de “expurgo”. (SJPP – 03/03/1946 a 31/07/1984 – fl. 67-68, 75).

Em que pese a possibilidade de estabelecer-se um “expurgo” com o objetivo de eliminar quem estava atuando de forma irregular na profissão, não há como negar a convergência de interesses entre o Ministério do Trabalho e a diretoria do Sindicato naquele momento. Há, inclusive, menção em ata de decisão da diretoria em acatar o despacho da Delegacia Regional do Trabalho, com lista de nomes a terem seus registros cassados, com um acréscimo: “reservando-se, entretanto, a impugnar nomes que, apesar da triagem, ainda tenham passado pelo crivo da referida comissão e do Delegado do Trabalho”. (SJPP – 03/03/1946 a 31/07/1984 – fl. 78)

Sobre o XVI Congresso Nacional, realizado em 1976, é eloquente a divisão ideológica quanto ao debate sobre a censura. Embora houvesse uma grita unânime contra, especialmente a censura prévia, a maioria dos participantes votou em comissões e plenário opondo-se a uma resistência aberta e sistemática, conclamada por jornalistas de São Paulo e Minas Gerais.

Num longo documento intitulado “Censura e Liberdade de Imprensa”, os paulistas pedem, entre outros itens, que os sindicatos estimulem as escolas de comunicação a discutir a questão da censura em alguma disciplina específica; apoiar, por todos os meios, as manifestações de resistência e protesto de jornais e jornalistas vítimas da censura; fazer-se presente em atos públicos contra a censura; realizar um congresso extraordinário no ano seguinte exclusivamente para discutir o tema. Todos os itens destacados acima foram rejeitados integralmente. Na prática, o que não foi aprovado foi o conflito aberto contra o regime militar, a manifestação pública e acintosa, a tomada de posição dos Sindicatos e da Federação Nacional dos Jornalistas – Fenaj para enfrentar e denunciar sistematicamente os mecanismos da censura. (**Anais do XVI Congresso Nacional dos Jornalistas Profissionais**, 1976, p. 147).

A visão apresentada pela maioria dos delegados e os atos dentro da diretoria do Sindicato do Paraná, tinham traços comuns, o que tornou coerente a escolha de Ayrton Baptista para a presidência da Federação Nacional dos Jornalistas em 1977.

Retornando ao campo das negociações salariais, em 23 de dezembro 1970, com pouco mais de seis meses de atividade, o presidente põe em discussão, em reunião de diretoria, a necessidade de definir as reivindicações para a revisão do Acordo Salarial, cuja vigência encerra em 31 de janeiro de 1971. Recupera-se o expediente da escolha de uma comissão interna para avaliar o assunto, a exemplo do que ocorreu em 1966 e 1967. Naquele ano as principais reivindicações eram: reajuste de 30%, adicional por tempo de serviço (5% como quinquênio), 50% de acréscimo para cargos comissionados, férias de 30 dias, gratificação por serviços prestados a mais de um veículo de uma mesma empresa. A proposta foi então aprovada pela diretoria e apresentada no mesmo dia, 15 de janeiro de 1971, em Assembleia Geral Extraordinária, também sendo aprovada. Em 16 de fevereiro de 1971, pouco mais de 30 dias após, a contraproposta patronal – 25% de reajuste e negação a qualquer outro dos itens reivindicados – foi aprovada, com ressalva de que algumas empresas estavam abertas a discutir esses outros itens separadamente,

fora do Acordo. (SJPP, Atas de Assembleias Gerais em 15 de janeiro e 16 de fevereiro de 1971, fls. 75 e 77).

No início de 1976 os jornalistas reivindicavam 40% de reajuste, mais 10% a título de produtividade. Obtiveram 36%, índice de inflação definido pelo governo federal. A notícia foi dada na Assembleia de 18 de março pelo próprio presidente Ayrton Baptista, que conforme a ata, “manteve contatos com representantes das empresas jornalísticas”. A obtenção desse índice de reajuste foi considerada negativa pelo então presidente, pois “em seis anos de sua gestão, somente nesta oportunidade os salários foram reajustados dentro dos índices oficiais. Nas ocasiões anteriores, as majorações sempre foram conseguidas em níveis razoavelmente acima das estabelecidas oficialmente”. Mesmo assim, as empresas aceitaram as férias de 30 dias, reivindicação antiga, embora as demais cláusulas tenham sido negadas. (SJPP – 03/03/1946 a 31/07/1984 – Ata de reunião de diretoria em 18 de março de 1976 fl. 114).

Na ponta da negociação com os patrões há uma revelação da estratégia utilizada pelo presidente Ayrton Baptista:

Fazíamos reuniões de aumento salarial e renovação de contrato com quem? Com o Nereu... ou com o sucessor dele, que foi o Alan... do Diário do Paraná. Com Natal Strapasson, do Diário Popular; Dilmar Archegas, da Gazeta do Povo. Fazíamos no Diário do Paraná, na Gazeta do Povo, em qualquer lugar, ... na Delegacia do Trabalho. E eu colocava: olha: precisa dar uma mão. (...) Então sempre... todo ano, nós conseguíamos alguma coisa, na base da amizade, da conversa, da choradeira, até bem um ano, em 1976, que eles não abriram mão. Então nós conseguimos sabe o quê? As férias de 30 dias, pelo menos. (BAPTISTA, 2001)

No mesmo ano do XVI Congresso, logo após, acontece a primeira eleição com disputa de chapas durante a ditadura militar. Emergiam duas correntes que podem ser observadas a partir de dois personagens: na oposição, Milton Ivan Heller, um dos dirigentes cassados em 1964 (que fora suplente da diretoria em 1964, militante do Partido Comunista Brasileiro e agora reaparecendo como candidato a presidente); e na situação, Carlos Danilo Costa Côrtes, ex-presidente em 1964 da Junta Interventora, ressurgindo como candidato a membro do Conselho de Representantes. Complementando o quadro, a chapa situacionista tinha como candidato a presidente Ayrton Luiz Baptista, eleito nas duas últimas eleições, portanto concorrendo à segunda reeleição. Ele tinha no currículo profissional os cargos de comando no jornal Diário do Paraná e na Secretaria de Imprensa de dois governadores.

Quanto às bandeiras de campanha, o presidente que concorria à segunda reeleição, Ayrton Baptista, resumiu à necessidade de melhoria salarial e produtividade. Entretanto, foi além no campo ideológico: “Eu acho que nós formávamos um time representativo na imprensa. Naturalmente esse grupo tinha simpatia do pessoal de direita, dos

jornais. Nunca ninguém me disse: eu vou votar em você... (...) mas obviamente, esse pessoal estava conosco. (...) eles não queriam, fosse quem fosse, que viesse bagunçar o coreto deles”. (BAPTISTA, 2001)

Fica nítido o caráter mais significativo daquela chapa, cujo grupo em boa parte permanecia na direção sindical há 12 anos e a maioria há seis. Embora o compromisso de campanha fosse a melhora nos salários, estava implícito que o compromisso que efetivamente levaria o grupo a mais um mandato era o de estancar qualquer movimento que viesse a “bagunçar o coreto”.

Interessante nesta disputa foram as plataformas de campanha impressas pelas duas chapas, quase idênticas. Segundo Milton Heller, as propostas foram copiadas da oposição pela situação. Mas um ponto é diferente e faz crer que ali estava um dos itens de embate entre as duas chapas.

A chapa nº 1, liderada por Ayrton Baptista, destacava nos primeiros três itens da Plataforma Administrativa questões relativas à regularização de profissionais, mas também ressaltava: “Continuar a luta para evitar que movimentos estranhos à classe e até mesmo com o apoio de profissionais desinformados consigam um novo prazo para o registro profissional, o que fere frontalmente os interesses dos profissionais devidamente habilitados e dos estudantes de comunicação” (CHAPA Nº 1, Plataforma de Campanha, 1976).

Os opositoristas de 1976 têm sua concepção construída mesclando elementos de ação mobilizadora do período 1959/1964, com os de movimentações sociais e políticas no início da chamada Abertura. Outro componente importante aqui é relacionado à formação profissional, na medida em que centenas de novos jornalistas surgem no mercado a partir das faculdades e não mais exclusivamente dentro das redações.

Entretanto, apesar da mobilização inclusive durante o XVI Congresso Nacional, foram derrotados.

Na segunda eleição com disputa de chapas no período, em 1979, embora haja convergência das duas em se opor à visão sindical empregada ao longo dos anos 1970, a chapa vencedora assumiu, segundo um de seus diretores, Arnaldo Cruz, o discurso da transição, afastando os que poderiam ser enquadrados como “extremistas”. O embate teria ocorrido nos planos ideológico e da ética no exercício profissional.

Ao racionalizar a montagem da chapa, como sendo de transição, aqueles jornalistas mantiveram, sem que isso fizesse necessariamente parte das discussões, a influência do conceito da “imparcialidade” (ou o não envolvimento com as partes em conflito), recorrente na profissão e aqui sendo reaplicado na atuação de suas versões como jornalistas-sindicalistas. Ainda que se possa contestar a ideia de chapa de transição, é inegável que o raciocínio apresentado pelo entrevistado Arnaldo Cruz apontava na direção da aceitação inerente do conceito da “imparcialidade” para obter um resultado esperado, mesmo que a discussão sindical não envolvesse diretamente a prática jornalística.

Pela chapa que perdeu as eleições, o candidato a presidente, Luiz Geraldo Mazza, observa que a oposição entre as duas chapas, ambas aparentemente de esquerda, tinha também uma tonalidade que passava pela questão esquerda/direita, alegando que o presidente que deixava o cargo apoiava seu oponente, Desidério Peron, mas também por outra, de ordem ética. A disputa ideológica seria resultado do pragmatismo gerado pelas circunstâncias.

O Ayrton era a marca do regime. Ele era um líder, não dá para negar. Se não me engano o Ayrton ficou com o Peron, doutor. Nós tentamos fazer um acordo, na casa do Haroldo Murah, entre eu e ele. Nada..., e depois é claro: se eles tinham uns canalhas na diretoria, na nossa também tinha uns caras que eu não gostaria... da questão do pragmatismo. O que era o pragmatismo: aquelas pessoas que acham que jornalista é o cara para tirar vantagem. Foram os caras que fizeram a tal chapa anticomunista, eles usaram o anticomunismo prá mostrar a repulsa que tinham a nós. Que nós éramos realmente de “esquerda”. Não tinha nada. A bronca deles era a questão moral nossa. Nós tínhamos bronca com jornalista que belisca, que morde. Na minha também tinha. Nós éramos radicais nisso. E a sociedade ela não estava tão, como acabou ficando... Hoje levam os melhores para o Palácio... (MAZZA, 2000)

É óbvio que não se propõe a aceitação de que todos os jornalistas formados em redação de jornais admitissem como natural o ato de “morder”; ou por outro lado, que todos os jornalistas formados em universidades condenassem o ato, muito menos a deixassem a prática em si de lado. No entanto, a partir da regulamentação profissional em 1969 e da consequente obrigatoriedade da passagem pela universidade, desenvolveu-se entre os jornalistas um debate sobre conceitos éticos que antes tinha menor reverberação nas redações.

A chapa de Arnaldo Cruz sairá vencedora, e em razão da necessidade urgente da organização burocrática e da busca da nova sede, a diretoria valeu-se de um espírito de colaboração nas campanhas salariais. Foi estabelecido inicialmente em bases francas com jornalistas mais ativos nas assembleias.

A partir de julho de 1983 a nova diretoria sofrerá embates com uma nova concepção sindical, influenciada pelos acontecimentos da região do ABC em São Paulo. Nas assembleias cria-se a figura da Comissão de Mobilização, que visa organizar os jornalistas nas redações para o enfrentamento com os empresários. É uma concepção que não estava contemplada entre os dirigentes eleitos em 1979.

Considerações finais

Com estes antecedentes pode-se chegar a três possibilidades de entendimento em relação aos grupos que assumiram o comando do Sindicato entre 1964 e 1979: primei-

ro, a de que não gozavam de autonomia para definir uma concepção de ação sindical própria, embora ao mesmo tempo aceitassem atuar dentro de margens restritas concedidas pelo regime; segundo, a de que apesar de não serem absolutamente autônomos, nem por isso deixavam de ter uma concepção da ação sindical, claramente integrada ou adaptada às circunstâncias; e terceiro, num outro viés, debatiam-se por conceitos éticos, como a imparcialidade, arraigados entre as concepções do exercício profissional.

Na prática, aparentemente, estabelece-se nesse período uma acomodação da maioria dos filiados, em detrimento de uma ação sindical ativa politicamente, mais mobilizadora, mesmo que fosse exclusivamente para reivindicações de interesse específico como salários e melhorias nas condições de trabalho. Acomodação esta que a noção de pragmatismo aplicado à prática profissional, explica em boa parte.

No quesito ética, entende-se que as concepções são neste caso, apreendidas e defendidas como parte da identidade profissional, um processo que se consolidou ao longo da construção dessa identidade. Aqui vem à tona um ponto chave para o entendimento mais amplo das correntes que se enfrentaram no período. A questão de mudanças de concepção a partir da base de formação profissional parece particularmente reveladora da estrutura vigente até meados da década de 1970 e que a partir de 1976, com mais evidência, foi sendo profundamente alterada.

Referências

ASSIS, M. J., Curitiba, 17 de janeiro de 2002. BAPTISTA, A. L., Curitiba, 21 de junho de 2001.

BORDIEU, P. **Razões Práticas – Sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus, 1996.

CAMARGO, W. R., Curitiba, 5 de fevereiro de 2002.

CAVALCANTI, M. Curitiba, 17 de maio de 2001 e 7 de fevereiro de 2002. CHAPA 2 ATIVAÇÃO, **Boletim 3 para as eleições do Sindicato dos Jornalistas de 1976**, 1976.

CHAPA Nº 1, **Plataforma de Campanha às eleições do Sindicato dos Jornalistas de 1976**, 1976.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do Jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

CRUZ, A. A., Curitiba, 22 de setembro de 2000. FREITAS NETO, J. D. Curitiba, 19 de dezembro de 2000. JOAQUIM, J., Curitiba, Curitiba, 8 de fevereiro de 2002. MAZZA, L. G., Curitiba, 27 de setembro de 2000.

SÁ, A. **O Jornalista Brasileiro**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1999. SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO PARANÁ. **Livro de Atas de reuniões e Assembleias Gerais, 03/03/1946 a 31/07/1984**.

SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO PARANÁ. **Livro de Atas – Assembleias Gerais Ordinárias e Extraordinárias – 31/07/1984 a 22/10/1995**.

SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO PARANÁ. **Relatório de Atividades de 1966, 1967**, (documento não paginado)

Jornalismo Científico no Brasil: aspectos históricos e contemporâneos¹

Rafaela Sandrini²

Resumo: Atividades consistentes de divulgação científica no Brasil só teriam iniciado nas primeiras décadas do século XIX, com a chegada da família real portuguesa em terras brasileiras. A partir daí, houve estímulo à criação de uma cultura científica no país. O público brasileiro passou a ter grande curiosidade por temas ligados à ciência e houve um incremento na gama de produtos, canais, ações e processos destinados à veiculação de informações sobre o âmbito científico. O século XX foi marcado pela consolidação e institucionalização da pesquisa científica no país, com o aparecimento das primeiras faculdades e institutos de pesquisa e a criação de sociedades científicas. Foi nas décadas de 1980 e 1990, inclusive, que houve o grande *boom* da divulgação científica e do jornalismo científico no Brasil. Entretanto, em meados dos anos 90 já se observava grandes baixas no jornalismo de ciência praticado nos meios de comunicação tradicionais, com a perda de empregos, fechamento de seções de jornais e redução da cobertura da ciência. E essa crise enfrentada pela área parece se manter nessas duas primeiras décadas do século XXI e tem exigido reflexões sobre a criação novos modelos de comunicação da ciência, sobretudo através da Internet.

Palavras-chave: aspectos históricos; jornalismo científico; Brasil.

O início da divulgação científica no Brasil

Se na Europa e nos Estados Unidos os séculos XVI e XVII destacaram-se como período de ebulição da divulgação científica e do jornalismo científico, no Brasil iniciativas mais consistentes de difusão da ciência teriam iniciado somente quando a corte portuguesa se instalou em terras brasileiras, no início do século XIX (OLIVEIRA, 2005). De acordo com Moreira e Massarani (2002), raras ações ligadas à ciência foram

1 Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestranda em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Jornalista formada pela Universidade para o desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí (Unidavi). E-mail: <rafaelasandrini@yahoo.com.br>.

desenvolvidas pelo governo português no Brasil antes disso e a maioria delas se restringia a respostas a necessidades técnicas ou militares:

No Brasil dos séculos XVI, XVII e XVIII, uma colônia portuguesa de exploração, atividades científicas ou mesmo de difusão das ideias modernas eram praticamente inexistentes. O país tinha uma baixíssima densidade de população letrada, era mantido sob rígido controle e o ensino, quase unicamente elementar, esteve nas mãos únicas dos jesuítas até meados do século XVIII (*Ibid.*, p. 44).

Algumas academias destinadas a publicações, estudos e debates relacionados às ciências até foram criadas no século XVIII, mas tiveram duração breve em decorrência da censura imposta pela metrópole.

Conforme Moreira e Massarani (2002), entre o final do século XVIII e início do século XIX, muitos dos brasileiros que haviam ido frequentar cursos superiores em países como Portugal, França, Bélgica e Escócia estavam retornando para o Brasil e contribuíram com uma difusão gradativa das novas concepções no campo da ciência. Porém, ações consistentes de publicação de materiais ligados à ciência só teriam iniciado mesmo nas primeiras décadas do século XIX, com a chegada da família real portuguesa ao Brasil³.

Os navios vieram abarrotados de tudo quanto havia de valor: os tesouros do Estado, obras de arte, joias, móveis e pratarias. [...] Acompanhavam esses objetos uma plêiade de intelectuais versados em conhecimentos científicos, um grupo de membros da Academia de Ciências de Lisboa e uma quantidade significativa de professores, todos carregados de ideias e planos, ansiosos por aplicá-los na nova sede da monarquia (OLIVEIRA, 1999, p. 1).

Como explica Oliveira (1999), entre as primeiras providências, D. João instituiu a abertura dos portos e a liberdade de imprensa, criou escolas de medicina, escolas militares com *status* de curso superior, cursos avulsos de ciências, bibliotecas, jardins botânicos e o Museu Nacional. Em 1808, a criação da Imprensa Régia, “a primeira tipografia a ser fundada no Brasil, também teve um importante papel no desenvolvimento da cultura nacional, publicando os primeiros livros didáticos, as primeiras obras científicas traduzidas e nacionais, e muita literatura pátria” (FREITAS, 2005, p. 10). O novo governo acabou estimulando, então, a criação de uma cultura científica no país. Periódicos não especializados como *A Gazeta do Rio de Janeiro*, *O Patriota*, *Idade d’Ouro do*

3 Nessa época, a Europa estava em guerra. O imperador francês Napoleão Bonaparte queria expandir seus domínios e passou a invadir diversos impérios. Como a Inglaterra resistia, em 1806, Napoleão decretou o Bloqueio Continental, cujo propósito era “encurrular e eliminar as vias de acesso de que o Comércio inglês dispunha no continente europeu[...] Aliado tradicional da Inglaterra, Portugal, na iminência de ser invadido pela França, por manter laços comerciais com os ingleses e sem condições de resistir militarmente a os franceses, embarcou sua corte com destino ao Brasil, aqui chegando em janeiro de 1808” (OLIVEIRA, 1999, p. 1).

Brasil, O Investigador Português e O Correio Brasiliense (estes dois últimos editados na Inglaterra) já publicavam artigos e notícias relacionados à ciência.

A segunda metade do século XIX foi marcada pela segunda revolução industrial na Europa e pela intensificação das atividades de divulgação também no Brasil. O público ilustrado brasileiro passou a ter uma grande curiosidade por temas ligados à ciência e o interesse do imperador D. Pedro II pela área foi fator favorável para o surgimento de algumas atividades ligadas à difusão dos conhecimentos científicos.

Na década de 1860 iniciam-se as Exposições Nacionais, que tinham como proposta serem vitrines da produção industrial e agrícola nacionais (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p. 49) e preparar o desempenho do Brasil para as Exposições Universais (AMOROSO, 2006). Já nos anos de 1870, a ligação telegráfica do Brasil com a Europa permitiu que os jornais pudessem divulgar informações sobre as novas teorias e descobertas da ciência de forma mais atualizada. Outra iniciativa importante do período foram as conferências públicas. Em 1873 surgiram, por exemplo, as Conferências Populares da Glória, que durariam quase 20 anos e que foram uma das atividades de divulgação científica mais significativas da história brasileira. Essas conferências eram realizadas em escolas públicas da Freguesia da Glória e abordavam um conjunto amplo e eclético de temas (FONSECA, 1996).

Deve-se enfatizar também a importante atuação dos museus de história natural e, sobretudo, do Museu Nacional, que durante o século XIX desenvolveu diversas atividades de divulgação. Entre elas, os cursos populares, que iniciaram em 1876 e eram ministrados pelos diretores e vice-diretores das diferentes seções do museu. As temáticas estavam relacionadas às ciências naturais. Os cursos tiveram boa repercussão, mas ao longo dos anos foram se tornando cada vez mais escassos.

Nas três últimas décadas do século XIX destaca-se, ainda no Brasil, o lançamento de várias revistas que contribuíram para a popularização das ciências: Revista do Rio de Janeiro, Ciência para o Povo, Revista Ilustrada, e Revista do Observatório.

Como explicam Moreira e Massarani (2002), no final do século XIX, além de muitos cientistas estrangeiros que passaram pelo país, alguns outros vieram morar em terras brasileiras, o que pode ter estimulado alguma forma de difusão científica, já que estes cientistas viajavam por lugares remotos do país e interagem com a população. Uma característica curiosa desse período é que os principais divulgadores da ciência eram pessoas que tinham alguma ligação com a ciência, seja pela prática profissional (como, por exemplo, professores, engenheiros ou médicos) ou por atividades científicas (como os naturalistas, por exemplo) (*Ibid.*). Assim, não teve lugar de destaque nesse período a atuação de jornalistas ou escritores interessados em ciência.

Na última década do século XIX e início do século XX teria havido ainda um refluxo nas atividades de divulgação científica, com diminuição de conferências, cursos populares e envolvimento de professores e cientistas, bem como decréscimo no número de revistas e artigos referentes à divulgação (MOREIRA; MASSARANI, 2002). Torna-

-se importante destacar, entretanto, a atividade realizada pelo jornalista e engenheiro Euclides Rodrigues da Cunha. Apesar de não ser considerado um jornalista científico, Euclides trouxe enorme contribuição à área durante a cobertura que fez da Guerra de Canudos, no interior da Bahia, no ano de 1897, a serviço do jornal *O Estado de S. Paulo*. A guerra consistia no confronto entre o exército brasileiro e os habitantes do local liderados pelo religioso Antônio Conselheiro, que pregava contra a república. Além das matérias que escreveu sobre o levante para *O Estado de S. Paulo*, o jornalista também publicou em 1902 o livro *Os Sertões*.

Nele [livro *Os Sertões*], o jornalista faz em vários momentos profunda reflexão sobre a influência do meio ambiente na formação do homem brasileiro, em diversas regiões do país. Discute as variações do clima, da qualidade da terra, da vegetação, da água e dos minerais [...]. Euclides preconiza o jornalismo científico e ambiental contextualizado e interpretativo, no qual a informação científica dá suporte à compreensão da realidade (OLIVEIRA, 2005, p. 32-33).

No início do século XX, a pesquisa científica ainda não estava consolidada no país. Mesmo assim, na década de 1920, há um crescimento das iniciativas de divulgação científica no Rio de Janeiro.

Ele [o crescimento das atividades de divulgação científica] está ligado ao surgimento de um pequeno grupo de pessoas – entre as quais Manoel Amoroso Costa, Henrique Morize, os irmãos Osório de Almeida, Juliano Moreira, Edgard Roquette-Pinto e Teodoro Ramos –, que participaram intensamente de várias atividades que buscaram traçar um caminho para a pesquisa básica e para a difusão mais ampla da ciência no Brasil. [...] Formava-se, ali, um embrião da comunidade científica brasileira que, em um movimento organizado, tentava criar condições para a institucionalização da pesquisa no país (MOREIRA, MASSARANI, 2002, p. 52-53).

Na época, várias publicações passaram a se dedicar à popularização da ciência, coletâneas científicas foram criadas, jornais diários, mesmo que de modo esporádico, começaram a abrir espaço para a ciência, livros nacionais e traduzidos destinados à divulgação da ciência foram publicados e conferências públicas foram realizadas.

Um marco importante para a época foi a criação da Sociedade Brasileira de Ciências, em 1916, e que, em 1922, se transformou na Academia Brasileira de Ciências (ABC). Entretanto, tinha caráter elitista e no início representava apenas as ciências médicas e biológicas (FERNANDES, 1990, p. 28).

Como afirmam Moreira e Massarani (2002), entre as décadas de 1930 e 1970 –período marcado pelo fim do autoritário regime do Estado Novo e reestruturação do regime democrático no Brasil – a evolução da ciência no país se deu de forma lenta, embora tenham ocorrido eventos importantes no aspecto da institucionalização da mesma, como

o aparecimento das primeiras faculdades de ciências e institutos de pesquisa. De acordo com Oliveira (2005, p. 28-29), “enquanto as liberdades de expressão sofregamente ganhavam espaço após o Estado Novo, foi também a partir de meados da década de 1940 que a ciência brasileira entrou definitivamente na agenda do governo e da sociedade”. Conforme destaca a autora, a instituição da ciência no Brasil, como ocorreu em outros países, foi bastante influenciada pelo fim da Segunda Guerra Mundial e pelo impacto que os avanços tecnológicos utilizados durante o combate causou no mundo.

Um fato significativo neste período foi a criação da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), em 1948, que diferente da ABC, se definia como uma organização dedicada a defender os interesses de toda a comunidade científica.

Outro acontecimento expressivo para ao desenvolvimento da ciência no país foi a criação, em 1951, do Conselho Nacional de Pesquisas, o CNPq⁴, a primeira agência de fomento à pesquisa no Brasil, que:

[...] representou o primeiro esforço significativo nacional de regulamentar a ciência e a tecnologia no país. Durante mais de três décadas, até a criação do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) em 1985, o CNPq foi o principal órgão responsável pelas ações de C&T empreendidas pelo governo federal (OLIVEIRA, 2005, p. 29).

Nos anos pós-guerra e no período democrático vivido entre 1945 e 1964, a divulgação científica também ganhou mais espaço na imprensa brasileira. Conforme Esteves (2011), os pesquisadores estavam interessados em tornar a ciência familiar ao público em busca de maior apoio na luta por mais recursos e melhores condições de trabalho. Assim, os cientistas tiveram espaço nos maiores jornais e revistas do país, através de artigos, colunas e suplementos publicados.

Em 1948, o fato de o físico brasileiro Cesar Lattes ter participado da detecção em laboratório do *méson pi*, na Universidade da Califórnia, em Berkeley, acabou chamando a atenção da imprensa e contribuindo para o interesse do público na ciência.

“Em nota da agência de notícias Reuters reproduzida com alarde por muitos jornais, o fato foi descrito como ‘o maior feito da ciência moderna desde a descoberta da desintegração do urânio em 1930’” (ESTEVES, 2011, p. 17). Lattes foi mitificado como herói e o feito mereceu cobertura em vários jornais e revistas semanais.

Ainda nos anos 1940 merece reconhecimento o trabalho realizado pelo médico, pesquisador e jornalista José Reis, que é considerado por muitos um dos precursores do jornalismo científico no Brasil. A partir de 1930 Reis começou a publicar artigos e folhetos para o público não especializado e a desenvolver trabalho de divulgação científica em jornais diários como *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*, em revistas agrícolas como *Chácaras e Quintas* e na *Rádio Excelsior*. Como pesquisador e jornalista “publi-

4 Através da Lei nº 6.129 de 6 de novembro de 1974 passou a ser denominado Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, mas a sigla “CNPq” foi mantida.

cou mais de cinco mil trabalhos entre livros, artigos científicos e material jornalístico” (OLIVEIRA, 2005, p. 34).

Foi José Reis, junto com outros cientistas, que, em 1948, fundou a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC). O prêmio do CNPq destinado a premiar indivíduos e instituições que desenvolvem trabalhos importantes na divulgação científica leva o nome de José Reis, em reconhecimento à grande contribuição que o jornalista deu à área.

Em 1964, a instauração do regime militar causou profundas mudanças no país, seja no aspecto social, econômico ou educacional. No campo científico, a ditadura – que foi de 1964 a 1984 – instituiu atitudes radicais e até mesmo contraditórias.

[...] o regime militar agiu de duas maneiras diferentes em relação à comunidade científica, embora, talvez, com um só objetivo. Primeiro, reprimiu e expulsou da comunidade científica alguns dos mais eminentes cientistas em seus campos, especialmente os que podiam ser rotulados de esquerdistas. Em seguida, apoiou e promoveu a ciência e a tecnologia. O objetivo era, por um lado, ter cientistas e ciência integrados ao projeto do Brasil como uma grande potência, criando as condições internas para atrair o investimento do capital estrangeiro ou mesmo, como se afirmou nos planos, para criar tecnologia. Por outro lado, servia para incorporar a ciência e os cientistas como parte da essência do regime, ao incluir a ciência e a tecnologia como um dos programas principais, que organizariam a “hegemonia social” para o regime militar e lhe daria alguma legitimidade (FERNANDES, 1990, p. 41-42).

Assim, o início do período do regime militar foi caracterizado pelo generoso financiamento à pesquisa científica e pelo estabelecimento de uma política científica nacional. “Apesar dos aspectos ideológicos e políticos que circundaram esse momento da nossa história, é preciso reconhecer que foi um período de grande incentivo ao desenvolvimento tecnológico, que ainda hoje representa parte significativa da inteligência nesta área, na forma de institutos de pesquisa e universidades” (OLIVEIRA, 2005, p. 30-31).

O regime militar, contudo, ao mesmo tempo em que deu impulso ao desenvolvimento da ciência, limitou a atividade de divulgação científica. O jornalismo científico, por exemplo, sofria censura e “seguiu à risca a batuta dos censores, divulgando com ufanismo os grandiosos projetos da época – a Transamazônica, as grandes hidrelétricas, as indústrias bélicas (hoje quase todas extintas), o programa nuclear e o aeroespacial” (*Ibid.*, p. 31). As decisões que norteavam as políticas públicas de ciência não contavam com a participação do Congresso e nem da sociedade. A comunidade científica também estava alienada da política científica do governo.

Nos anos de 1970 houve, entretanto, uma pequena reviravolta. Em meado daquela década o milagre econômico alcançado pelo regime militar fracassou e os “benefícios

financeiros concedidos à ciência brasileira pelo regime militar começaram a se evaporar. Consequentemente, os cientistas começaram a sentir sua alienação mais agudamente” (FERNANDES, 1990, p. 38). A SBPC, que até então, em geral, apoiava o regime, passou a adotar uma visão mais crítica em relação ao governo.

Nos anos 70, as reuniões anuais da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, por razões políticas ligadas à oposição à ditadura militar, ganharam grande repercussão pública e na imprensa e atraíram milhares de cientistas, professores, estudantes etc. A divulgação da ciência voltou a ser considerada como significativa por uma parcela da comunidade científica, especialmente aquela que via a ciência como um elemento importante de superação do subdesenvolvimento e das mazelas sociais (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p. 59-60).

Ainda na década de 1970 pode ser destacada a criação da Associação Brasileira de Jornalismo Científico. A entidade foi fundada em 19 de setembro de 1977, na cidade de São Paulo, por um grupo de jornalistas que estavam preocupados em divulgar e democratizar o conhecimento científico e tecnológico. Como informa Oliveira (2005), José Reis foi o primeiro presidente da ABJC.

Já a década de 1980 marca o início da produção acadêmica na área com a tese de doutorado do jornalista Wilson da Costa Bueno, denominada “Jornalismo Científico no Brasil: os compromissos de uma prática dependente”, defendida na Universidade de São Paulo (USP), em 1987 (*Ibid.*, p. 40). Antes disso, Bueno já publicava diversos outros materiais que ajudam a tipificar o jornalismo científico da época. Para ele, o período era caracterizado pela inexistência de editorias especializadas em ciência e tecnologia e pela cobertura eventual da ciência que se limitava a algumas colunas assinadas, páginas nas edições de fim de semana e programas de televisão que davam mais ênfase à pseudociência e ao bizarro que a informações científicas de qualidade. O jornalista também criticava a falta de uma política nacional consistente para a área de ciência e tecnologia, e que concorria para que jornalistas e cientistas brasileiros simplesmente desconhecem o que se produzia em termos de inovação em outros países.

Bueno (1982) também desaprovava a estrutura e o currículo dos cursos de Comunicação que não previam a discussão de temas relacionados à ciência e a tecnologia no país. De acordo com o autor, agravava a situação o fato de que o setor privado pouco financiava as pesquisas brasileiras em ciência e tecnologia.

Apesar do cenário preocupante em que se encontrava o jornalismo científico até o início da década de 80, os anos de 1980 e 1990 inauguram uma época de expansão do jornalismo científico e da divulgação científica no país. Jornais diários passaram a ter seções próprias de ciência. Na TV apareceram programas especializados e matérias sobre a área eram mais frequentes nos noticiários do dia a dia. Em 1981 nasce a revista *Ciência Ilustrada* da Editora Abril. Em 1982 a Sociedade Brasileira para o Progresso da

Ciência cria, no Rio de Janeiro, a revista *Ciência Hoje* e, em 1986, a *Ciência Hoje das Crianças*. No mesmo ano foi criado o informativo quinzenal *Informe* (hoje *O Jornal da Ciência*). Em 1987, a *Super Interessante* é lançada pela Editora Abril. Nesse período também começam a serem criados os centros de ciência e a *Revista Brasileira de Tecnologia* (RBT) do CNPq é reformulada para tornar-se um instrumento de divulgação científica.

O grande desenvolvimento do jornalismo científico no Brasil na década de 80, além de refletir uma tendência mundial, pode também ser explicado pelo importante momento político que se vivia no país, com o fim da ditadura militar e o início do processo de redemocratização do Brasil.

Nos início dos anos 90, o jornalismo científico continuou a se expandir. Em agosto de 1991 a Editora Globo lança a revista *Globo Ciência*, hoje *Galileu*. Cresceu o número de assessorias de imprensa nas universidades, instituições de pesquisa e agências de fomento. Essas passaram a produzir material diversificado para alimentar os veículos de comunicação (OLIVEIRA, 2005). Houve organização de palestras, seminários e debates na televisão, crescimento dos cursos de especialização em divulgação científica em diversos níveis, bem como a própria comunidade acadêmica passou a ficar mais preocupada com a qualidade do material produzido pelos jornalistas (FRANÇA, 2005). As editorias dos grandes jornais passaram a dar cada vez mais espaço para a ciência e a tecnologia, que também apareciam com mais frequência no rádio e na televisão. Surgiram canais “como *National Geographic* e *Discovery* na televisão paga e a inserção de temas científicos em programas de TV aberta, como o *Fantástico* da Rede Globo” (*Ibid.*, p. 37).

O cenário era de expansão, mas a qualidade da divulgação científica ainda deixava a desejar.

Em 1992, quando foi realizada no Rio de Janeiro a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a Rio 92, já era grande o número de jornais que contavam com editorias de C&T e meio ambiente, revistas especializadas e programas de rádio e TV. Fomos a reboque da tendência internacional. Mas faltava ainda aos jornalistas ou escritores de ciência fundamentos capazes de integrar áreas como a economia e a política a temas ligados a C&T [...]. Além disso, a produção jornalística para o setor científico sofria algumas deficiências, o que refletia em pouca qualidade de informação (OLIVEIRA, 2005, p. 38-39).

Enquanto Oliveira (2005) salienta que a maioria do conteúdo publicado, sobretudo nos jornais, ainda provinha das agências internacionais – e principalmente americanas –, França (2005) afirma que as matérias de ciência nesse período passaram a se referir mais às conquistas nacionais e que a expansão da divulgação científica resultou no aumento da visibilidade de C&T, aparecimento de materiais mais claros e maior interesse do público.

Aos poucos o jornalismo científico foi ganhando características próprias, mão de obra específica e cada vez mais especializada. Profissionais começaram a ver na área uma oportunidade de carreira. “Em alguns dos maiores meios de comunicação, repórteres e editores ganharam bolsas para se aperfeiçoar em universidades americanas e europeias, cursos de especialização e estágios na imprensa internacional” (*Ibid.*, p. 39).

Entretanto, em meados dos anos 90 já se observava uma crise nas empresas jornalísticas com a retração do número de jornalistas empregados e queda nas circulações dos meios impressos. Crise que também refletia na cobertura do jornalismo científico. Os veículos pequenos e médios mantinham-se alheios a pautas científicas e conservavam uma cobertura precária dessas áreas (OLIVEIRA, 2005), passando a depender cada vez mais do material proveniente das agências noticiosas, assessorias de imprensa e dos grandes veículos.

O mercado de trabalho para os jornalistas científicos estava ficando mais restrito. Muitas universidades, apesar de terem produção científica e tecnológica, não contavam com assessorias de imprensa. Na área acadêmica, pequenos grupos de pesquisa, além de pesquisadores individuais e trabalhos pontuais começaram a ganhar força, entretanto, havia falta de especialização acadêmica para aqueles jornalistas que queriam se dedicar à divulgação científica (*Ibid.*).

O jornalismo científico brasileiro, assim como ocorreu em outros lugares do planeta, terminou o século XX em uma conjuntura negativa.

O novo cenário da divulgação científica no século XXI

A expansão do jornalismo científico nas décadas de 1980 e 1990 foi seguida por uma crise que se mantém até hoje no Brasil e em outros países do mundo – e que também é observada nas empresas jornalísticas de modo geral⁵. Como consequência, muitos empregos estão sendo perdidos, seções de jornais estão sendo fechadas, cortes de pessoal estão sendo feitos e a cobertura da ciência sendo reduzida.

Editorial de março de 2009 da revista *Nature Neuroscience*, por exemplo, registra cortes de pessoal na área de ciência, tecnologia e meio ambiente em tradicionais meios de comunicação dos Estados Unidos, como na rede de televisão CNN, nos jornais *The New York Times*, *Los Angeles Times* e *Wall Street Journal*. De acordo com o artigo de Geof Brumfiel, na *Nature*, a crise na Europa não alcançou o nível que atingiu nos Estados

5 Relatório publicado em setembro de 2012 pelo Pew Research Center (<http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-is-vulnerable/>) mostra, por exemplo, a queda de audiência dos noticiários nos meios de comunicação tradicionais dos Estados Unidos nos últimos 20 anos. A audiência média dos jornais caiu de 56% em 1991 para 29% em 2012, dos noticiários radiofônicos despencou de 54% em 1991 para 33% em 2012, e dos telejornais de 68% para 55% no mesmo período. Outro aspecto da crise inclui ainda a quedas no número de profissionais empregados. A estimativa do Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism (<http://stateofthemediamedia.org/2013/overview-5/>) era de que o número de profissionais empregados trabalhando em tempo integral nas redações de jornais em 2012 estava abaixo de 40 mil pela primeira vez desde 1978.

Unidos. Apesar de muitos jornais alemães realizarem cortes de pessoal, os jornalistas de ciência têm se mantido, sobretudo porque eles são considerados muito importantes.

No Brasil, o cenário é preocupante, sobretudo pelo fechamento das seções e cadernos de ciência dos jornais impressos.

Alguns dos grandes jornais nacionais ou regionais criaram seções de ciência, especialmente após os anos 80. Nos últimos anos, embora algumas delas ainda sejam mantidas, houve uma redução perceptível em seu número. O espaço dedicado à ciência nos jornais é, no geral, bastante limitado e há ainda poucos jornalistas especializados em ciência (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p. 63).

Até 2012, por exemplo, a *Folha de S. Paulo* mantinha dois cadernos diários que, de modo geral, tratavam de temáticas de ciência – o caderno Ciência e o caderno Saúde –, cada um ocupando uma página inteira do jornal. Agora os dois estão fundidos em um só, o Caderno Ciência+Saúde, que possui apenas uma página.

Essa crise do jornalismo praticado nos meios tradicionais ocorre concomitantemente com a necessidade cada vez maior sentida pelos cientistas de se comunicarem com o público e de fazerem a sociedade compreender melhor o campo científico. O editorial da revista *Nature Neuroscience* de março de 2009, por exemplo, salientou as baixas enfrentadas pelo jornalismo científico nas mídias tradicionais e como isso pode ser prejudicial à ciência, no que diz respeito ao número de material publicado é a qualidade da cobertura realizada. Por isso, convocou os cientistas a contribuírem para a cobertura precisa e significativa da ciência na imprensa popular, como forma de compensar o sério declive que está acometendo o jornalismo científico.

Como poucos jornalistas se esforçam para cobrir o corpo cada vez maior de avanços científicos, os cientistas individuais podem estar mais envolvidos no incentivo a esta publicidade. Podemos promover ativamente a cobertura de notícias da ciência, encorajar histórias realistas sobre a experiência de cientistas de laboratório, ou explicar de forma clara e convincente como os avanços da ciência básica, fundamentalmente, estabelecem as bases para aplicações que beneficiam toda a sociedade. [...] É uma oportunidade que não podemos dar ao luxo de perder (NATURE NEUROSCIENCE, 2009, p. 235)⁶.

Como consequência desse movimento de compreensão pública da ciência, o público também tem sido cada vez mais considerado nos processos de comunicação da ciência. Isso se deve, de acordo com Vogt *et al.* (2006), porque hoje muitas decisões importantes para o trabalho dos cientistas são tomadas por pessoas que não fazem parte

6 Tradução nossa. No trecho original: *As fewer journalists struggle to cover the ever-increasing body of scientific advances, individual scientists can be more involved in encouraging this publicity. We can actively promote the coverage of science news, encourage realistic stories about the experience of bench scientists, or explain clearly and convincingly how basic science advances ultimately lay the groundwork for applications that benefit all of society. [...] It's an opportunity that we can't afford to miss.*

do campo científico. Elas podem estar na área política, econômica, empresarial, religiosa ou pertencerem a movimentos sociais. Por isso, torna-se importante para a ciência se fazer entender por esses grupos.

Assim, o movimento para a compreensão pública da ciência vem causando mudanças no cenário da divulgação científica e fazendo novas exigências para cientistas, jornalistas e o público em geral.

Os cientistas estão tendo um canal de comunicação cada vez mais aberto com o público, dependem cada vez menos de intermediários para comunicar o que eles estão fazendo e, por isso, precisam refletir mais sobre como estão divulgando a ciência. Pois da mesma forma que essa independência pode ser boa por garantir a comunicação direta com o público sem a intermediação dos meios de comunicação, também pode ser prejudicial à sociedade pela ausência do papel fiscalizador da mídia.

Os jornalistas científicos, por sua vez, afetados pela crise do jornalismo nos meios tradicionais, precisam buscar novos modelos de comunicação da ciência, enfatizando formas mais explicativas e interpretativas de divulgação científica. Pois, conforme defende Rowan (2010), jornalistas científicos articulados são cada vez mais necessários. “Não há um dia em que a agenda de notícias da mídia tradicional não é dominada por uma grande história que exige alfabetização científica” (*Ibid.*, p.1)⁷.

Enfim, neste novo cenário, cientistas e jornalistas disputam a atenção, o tempo e a confiança do público que precisa estar preparado para conhecer as novas regras do jogo (SEMIR, 2010), como a de tentar detectar interesses ilegítimos que podem estar por trás das novas formas de divulgação científica.

Diante desse contexto, a Internet tem centralizado muitas iniciativas originais na área da popularização da ciência e parece subsidiar um novo cenário para a divulgação científica nessas primeiras décadas do século XXI, com diversos desafios e possibilidades.

Referências

AMOROSO, Marta. Crânios e cachaça: coleções ameríndias e exposições no século XIX. **Revista de História**, São Paulo, v.154, n.1, p. 119-150, 2006.

BRUMFIEL, G. **Science journalism: Supplanting the old media?** 2009. Disponível em: <<http://www.nature.com/news/2009/180309/full/458274a.html>>. Acesso em: 03 jan. 2012.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico e transferência de tecnologia. In: BUENO, Wilson da Costa, SILVA, Carlos Eduardo Lins e VIEIRA Carlos Alberto Adi (Orgs.). **Jornalismo científico e dependência: o caso brasileiro**. Brasília: CNPq / CED, 1982. p. 7-15.

7 Tradução nossa. No trecho original: There isn't a day when the main stream news agenda isn't dominated by a major story that requires scientific literacy.

ESTEVEZ, Bernardo. Os cientistas vão à imprensa: divulgação científica nos jornais brasileiros (1945-1964). In: MASSARANI, Luisa; JURBERG Claudia e MEIS Leopoldo (Eds.). **Um gesto ameno para acordar o país: a ciência no Jornal do Commercio [1958-1962]**. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz / Casa de Oswaldo Cruz / Museu da Vida, 2011. p. 13-23.

FERNANDES, Ana Maria. **A construção da ciência no Brasil e a SBPC**. Brasília: Editora Universidade de Brasília / ANPOCS / CNPq, 1990.

FONSECA, Maria Raquel Fróes. As “Conferências Populares da Glória”: a divulgação do saber científico. **História, Ciência, Saúde** – Manguinhos, II/3, p. 135-166, 1996.

FRANÇA, Martha San Juan. Divulgação ou jornalismo? Duas formas diferentes de abordar o mesmo assunto. In: BOAS, Sergio Vilas (org.). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005. p. 31-47.

FREITAS, Maria Helena de Almeida. **Origens do Periodismo Científico no Brasil**. 135 p. Dissertação (Mestrado) ao Curso de Mestrado em História da Ciência da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2005.

MOREIRA, Ildeu de Castro; MASSARANI, Luisa. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. In: MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fatima (Orgs.). **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, 2002, p. 43-64.

NATURE NEUROSCIENCE. **Editorial**. Vol. 12, n 3, 2009. Disponível em: <<http://www.nature.com/neuro/journal/v12/n3/full/nn0309-235.html>>. Acesso em 16 set. 2013.

OLIVEIRA, Fábíola de. **Jornalismo Científico**. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

OLIVEIRA, José Carlos. **As ciências no paço de d. João....** 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59701999000200009&lng=en&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 28 de ago. 2013.

ROWAN, David. **How to save science journalism**. 2010. Disponível em: <<http://www.wired.co.uk/news/archive/2010-09/27/how-to-save-science-journalism>>. Acesso em: 17 set. 2013.

SEMIR, Vladimir. El mutatis mutandis de la comunicación científica em la era de internet. **Artefactos**, vol.3, n. 1, p. 49-79, 2010.

VOGT, C. et al. SAPO (Science Authomatic Press Observer): construindo um barômetro da ciência e tecnologia na mídia. In: VOGT, C. (Org.). **Cultura Científica: desafios**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2006. p. 84-130.

Memórias do Jornalismo, Biografias de Jornalistas: a relação entre fonte e objeto de pesquisa¹

“Eu sozinho tenho mais lembranças que terão tido todos os homens desde que o mundo é mundo.” Jorge Luis Borges.

Vaniucha de Moraes²

Resumo: Neste artigo analiso casos de jornalistas que tiveram passagem pela revista *Realidade* (1966/1968) e por jornais da imprensa alternativa (1970) e empreenderam a publicação de livros a respeito de suas histórias de vida nas duas últimas décadas. Investigo a relação entre fontes biográficas e objetos de estudo, assim como a interação entre as biografias e outras fontes de pesquisa. A fim de ilustrar a temática, incorporei ao estudo das biografias dos jornalistas resultados da pesquisa de campo realizada por meio de entrevistas com os jornalistas intelectuais remanescentes de *Realidade*. Em minha abordagem, inicio pela argumentação sobre o valor das biografias como documento histórico e na sequência procuro relacionar os princípios de produção das obras autobiográficas dos jornalistas referidos ao contexto de transformações no campo jornalístico.

Palavras-chave: História do Jornalismo; Sociologia da Cultura; Revista *Realidade*.

Em agosto de 2009, quando então pesquisava a revista *Realidade*, fui à casa do jornalista Mylton Severiano para entrevistá-lo. Mylton é um dos remanescentes da equipe original da prestigiada publicação lançada no ano de 1966, em um momento de agitação cultural e princípio do período ditatorial iniciado pelo golpe militar de março de 1964. Mylton me contou que estava escrevendo um livro sobre *Realidade*. Estava em posse do arquivo pessoal de Paulo Patarra, editor-chefe e principal idealizador de *Realidade*, falecido em 2008. Como posteriormente descreveria em seu livro “Realidade

1 Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Doutoranda vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política Universidade Federal de Santa Catarina. Mestre em Jornalismo pela UFSC. Jornalista e pesquisadora de temáticas como: história dos intelectuais e da imprensa brasileira; sociologia da cultura; jornalismo e literatura. E-mail: <vaniucha1@yahoo.com.br>.

– a história da revista que virou lenda”, o arquivo pessoal de Patarra era “uma pilha de laudas em uma caixa de papelão amarelo da Kodak, antiga, de guardar ampliações 18 x 24, cheia de fotos, bilhetes, comunicados e um manuscrito “bomba”, de agosto de 1968, dois meses antes dele ser “promovido” a diretor de projetos especiais” (2013, Severiano, p. 21). Mylton se refere ao afastamento de Patarra que serviu de estopim para um episódio de demissão coletiva na redação da revista e posterior debandada dos jornalistas para a hoje denominada Imprensa Alternativa de 1970. No dia seguinte à ocasião do meu encontro com o jornalista, este me envia por *e-mail* um fragmento transcrito do arquivo pessoal de Patarra. Uma “pensata” contendo as diretrizes do projeto editorial da revista *Realidade* elaborada por quem concebeu a ideia da publicação. Esse documento foi crucial para minha dissertação de mestrado do mesmo modo como o livro de Mylton está sendo importante para minha atual pesquisa sobre os jornalistas intelectuais. Contudo, uma biografia e um fragmento de arquivo pessoal são recursos que possuem valores distintos na pesquisa científica.

A breve narrativa acima propicia explorar alguns dos dilemas enfrentados em situações de pesquisa. A proposta editorial de Patarra para a revista *Realidade* extraída do arquivo pessoal do editor-chefe e as entrevistas concedidas a mim pelos precursores da publicação em pesquisa de campo foram fontes primárias. Por outro lado, o livro de Mylton – uma biografia coletiva, pois descreve a trajetória de outros integrantes da equipe inicial – é uma fonte secundária. Esta última foi produzida a partir de uma totalidade de documentos aos quais não tive acesso e tem como suporte a escrita de um autor que traça a história de sua própria história de vida e de seus amigos remetendo a um tempo pretérito. Isso significa que poderíamos considerar as biografias menos fiéis à história, posto que recaiam sobre elas as contingências inerentes de quem conta sua própria história, como a seleção dos fatos e as estratégias de coerência? Qual é o valor de documento histórico de uma biografia? O assunto é o *status* de veracidade das fontes e este é um tema recorrente tanto no jornalismo como na ciência.

A história pode ser escrita a partir de várias fontes. Sua matéria-prima é diversa e compreende arquivos, diários, selos, objetos de uso pessoal e até a literatura, a música e a arquitetura de uma determinada época. Porém, na pistemologia disciplinar diz-se que a memória é a matriz da história; a memória que é tornada testemunho, a memória transcrita, arquivada, destinada aos arquivos e por fim à historiografia, à escrita da história. Esta epistemologia preconiza que a história se autonomizou ou se institucionalizou como disciplina a partir do momento em que se destacou da memória e da oralidade do testemunho. O arquivo, fonte privilegiada para o historiador, é o resultado do testemunho oral tornado documento histórico. Então, como compreender o caso das biografias que são também o registro da história de alguém e de uma época, embora não detenham o mesmo *status* de fonte primária dos arquivos? A princípio se poderia caracterizá-las como fontes. Interessa então saber como coligir as biografias com outras fontes e recursos de que dispõe um pesquisador para realizar sua pesquisa. Pois se cada

fonte requer um tratamento distinto, que tratamento dar às biografias e memórias? Sendo assim, é preciso situar a biografia dentro do campo disciplinar da história e na sequência lançar mão de um exemplo para ilustrar sua condição, neste caso, as biografias e memórias de jornalistas.

A disciplina histórica atravessou várias fases de revisionismos e muitos de seus elementos basilares foram alvos de intensos questionamentos, tais como a fidedignidade dos arquivos, a objetividade do documento público e institucional, a infalibilidade do testemunho. A história objetiva do século XIX creditava ao documento na forma de texto a representação autêntica do fato histórico. No século XX, porém, veio a chamada revolução documental quando o documento como texto deixou de ser visto como a única fonte legítima. Outros recursos passaram a ser contemplados: os objetos, as edificações, as produções artísticas e os registros em áudio e vídeo também passaram a ser considerados detentores de um saber – eles também contavam coisas sobre o passado. A Nova História passou a contestar a autenticidade dos documentos e dos testemunhos posto que só registravam fatos e pessoas proeminentes. O que se queria era lançar luz à vida de outros homens: os anônimos, os vencidos, os ordinários. No começo daquele século, a tendência era a atenção aos rastros deixados e o cruzamento dos testemunhos, o que demonstra que a procura positivista pela objetividade não estava concluída, pois havia a procura pela verdade nos vestígios. Era preciso contestar os testemunhos, os documentos e os registros. Em contrapartida, na segunda metade do século XX, ganha força a história oral e os depoimentos dos marginalizados, dos oprimidos, em especial das vítimas das duas grandes guerras mundiais, como os sobreviventes do holocausto nazista. A subjetividade da testemunha ocular e o seu registro em primeira pessoa tiveram que conviver, ainda que desarmoniosamente, com o questionamento a respeito da verdade contida nos testemunhos, ou seja, com a ideia da ilusão biográfica.

Tornou-se necessário para a história ir além dos arquivos a institucionais, pois os arquivos pessoais, os acervos de pessoas públicas e anônimas “pediam” atenção. No passado e nos dias atuais, a fusão de arquivos públicos aos pessoais pode fornecer substrato para biografias ou autobiografias. De toda forma, as biografias são fontes que não podem ser negligenciadas ainda que tenham caráter secundário ou que possam conter certa dose de parcialidade. Sua utilização também não prescinde do olhar criterioso. Uma visão apurada, não para buscar a verdade imaculada, mas para investigar a condição de existência de um indivíduo ou de um grupo, torna possível a análise de um cenário em que vários fatores concorrem para um fim cuja importância deve ser capital para determinado objeto de estudo.

O presente artigo tem como objetivo lançar uma discussão sobre o valor documental das biografias e memórias. Pretendo, com ele, estabelecer o diálogo das biografias com outros tipos de fontes a fim de investigar a relação que se estabelece entre fonte e objeto de pesquisa. No caso em questão, a relação entre biografias e memórias de jornalistas remanescentes da prestigiada revista *Realidade* e os seus escritores e biografados.

O propósito é promover o diálogo entre essas fontes e as informações obtidas em pesquisa de campo efetivada por meio das entrevistas concedidas a mim pelos jornalistas da referida publicação.

É importante retomar brevemente o meu objeto de estudo. A revista *Realidade*, primeira experiência da Editora Abril em publicações de informação geral, existiu por dez anos consecutivos, de 1966 a 1976. Seu auge, porém, foram os quatro primeiros anos, de 1966 a 1968, período em que se destacou pela ousadia na linguagem e na abordagem temática. Em sintonia com a efervescência cultural daquele momento, a revista abordou assuntos como: a revolução sexual e comportamental; o movimento estudantil; os desdobramentos da Guerra Fria com o conflito no Vietnã; a implantação das ditaduras militares na América do Sul; e toda sorte de polêmicas que agitavam aqueles anos da década de 1960. Era essencialmente uma revista de reportagens. Grande parte delas, redigidas em primeira pessoa, uma iniciativa avessa à reforma editorial que se estabelecia na época e que apregoava o jornalismo imparcial, ideia hoje hegemônica. O resultado eram reportagens quase literárias fruto de pesquisas de imersão que, por vezes, duravam meses a fio. Nesse sentido, a revista se beneficiou dos estertores do intervalo democrático para contestar a moral vigente o Estado autoritário em gradativo recrudescimento do golpe militar. Isto é, nos primeiros quatro anos e auge da revista, o Ato Institucional nº 5³ ainda não havia sido promulgado. Entretanto, já na segunda metade do ano de 1968 a equipe responsável pela linha editorial adotada já se encontrava fragmentada em função do contexto de pressão política e do investimento que a Editora Abril estava fazendo em seu próximo lançamento, a revista *Veja*, realizado em setembro de 1968. Após 1968, *Realidade* sofreu um gradativo processo de descaracterização em seu projeto inicial e seguiu perdendo a essência contestadora e, conseqüentemente, o seu público. Teve reduzido o seu número de tiragens até finalmente parar de ser impressa em 1976. Porém, os momentos áureos de *Realidade* permaneceram na memória de profissionais de imprensa, dos leitores e, sobretudo, nas mentes daqueles que se encarregaram de fixá-la nos registros da história da imprensa brasileira por meio de trabalhos científicos e autobiografias produzidos décadas depois.

Muitos foram os trabalhos acadêmicos que abordaram direta ou indiretamente a revista *Realidade*. O primeiro deles foi uma tese de doutoramento realizada em 1988, de autoria de Maria Terezinha Tagé Dias Fernandes, denominada “Jorge Andrade, Repórter Asmodeu: leitura do discurso jornalístico de autor na revista *Realidade*”. Em 1991, Bernardo Kucinski, defendeu a tese “Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa”. Nela o autor posiciona a revista *Realidade* como uma importante matriz da imprensa alternativa na década de 1970. Atese seguinte, de 1993, também

3 O Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968, fechou o Congresso Nacional, determinou a censura a toda e qualquer manifestação de pensamento, impôs o controle total dos meios de comunicação de massa através da censura prévia e suspendeu as prerrogativas da magistratura e o direito de *habeas corpus* para crimes de natureza política.

trouxe para o debate a revista *Realidade* em: “O livro-reportagem como extensão do jornalismo impresso: realidade e potencialidade”, de Edvaldo Pereira Lima, na qual cita a publicação da Abril como uma referência na história da reportagem e um fator de importância do desenvolvimento do livro-reportagem no Brasil. Em seguida, em 1999, José Salvador Faro produz “*Realidade* 1966-1968 – tempo de reportagem na imprensa brasileira”. Faro posiciona a revista no centro de seu trabalho e a classifica como um marco na história da reportagem na imprensa nacional. Em 1997, Adalberto Leister Filho apresentou trabalho de iniciação científica denominado: “*Realidade* em revista: a revista *Realidade*, a memória dos jornalistas de uma publicação revolucionária (1965-1968)”. O autor buscou recuperar o caráter revolucionário da revista a partir de depoimentos de jornalistas que participaram da equipe original. Leister deu sequência à sua pesquisa em uma dissertação de mestrado defendida em 2003, denominada “Entre o sonho e a realidade: pioneirismo, ascensão e decadência da revista *Realidade* (1966-1976)”. Outros tantos trabalhos científicos utilizaram a publicação como eixo, como a dissertação de Leticia Nunes Góes Moraes, de 2001, denominada “A dança efêmera dos leitores missivistas da revista *Realidade* (1966-1968)”, em que a autora analisa a seção de cartas da revista, tratando-se de um estudo de recepção sobre a repercussão social e a forma como a revista era lida durante os três primeiros anos de publicação. Em 2010, defendi a dissertação “*Realidade* (Re) vista: o papel do intelectual na concepção de um projeto revolucionário” na qual busquei compreender o motivo do recorrentemente citado caráter revolucionário da revista. Esse trabalho foi realizado por meio de uma investigação que envolveu pesquisa documental nas edições dos quatro primeiros anos aliada à pesquisa de campo na qual entrevistei os precursores de *Realidade*. Na ocasião, pude aferir que *Realidade* havia sido resultado de uma comunhão de fatores: o contexto sócio-histórico, a sinergia da redação e a formação intelectual dos indivíduos envolvidos.

Após essa extensa lista de exemplos de pesquisas que direta ou indiretamente abordaram *Realidade* – embora sem abarcar em sua totalidade a quantidade de trabalhos realizados em função dos limites de espaço para um artigo – é necessário destacar por curiosidade: entre os pesquisadores muitos tiveram formação inicial em jornalismo, atuaram como jornalistas ou são professores na área de comunicação, como por exemplo, Bernardo Kucinski, J. S. Faro, Edvaldo Pereira Lima, Leticia Nunes Góes e Adalberto Leister Filho. Assim sendo, são jornalistas aqueles que se preocuparam em registrar *Realidade* também como objeto de pesquisa científica.

No transcorrer no processo de levantamento de dados durante o mestrado, recorri ao recurso das biografias dos jornalistas com passagem por *Realidade* e, dessa forma, pude identificar alguns traços característicos de seus autores. Enquanto *Realidade* conquistava cada vez mais prestígio como objeto de pesquisa no âmbito acadêmico, os jornalistas que fizeram história fazendo *Realidade*, também redigiam seus livros de memórias.

João Antônio já havia publicado na coletânea de contos “Malhação do Judas Carioca”, de 1975, um conto reportagem sobre o cotidiano do cais de Santos intitulado “Cais” e originalmente publicado sob o título “Um dia no cais” na edição de novembro de 1968 de *Realidade*. Em 2005, João Antônio foi biografado por Mylton Severiano, amigo e companheiro dos tempos de *Realidade*, em “Paixão de João Antônio”. Os exemplos mostram a simbiose entre produção jornalística e literária e a permeabilidade entre seus agentes. Na sequência foram publicadas as seguintes obras, que em geral são biografias coletivas por compreenderem a narrativa de um indivíduo inserido em seu grupo entremeada com a história da imprensa e do país: “Eu é um outro: autobiografia de Roberto Freire”, de 2002; “Cicatriz da reportagem: 13 histórias que fizeram um repórter”, de 2007, de Carlos Azevedo; “*Realidade* Revista”, de José Hamilton Ribeiro e José Carlos Marão, de 2010; e “*Realidade* – a revista que virou lenda”, de Mylton Severiano, de 2013. *Realidade* e seus protagonistas também fundaram projetos de comunicação como a Caros Amigos, revista que em maio de 2008 publicou uma edição especial em função do falecimento do jornalista Sérgio de Souza. Sérgio havia sido editor de texto de *Realidade* e na década de 1970 capitaneou várias produções da Imprensa Alternativa, sendo uma referência para os seus amigos, motivos para se dedicar uma edição integral a ele.

Nota-se que os livros mencionados têm algumas características em comum: neles os autores relatam suas memórias e nelas incluem suas passagens pela revista *Realidade* e pela imprensa alternativa; há uma recorrente menção à história do grupo como história vivida em conjunto e assim é frequente o uso do pronome “nós” para designar essa história coletiva, por sua vez, associada a história nacional; e seus autores são escritores profissionais que atuaram na imprensa e também já publicaram dois ou mais livros. São, portanto indivíduos que no transcorrer nos anos marcaram suas trajetórias pelo exercício profissional da escrita no jornalismo e na literatura.

Dito isso, é necessário retomar à questão feita anteriormente: que relação posso estabelecer entre as biografias e memórias desses jornalistas e o estudo sobre jornalistas que atuam na condição de intelectuais? A questão acerca das biografias (fontes secundárias) serem fontes mais ou menos fidedignas em relação aos documentos de arquivo (fontes primárias) parece estar intrinsecamente relacionada às condições de produção desse tipo de recurso. Porém, antes de chegarmos nas condições de produção será necessário abordar tais fontes sob o enfoque do campo de conhecimento da história.

As memórias e os relatos autobiográficos na história

O jornalismo há muito tempo serve como fonte para os historiadores. Jornais, revistas, gravações de programas jornalísticos em áudio e vídeo são importantes não exatamente por serem retrato de uma época, mas porque funcionam como amplificadores da relação estabelecida entre os meios de comunicação e a sociedade.

Por meio de periódicos antigos pode-se investigar, por exemplo, como a hierarquia de um jornal possui associações e se mantém por meio dos vínculos que cultiva com as elites intelectuais, políticas e econômicas.

Observar o registro histórico não como reprodução fiel dos fatos passados remonta a uma perspectiva que interessa quando o assunto em questão são os relatos autobiográficos. Testemunhos de histórias de vida não compreendem a totalidade da vida de um indivíduo, eles são uma seleção de fatos significativos feita por quem conta uma história e, em geral, sob um ponto de vista. O mosaico de acontecimentos formado por uma biografia pode fornecer indícios sobre a interação entre os sujeitos e os distintos âmbitos (familiar, profissional, social) em que circularam. Em outras palavras, nas biografias não encontramos a reprodução fiel da história, mas a forma com esta foi apreendida pelos biografados e por aqueles que realizaram as narrativas sobre si. Os relatos autobiográficos podem estar integrados aos arquivos institucionais ou pessoais na forma de testemunhos e também podem fornecer subsídios para produção de memórias e biografias. No entanto, é necessário uma postura crítica na leitura de ambos tipos de fontes. É pertinente retomar os movimentos feitos por pensadores e teóricos na tentativa de contestar o primado da objetividade nos registros históricos.

Le Goff destacou que a história é a forma científica da memória coletiva. Para ele, os materiais da memória podem se apresentar sob duas formas principais, os monumentos, que são heranças do passado, e os documentos, que são uma escolha do historiador. O historiador descreve o triunfo do documento sob o monumento ao longo do século XVIII. Também discorre sobre o modo como os historiadores do século XIX, imbuídos pelo espírito positivista, alçaram os documentos textuais à condição de prova fidedigna de fatos do passado em detrimento dos monumentos. No entanto, como a objetividade do documento se afirmava essencialmente no testemunho transcrito, foi preciso empreender uma busca pela objetividade e contrastar os vários testemunhos. Havia, portanto, um prenúncio de uma crítica ao documento. Porém, era a procura pela autenticidade que ainda movia os historiadores do século XIX. Posteriormente, nas primeiras décadas do século XX, os fundadores da revista *Annales d'histories économiques et sociale* (1929) tornaram-se pioneiros de uma nova história ao argumentarem que a noção de documento deveria ser a largada para além dos arquivos institucionais. A chamada revolução documental empreendida prosseguiu em um movimento crescente até a década de 1960 quando alguns estudiosos anunciaram que o interesse da memória coletiva e da história já não era apenas os grandes homens e os grandes acontecimentos, mas fatos corriqueiros e de todos os homens. Entretanto, Le Goff advertiu que o procedimento de monumentalização dos documentos persistia como um risco que o historiador não poderia negligenciar. Propôs, assim, radicalizar a crítica ao documento.

O documento não é inócuo. É antes de mais nada o resultado de uma montagem, consciente ou inconsciente, da história, da época, da sociedade que o

produziram, mas também das épocas sucessivas durante as quais continuou a viver, talvez esquecido, durante as quais continuou a ser manipulado, ainda que pelo silêncio. O documento é uma coisa que fica, que dura, e o testemunho, o ensinamento que ele traz devem ser em primeiro lugar analisados desmistificando-lhe o seu significado aparente. O documento é monumento. Resultado do esforço das sociedades históricas para impor ao futuro determinada imagem de si próprias (Le Goff, 1992, p. 548).

As ponderações a respeito do documento também tiveram ressonância com relação à própria escrita da história. De Certeau, estudioso que dedicou várias linhas à investigação do homem ordinário, também observou que a história era resultado da transmutação de coisas ordinárias do mundo em documentos. Para ele, “em história tudo começa com o gesto de separar, de reunir, de transformar em “documentos” certos objetos distribuídos de outra forma” (2010, p. 81). Esta nova distribuição é um processo cultural e carrega em si a marca do lugar social de onde procede o historiador. Segundo De Certeau, “a operação historiográfica está atrelada à construção de um lugar social, de práticas científicas e de uma escrita” (2010, p. 66).

A escrita da história está por certo marcada por sua procedência, uma vez que o historiador imprime consciente ou inconscientemente a sua subjetividade em seu discurso. Contudo, o texto do historiador advém em sua grande parte da consulta em arquivos e documentos. Em função deste fato, Ricoeur advertiu que o gesto citado por Certeau de separar, reunir e de coletar é o objeto de uma disciplina distinta, a arquivística, esta última um campo que permanece muito atrelado à percepção positivista segundo a qual os documentos de arquivo são a materialização ou corporificação dos fatos, ou seja, que existe uma relação de equivalência entre ambos (Camargo, 2009, 429) uma vez que reproduzem a forma de organização do lugar ou instituição de procedência.

Mas o que acontece quando as fontes utilizadas por um pesquisador não são os arquivos institucionais, mas biografias, memórias e relatos de histórias de vida? De acordo com Ricoeur, “se os escritos constituem a porção principal dos depósitos de arquivos, e se entre os escritos os testemunhos das pessoas do passado constituem o primeiro núcleo, todos os tipos de rastros possuem vocação de ser arquivados” (2007, p. 178). Assim, o pensador ressalta não somente que todo tipo de recurso está passível de arquivo, mas que os documentos são mais que textos arquivados, são antes de tudo evidências dos testemunhos orais e, portanto, dos astros do passado.

Os testemunhos são dessa forma parte vital do trabalho historiográfico. Para Ricoeur tudo começa com o testemunho, “com o testemunho inaugura-se um processo epistemológico que parte da memória declarada, passa pelo arquivo e pelos documentos e termina na prova documental” (Ricoeur, 2007, p. 170). Esse pensador registra que o ato de fazer história é inaugurado quando se assume em primeiro plano a iniciativa de pessoa física ou jurídica que visa preservar os rastros de sua própria atividade.

Aqui, o arquivo promove a ruptura com o ouvir dizer do testemunho oral (Ricoeur, 2007, p. 178).

A temática do testemunho orientou o estudo de Marc Bloch. Esse historiador investiu na fundação de uma nova forma de enxergar a história através de uma postura crítica diante dos documentos e dos testemunhos. Ao contestar a objetividade do conhecimento histórico argumentou que era impossível descrever com imparcialidade os fatos passados. Pois o conhecimento do passado é mediado por testemunhas sendo assim um conhecimento indireto. O estudioso aferiu que o conhecimento do passado pelos historiadores é adquirido através de vestígio ao contrário da observação direta típica das ciências naturais. Para ele “o passado é por definição, um dado que nada mais modificará. Mas o conhecimento do passado é uma coisa em processo, que incessantemente se transforma e se aperfeiçoa (2001, p. 75). Bloch empreendeu uma crítica às provas materiais e, especialmente, ao testemunho. Para ele, o uso de testemunhos diversos e opostos é uma especificidade da história, o que se justifica já que os fatos humanos são complexos. Adverte que os testemunhos devem ser avaliados através das técnicas de pesquisa e, sobretudo, pela sensibilidade do historiador, já que “na crítica ao testemunho todos os dados estão viciados pois elementos muito delicados intervêm constantemente para fazer a balança pender para uma eventualidade privilegiada” (2001, p. 118).

Os testemunhos advêm das memórias e estas não escapam à necessidade de uma percepção criteriosa, pois o passado é impossível de ser apreendido em sua integridade. Pollak foi um historiador que se debruçou sobre a relação entre a memória e os processos de construção e manutenção da identidade coletiva. Para ele, a memória é seletiva porque nem tudo fica registrado. Isto é, a organização da memória se dá em função das preocupações pessoais e políticas do momento. Ela sofre flutuações em função do momento em que é articulada, em que está sendo expressa. O que a memória individual grava, concentra ou exclui é resultado de um trabalho de organização. O historiador ressalta que a memória é um fenômeno construído social e individualmente. Em se tratando da memória herdada ou coletiva, há uma ligação muito estreita entre a memória e o sentimento de identidade individual ou coletiva sendo, também, um elemento importante do sentimento de continuidade e coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua construção de si (Pollak, 1992, p. 5). Pollak sublinha que memória e identidade estão presentes em conflitos intergrupais diversos. Em função das disputas para o estabelecimento e manutenção da memória e identidade coletivas há esforços constantes, os quais classifica como trabalhos de enquadramento da memória.

O trabalho de enquadramento da memória se alimenta do material fornecido pela história. Esse material pode sem dúvida ser interpretado e combinado a um sem-número de referências associadas; guiado pela preocupação não apenas de manter as fronteiras sociais, mas também de modificá-las, esse trabalho reinterpreta incessantemente o passado em função dos combates do

presente e do futuro. Mas assim como a exigência de justificação discutida acima limita a falsificação pura e simples do passado na sua reconstrução política, o trabalho permanente de reinterpretação do passado é contido por uma exigência de credibilidade que depende da coerência dos discursos sucessivos (Pollak, 1989, p. 3).

As posições dos historiadores acima demonstram que documento histórico, testemunhos e memória são passíveis de construção e de acordo com as circunstâncias, o contexto e a subjetividade de quem profere ou redige os testemunhos. É de suma importância ter em mente que a produção da memória muda com as transformações no contexto. Tais contingências incidem sobre a própria escrita da história e isto vale tanto para a escrita científica como para a escrita autobiográfica.

Ao promover o diálogo entre os historiadores e o meu objeto atual de estudo, os jornalistas intelectuais, tenho condições para lançar mão de algumas questões que podem orientar a pesquisa. Se a edificação e manutenção da memória coletiva é alvo de conflitos e está passível de sofrer processos de enquadramento em momentos de mudança, quais foram as circunstâncias da produção das biografias tomadas como exemplo? Assim, é preciso considerar o momento de mudança que atravessa o jornalismo e sua relação com as biografias coletivas. Qual seria o ponto de vista do jornalista escritor ao redigir um livro de memória, o do intelectual ou o do profissional de imprensa? Quais seriam as condições gerais de produção dessas biografias e memória? Tais questionamentos têm maiores chances de serem solucionados se equacionados com os resultados da pesquisa de campo? As entrevistas são fontes distintas e por isso merecem outra forma de tratamento. No entanto, são cruciais para se compreender as imbricações entre as mudanças no campo jornalístico e os recentes lançamentos de memórias e biografias de jornalistas.

Princípios de produção das biografias

A discussão sobre a validade dos livros biográficos como documentos históricos solicita uma investigação sobre os princípios de produção dessas fontes. Relatos autobiográficos colhidos por meio de entrevistas, ainda que fontes distintas, também requerem uma análise sobre o contexto em que foram proferidos. Ao coligir os dois recursos e promover o diálogo com as trajetórias dos jornalistas intelectuais em questão, é possível inferir a respeito dos princípios de produção das referidas narrativas de histórias de vida. Nesse caso, reúno aos resultados das entrevistas concedidas a mim, pelos jornalistas remanescentes de *Realidade*, o exame atento de suas biografias coletivas – uma vez que as obras pesquisadas fazem referência recorrente ao grupo e não apenas ao indivíduo – já publicadas em livros.

As condições de produção dos livros de memórias evidenciam o contexto de intensas transformações no campo jornalístico. Tem-se que o profissional de imprensa

se modificou da segunda metade do século XX aos dias atuais. A figura do jornalista romântico atravessou um longo processo de profissionalização até ser substituída pela imagem do burocrata produtor de notícias. A industrialização dos meios de comunicação e a profissionalização do jornalista são pontos de referência de um momento em que a atividade abandona o diletantismo original e sua ancoragem na literatura.

Vários fatores contribuíram para essa transformação: a grande reforma gráfica e editorial nos jornais a partir da década de 1950; o momento de modernização e industrialização que vivia o país no período, o que deu propulsão às mudanças na forma e no conteúdo dos jornais (Bahia, 1990, p. 379); a elaboração dos manuais de redação que padronizaram a linguagem jornalística e seu *modus operandi*; a exigência do diploma de graduação em jornalismo para o exercício da profissão, a partir do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969 (vigente até 2009); e, na década de 1990 e primeira década dos anos 2000, a crescente simbiose entre as novas tecnologias de informação e comunicação e a própria essência da atividade.

As mudanças no campo jornalístico tiveram ressonância na própria constituição identitária do jornalista. A partir de 1950 é possível inferir que se deu o início ao processo de autonomização do campo jornalístico em relação ao campo literário, fundamental para a autoconstrução da legitimidade da própria profissão. Tais reformas podem ser vistas, pelos próprios profissionais, com o momento de construção do marco fundador de um jornalismo que se fazia moderno e permeado por uma neutralidade fundamental para espelhar o mundo (Barbosa, 2007, p. 150). Isso significa que a figura clássica do jornalista aspirante a escritor que conjugava o trabalho na imprensa e o engajamento político foi substituída pela imagem do profissional cuja atividade é calcada na técnica e nas ferramentas tecnológicas que utiliza para exercer sua função. A imagem romântica muito proeminente até a década de 1970, momento de explosão da imprensa alternativa – em que se destacaram jornais como *O Pasquim*, *Ex* e *Movimento* –, ainda estava muito associada à ideia do jornalista, escritor e intelectual. Deduzo que esta é a imagem que coincide com a imagem clássica que se reflete em figuras como Machado de Assis, Lima Barreto, João do Rio, Antônio Calado, entre outros, que conquistaram o reconhecimento como jornalistas intelectuais.

A tecnicização da profissão e a exigência do diploma propiciaram o aparecimento de um conflito entre “antigos” e “novos” jornalistas nas décadas de 1980 e 1990. Os “antigos” jornalistas são aqueles que tiveram formação autodidata e definiram suas identidades profissionais em um momento histórico de enfrentamento do poder político e econômico e se caracterizam por “postura crítica”. Os “novos” jornalistas são os egressos de cursos superiores de jornalismo, considerados pelos mais experientes como alienados, desprovidos de vivência e crítica. Trata-se do conflito entre dois capitais simbólicos distintos, de um lado o capital tradicional pautado pela trajetória profissional como sinônimo de vivência e o outro capital representado pela formação universitária (Bergamo, 2011, p. 252).

A partir da década de 1970 ocorre um processo de profissionalização de áreas atreladas à produção cultural. Espaços profissionais específicos são abertos para as atividades políticas e culturais no Brasil. Vários fatores vão convergir: o estabelecimento de uma indústria cultural com desenvolvimento da televisão, da indústria fonográfica, cinematográfica e editorial; influência do processo gradativo de redemocratização que reintegrou os indivíduos em atividades políticas oficializadas; a criação de instituições estatais de apoio e financiamento à produção artística, bem como o desenvolvimento de um sistema nacional de pós-graduação e apoio à pesquisa, com a consequente transformação da Universidade em espaço autônomo, instituindo formas de inserção profissional para os intelectuais de carreira (Pereira, 2008, p. 223). Ocorreu uma transformação no universo das produções culturais que foi contemporânea à entrada ou retorno de muitos jornalistas às universidades e em cursos de pós-graduação como pesquisadores e/ou docentes.

Com a abertura de espaço nas universidades é possível observar que aumentou a produção de compêndios históricos, obras memorialísticas e de trabalhos científicos a respeito da história de imprensa. No conjunto de trabalhos, a revista *Realidade* ocupa um lugar privilegiado, sendo aclamada com um marco na história da imprensa brasileira. O aumento no número de trabalhos científicos que abordam os prestigiados veículos e jornalistas – utilizando-se do método da história oral – foi seguido pela publicação de biografias individuais e coletivas. É curioso que o registro da memória dos chamados “casos exemplares” da história da imprensa nacional – sejam eles jornais, revistas ou indivíduos – tenham sido resgatados no ambiente cultivado nas universidades a partir das décadas de 1970 e 1980, justamente no momento em que a produção científica ganha fôlego e incentivo profissionalizante.

Entre os trabalhos científicos sobre a história da imprensa alguns surgiram da própria experiência jornalística. Kucinski, autor de “Jornalistas e Revolucionários”, foi levado a citar-se em terceira pessoa ao realizar um levantamento sobre os jornais e protagonistas da Imprensa Alternativa na qual atuou como jornalista. O próprio arquivo pessoal do pesquisador talvez tenha sido incorporado à pesquisa. Sendo assim, seria possível conjecturar qual seria a relação entre os arquivos pessoais que se tornaram biografias e aqueles que resultaram em trabalhos científicos. Deduzo que o que os relaciona são as intenções subjacentes ao processo de arquivamento e utilização desse arquivo para algum fim posterior, ainda que estes objetivos sejam distintos. Heymann, pesquisadora que se dedicou ao estudo do arquivo pessoal de Darcy Ribeiro, direcionou sua análise à captação dos aspectos relacionados à construção do legado memorial e dos diferentes caminhos e agentes envolvidos na fabricação do arquivo do citado intelectual e político brasileiro. As reflexões da pesquisadora podem contribuir para nossa reflexão no sentido de perceber nos arquivos pessoais algo além de textos que carregam testemunhos. É necessário enxergá-los como documentos que podem ser empregados posteriormente na produção de biografias ou trabalhos científicos. Assim como pode ocorrer em arqui-

vos públicos, muitos agentes e muitas variáveis interferem na produção dos conjuntos documentais de natureza pessoal (Heymann, 2012, p. 49), isto é, há razões para o arquivamento e para a utilização posterior. Tais razões podem estar ligadas ao legado que os indivíduos pretendem imprimir na história e às transformações conjunturais.

A transmutação da experiência profissional em narrativa autobiográfica dos precursores de *Realidade* começou em 1969 com o livro “Gosto de Guerra”, de José Hamilton Ribeiro, sobre sua experiência na Guerra do Vietnã. Entretanto, foi a partir dos anos 2000 que o número de biografias aumentou. A primeira é “Eu é um outro, autobiografia de Roberto Freire”, de 2003, seguida por “Paixão de João Antônio”, de 2005, uma biografia do escritor paulistano feita por Mylton Severiano (colega em *Realidade*) ancorada na correspondência feita entre os amigos, e por “Cicatriz de Reportagem”, de Carlos Azevedo, datada de 2007, na qual o autor descreve suas experiências pessoais e profissionais na produção de reportagens que lhe foram marcantes, entre elas, algumas produzidas em *Realidade* e na Imprensa Alternativa. Posteriormente vieram as biografias coletivas que tiveram a revista *Realidade* como eixo: “*Realidade* Revista”, de José Hamilton Ribeiro e José Carlos Marão, de 2010, e a mais recente, “*Realidade* – a história da revista que virou lenda”, de Mylton Severiano, de 2013. A obra de Mylton se destaca especialmente como biografia coletiva ao retomar histórias de vida do autor e de seus companheiros, tendo como cenário os bastidores de *Realidade* e suas incursões pelos jornais alternativos.

A análise de biografias requer que estejamos atentos a certas noções que são basilares quando o assunto é a escrita de si. Histórias de vida são narrativas e como tais requerem estratégias de coerência e linearidade na disposição do relato. Como sublinha Bourdieu, a narrativa autobiográfica faz do narrado o ideólogo da própria vida que seleciona certos acontecimentos significativos buscando um sentido globalizante e que estabelece conexões que possam justificar sua existência e atribuir-lhes coerência (Bourdieu, 1996, p. 75). O sociólogo adverte que para escaparmos das armadilhas da ilusão biográfica – em geral estruturadas no valor do “nome próprio” como agente homogeneizador da história de vida – é necessária especial atenção às análises das trajetórias pois são capazes de elucidar contradições. De acordo com o estudioso, a maneira indicada para compreender uma trajetória é reconstruir os estados sucessivos do campo no qual ele se desenvolveu, o que implica, perceber a trajetória de determinado indivíduo no transcorrer das transformações deste campo (Bourdieu, 1996, p. 82).

Deve-se considerar que o registro da memória muda de acordo com as transformações do contexto. Tanto o arquivamento de documentos pessoais como a sua publicação na forma de biografia encerram intenções inerentes. Em seu estudo acerca das elites intelectuais, Miceli aborda os métodos que envolvem a reconstrução da biografia coletiva tendo como referência os indivíduos que se tornam casos exemplares. Para o sociólogo, as características dos grupos ou setores de classe só podem ser notados pelo exame preliminar das fontes que documentam a experiência de seus integrantes, o que

propicia explicitar os princípios de produção de tais fontes utilizadas, sendo “uma condição indispensável à percepção de alguns dentre os principais indicadores subjetivos e objetivos capazes de permitir uma construção analítica de um perfil do grupo em questão” (Miceli, 2001, p. 349). Nos casos dos jornalistas de *Realidade*, o fator “elite” não se associa ao capital econômico e tampouco ao poder político instituído, mas faz referência à elite de jornalistas intelectuais na qual circulam os capitais social e cultural, em que carreiras de prestígio são edificadas, grupos de força e influência são constituídos e mantidos. Em sua exposição, Miceli enfatiza a importância das relações entre pares que envolvem o intercâmbio de capital social, entendido como círculos de familiaridade e sociabilidade. O pesquisador sublinha que “são os intelectuais que investem mais a fundo no trabalho de transformar suas vidas em fator decisivo para a formação de capital” (Miceli, 2001, p. 352). Deduz-se, daí, a importância de os homens de letras produzirem suas próprias biografias.

Pude depreender do exame nos relatos biográficos, certas características significativas. Foram recorrentemente citadas a coesão e sintonia do grupo bem como a referência a uma história individual atrelada à uma história coletiva exemplificada pelo uso recorrente do pronome *nós* como designação afetiva do grupo. Isso pode decorrer das várias entrevistas que eles concederam aos pesquisadores que os procuraram em razão do reconhecimento de *Realidade* e da Imprensa Alternativa como marcos da atuação do jornalista enquanto intelectual, como sugere o relato do jornalista Carlos Azevedo.

A gente imaginava uma forma diferente de fazer jornalismo, achávamos que tínhamos que fazer um jornalismo mais ligado aos problemas do povo, mais ligado aos problemas da população, isso tudo, assim, muito improvisadamente, não como uma coisa planejada, discutida. Mas achávamos isso... que o jornalismo tinha que transformar. E foi com essa mentalidade que a gente foi parar na revista *Realidade* (Moraes, 2010, p. 176)

Em um trecho de seu livro de memórias, Azevedo traça o perfil do grupo que formou a equipe precursora da revista *Realidade* e que posteriormente seria solicitado para dar entrevistas para vários pesquisadores.

Eram muito diferentes, vinham de lugares situações, condições culturais e políticas diversas, mas na sua grande maioria originários da mesma classe média do Sudeste (...) partilhavam de um a mesma herança de ideias desenvolvidas no país a partir da década de 30, período de brilho da nossa literatura, da música popular e erudita, das artes plásticas, cujas raízes tinham a ver com a urbanização, a industrialização (Azevedo, 2007, p. 103).

A memória individual também aparece como memória coletiva posto que vinculada à história da imprensa e também do país, uma vez que o período ditatorial e de censura aos meios de comunicação, a experiência em *Realidade* e na Imprensa Alter-

nativa aparecem como marcos temporais em muitos dos relatos. Posso destacar ainda que as datas das publicações (os anos 2000) coincidem com um momento de crise e de redefinição da identidade jornalística. A questão da exigência de diploma para exercer a profissão aparece como marco temporal escamoteado, embora presente na defesa do autodidatismo no depoimento de Severiano.

Todos gostavam de ler. Eram autodidatas. Graças a Deus não havia a exigência do diploma. A revista não seria possível. Hamilton Almeida Filho, por exemplo, um dos melhores repórteres que eu já vi na minha vida, começou a trabalhar ao quinze anos, no jornal carioca *A noite*, hoje extinto. Se houvesse a exigência do diploma, como um cara como esse faria? (...) Jornalista é vocação, é como ser pintor, escritor, poeta... Como você pode pedir a um poeta: deixe-me ver seu diploma de poeta? (Moraes, 2010, p. 144)

A referência à formação intelectual feita autônoma mente está associada ao capital simbólico vinculado à identidade tradicional do jornalista. O sentimento de identidade coletiva e a coesão daquele grupo de amigos formado antes mesmo de *Realidade* (Mylton e Woile se conheceram na infância, outros no início da carreira) chamou a atenção de Kucinski, segundo o qual a principal característica deste grupo era a autonomia e sua “conduta peculiar de desprezo às convenções e tradições, o que fez ser considerado um das mais demarcadas “panelas” do jornalismo brasileiro sob o aspecto do código de comportamento” (Kucinski, 2003, p. 232). A coesão do grupo é nítida no trecho da autobiografia do jornalista e escritor Roberto Freire:

Nossa equipe em *Realidade* e, depois, na Arte e Comunicação, era composta pelos seguintes jornalistas fundadores. Outros se associaram a nós em várias ocasiões, mas por curtos períodos e não podem ser considerados realmente parte da liderança que criou e conduziu nosso jornalismo paixão: Paulo Paterra, Sérgio de Souza, Narciso Kalili, José Hamilton Ribeiro, Hamilton de Almeida, Carlos Azevedo, José Carlos Marão, Woile Guimarães, Eurico Andrade e eu...(Freire, 2002, p. 259).

Em suas trajetórias profissionais, os jornalistas da extinta revista *Realidade* atravessaram o panorama de mudanças no jornalismo. Depreendem-se, de seus relatos, referências ao capital simbólico da experiência devida através do jornalismo. Por outro lado, por terem vivenciado o auge de modernização da imprensa, também fazem referência à dimensão técnica e não apenas vocacional do ofício. Atualmente Mylton Severiano, José Hamilton Ribeiro, José Carlos Marão, Carlos Azevedo e Frei Betto parecem ter estabelecido suas carreiras também como escritores profissionais já que publicaram mais de três livros. Os falecidos Robert Freire e João Antônio, embora tenham sido considerados escritores marginais quando vivos, nos dias atuais são escritores reconhecidos. Ao contrastar o percurso profissional e intelectual dos jornalistas referidos

com as mudanças ocorridas na produção cultural posso inferir que as mudanças no mercado profissional dos jornalistas possuem relação intrínseca com a crescente onda de publicações de memórias de antigos jornalistas. É possível inferir acerca dos vínculos entre as concepções de identidade e memória jornalística. O crescimento do número de compêndios históricos a respeito dos nomes e veículos da imprensa de notoriedade é demonstrativo das mudanças ocorridas no campo. Trata-se de uma mudança na modalidade de registro da história do jornalismo, como argumenta o sociólogo Bergamo:

Não é mais a reportagem, fronteira entre uma memória individual e uma coletiva e principal definidora da profissão, que permite ao jornalismo encontrar-se no passado ao nele se deparar com a sua própria narrativa, mas sim o registro dessas vidas e trajetórias exemplares e de sua passagem pelo jornalismo (Bergamo, 2011, p. 257).

O que se evidencia é o conflito entre duas formas de registro da memória, o primeiro por meio das reportagens e o segundo pelo registro histórico dos casos consagrados. A transformação da memória em história encerra a forma como os jornalistas se veem e intenciam ser vistos. Assim, tem-se que as transformações ocorridas em âmbito geral no mercado de bens culturais, e por consequência no jornalismo, teve como desdobramento a mudança na constituição identitária do jornalista. A reunião dos dados levantados pela pesquisa demonstrou a marca do conflito existente entre duas identidades jornalísticas que se opõem: a identidade consagrada por uma historiografia tradicional, que valoriza a figura do repórter, e o gênero reportagem como paradigmático da profissão, e uma nova identidade criada pelas contingências do mercado que aos poucos se consolida, a do jornalista técnico em oposição ao jornalista humanista.

Por fim é necessário fazer algumas ponderações à guisa de dar um desfecho à argumentação. A história dos jornalistas remanescentes da revista *Realidade* proferida nas entrevistas e descrita nas biografias coletivas demonstra que, diante das transformações ocorridas no campo jornalístico, eles permaneceram fiéis ao princípio segundo o qual o jornalismo é uma atividade intelectual. Como Mylton Severiano, um dos entrevistados, salientou, seria uma redundância a expressão jornalista intelectual.

Seja como profissional da imprensa ou publicando livros, em ambos os casos, estamos tratando do trabalho de escrita profissional e esta é, por excelência, um ofício intelectual.

Referências

AZEVEDO, Carlos. **Cicatriz da reportagem**: 13 histórias que fizeram um repórter. São Paulo: Editora Papagaio, 2007. 404p.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história técnica**: história da imprensa brasileira, 4. ed. São Paulo: Ed. Ática, 1990. 445p.

- BERGAMO, Alexandre. Reportagem, Memória e História no Jornalismo Brasileiro. **Mana** [online]. 2011, vol.17, n.2, pp. 233-269. ISSN 0104-9313. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93132011000200001>> Acesso em: 19 agosto de 2012.
- BLOCH, Marc. **Apologia da História ou O ofício do historiador**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2001.
- BORGES, Jorge Luis. Funes, o memorioso. In: **Ficções**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas: Papyrus, 1996. p. 74-82.
- CAMARGO, Ana Maria Almeida. Os arquivos e o acesso à verdade. In: Santos, Cecília M.; Telles, Edson/Telles, Janaína de A. **Desarquivando a ditadura**. Memória e Justiça no Brasil, v.2. São Paulo: Ed. Hucitec, 2009, p. 424-443.
- DE CERTEAU, Michel. A operação historiográfica. In: **A Escrita da História**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- FREIRE, Roberto. **Eu é um outro**: autobiografia de Roberto Freire. Salvador: Maianga, 2002. 452p.
- HEYMANN, Luciana. **O lugar do arquivo: a construção do legado de Darcy Ribeiro**. Rio de Janeiro: Contracapa, 2012.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: nos tempos de imprensa alternativa**. (2. ed. rev. e ampl.) São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003. 441p.
- LE GOFF, Jacques. Documento/Monumento. In: **História e Memória**. Campinas: Editora da Unicamp, 2003. p. 525-541.
- MICELI, Sérgio. Biografia e Cooptação (o estado atual das fontes para a história social e política das elites no Brasil). **Intelectuais à Brasileira**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p. 345-356.
- MORAES, Vaniucha de. **Realidade (Re) vista**: o papel do intelectual na concepção de um projeto revolucionário. 2010. 199p. (Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina. Santa Catarina.
- PEREIRA, Fábio Henrique. **Os jornalistas-intelectuais no Brasil**: identidade, práticas e transformações no mundo social. 2008. 469 p. (Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação) Universidade de Brasília. Brasília.
- POLLAK, Michel. Memória, Esquecimento, Silêncio. **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro: FGV, vol. 2, n. 3, 1989.
- POLLAK, Michel. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**. 1992, vol. 5, n. 10. p. 200-212.
- RICOEUR, Paul. História/Epistemologia. In: **A Memória, a História, o Esquecimento**. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2007. p. 151-296.
- SEVERIANO, Mylton. **Realidade** – história da revista que virou lenda. Florianópolis: Insular, 2013.

Do todo à parte: curso e percurso do jornalismo especializado em saúde¹

Amanda Miranda²

Resumo: Este artigo destina-se à reflexão histórica do curso e do percurso de jornalismo científico no Brasil e de sua segmentação. Nossa proposta é entender como o jornalismo especializado em saúde, aqui entendido como uma segmentação do jornalismo científico passou a ocupar o espaço que possui hoje na pauta dos veículos de comunicação. Até o século XIX, na América Latina, eram profissionais ligados à Ciência que escreviam sobre as novidades da área. A partir do século XX, um novo movimento levou ao destaque a figura do jornalista especializado em Ciência, profissional preparado para falar sobre o tema para públicos cada vez mais amplos. Mas é na virada do século XX para o século XXI que identificamos movimentos mais marcantes de segmentação do jornalismo científico. Ao invés de ocupar-se do todo e do complexo universo das ciências, os profissionais e os veículos passaram a dividi-la em áreas diversas, de forma cada vez mais especializada. Surge, aí, o jornalismo tecnológico, o jornalismo ambiental e, como interesse desta reflexão, o jornalismo especializado em saúde. A nossa proposta é entender, com base nessa linha do tempo, por quais fenômenos passou o jornalismo e que conflitos viveu a sociedade para que a saúde passasse a se configurar como uma das principais pautas dos grandes veículos de comunicação do país.

Palavras-chave: jornalismo especializado, jornalismo científico, história do jornalismo

Introdução

A Ciência é tão antiga quanto a própria humanidade, daí a necessidade de conhecer e perceber sua história como um componente essencial das transformações sociais e tecnológicas que vivenciamos nos últimos séculos. Como fruto da produção e do conhecimento humanos, é inevitável, também, que se transforme em texto, em narrativa, e atraia os olhares midiáticos para tudo o que diga respeito a ela.

1 Trabalho apresentado ao GT História do Jornalismo.

2 Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens e professora do curso de Jornalismo do Bom Jesus-IELUSC. Contato: <amanda.souzademiranda@gmail.com>.

Neste artigo, percorreremos parte da história da ciência como pauta jornalística no Brasil, a partir da reconstituição do que se convencionou chamar como “jornalismo científico”. Com base no seu percurso, tentaremos chegar a uma área que dele se derivou, a partir de demandas próprias dos séculos XX e XXI: o jornalismo especializado em saúde. É interesse deste texto apontar de que forma a saúde se alçou, na ciência, como uma das especialidades mais recorrentes na pauta midiática.

Por meio desse percurso histórico, chegaremos também a uma reflexão sobre a própria história da sociedade contemporânea, cada vez mais ávida por cuidados com a mente e o corpo em um processo no qual se alimenta de informações e as justifica, ainda que elas sejam marcadas por incertezas e indefinições características do jornalismo.

Jornalismo científico: a construção de uma especialidade

Poucas especialidades do jornalismo são tão estudadas como o científico. No mais recente congresso da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJOR 2013), houve pelo menos duas sessões de comunicação oral com temas relacionados ao campo e uma sessão de comunicação coordenada constituída a partir de trabalhos relacionados ao meio ambiente. Com um total de 19 trabalhos, o dado revela uma clara preocupação dos pesquisadores da área com a temática, seguida de perto por estudiosos de áreas que se situam na interface da Comunicação, como a Educação, por exemplo.

Em nível mundial, o pioneiro do jornalismo científico foi o alemão Henry Oldenburg. De acordo com o resgate de Oliveira (2002), apesar de não ser um grande cientista ele tinha talento para aglutinar e inspirar homens da ciência, tendo sido o criador do periódico *Philosophical Transactions*, de 1665. No ano seguinte, já recebia mensalmente pela produção de cartas impressas de divulgação científica. Essas cartas nada mais eram do que relatos informais, constituídos como um novo gênero literário na época. Era o primeiro passo do jornalismo científico.

Apesar de ter iniciado sua história antes, os maiores saltos da especialização jornalística surgiram entre os séculos XIX e XX, como uma identificada contribuição das duas guerras mundiais na consolidação dos textos que buscavam popularizar a produção do conhecimento científico. Nesse sentido, o jornalista inglês Richard Calder também foi um precursor e destinava-se a escrever sobre assuntos da área no jornal *Daily Mail*. Em 1945, foi ele um dos responsáveis pela criação da Associação Britânica dos Escritores de Ciência (Oliveira, 2002).

Obviamente, o termo jornalismo científico constituiu-se como uma apropriação baseada em uma terminologia mais ampla, utilizada também em outras áreas. Considera-se jornalismo científico a produção baseada em ciência veiculada pelos meios de comunicação, mas chama-se de divulgação científica todo produto (seja ele textual, visual ou cultural) que tenha como objetivo divulgar a ciência para um público amplo. Nesta

esfera, situam-se desde eventos como Feira de Ciências até a constituição de espaços públicos – como museus – que objetivam atrair o público para a área.

Neste artigo, refiro-me exclusivamente ao jornalismo científico, aqui considerado como uma especialidade do campo do jornalismo, assim como o são o jornalismo cultural, político e econômico, por exemplo. Em comum entre tais segmentações está a função de fornecer um primeiro conhecimento sobre o mundo que nos cerca e divulgá-lo nos mais distintos canais de comunicação.

No Brasil, o jornalismo científico começou a sua história no século XVIII, com o pioneirismo de Hipólito da Costa, que escrevia sobre o tema para o diário *Correio Braziliense*. De acordo com Bueno (2009), seus relatos eram marcados por assuntos que variavam das maravilhas da botânica, passando pela agricultura e pelas doenças do seu tempo. Mas a efetiva profissionalização do campo ocorreu paralelamente à elaboração dos projetos das primeiras faculdades de jornalismo no país, entre as quais se destaca a Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), na figura do professor José Marques de Mello, que alavancou o ensino do jornalismo científico.

Antes disso, ainda na década de 1930, um novo pioneiro começou a desbravar o campo do jornalismo científico. José Reis passou a divulgar com frequência os resultados das pesquisas do Brasil e do exterior, como colunista do caderno *Mais da Folha* de São Paulo, onde assinava a coluna *Periscópio*. Em 1977, ele foi eleito o primeiro presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Científico, fundada neste mesmo ano, em clara demonstração de consolidação do campo (Cunha, 2007).

Para além da evolução própria do campo de estudo, o mercado de comunicação no país também passou por mudanças que, conforme sinaliza Bueno (2009) resultaram na ampliação do número de publicações e programas de televisão com conteúdos exclusivamente científicos. A segmentação chegou ao jornalismo, transformando um noticiário que até então era amplo em um noticiário cada vez mais especializado. Essa especialização multiplicou o volume de revistas disponíveis na banca (entre elas, a popular *Superinteressante*, da Editora Abril), dos suplementos encartados nos grandes jornais, como o *Folha Ciência*, da *Folha de São Paulo*, e de programas como o *Bem Estar*, hoje na grade matinal diária da Rede Globo de Televisão.

Encara-se, desta forma, a evolução histórica do jornalismo especializado em Ciência como um acontecimento paralelo à própria evolução da Ciência. O crescimento da produção científica nacional alavancou, de certa forma, o interesse da audiência para um assunto que, antes, encontrava-se restrito aos bancos acadêmicos. Como a função do jornalismo é acompanhar as movimentações sociais transformando-as em relatos e narrativas, é natural que a Ciência esteja em uma das posições definidoras desse discurso, ainda que como uma especialização ou segmentação da área.

Jornalismo especializado ou segmentado

Para fundamentar a reflexão que buscamos nesse artigo, é importante destacar o que se entende por jornalismo especializado ou segmentado. Para além da mera conceitualização, julgamos importante compreendê-lo como uma movimentação e uma resposta do público aos produtos midiáticos.

Tavares (2009) observa a história do jornalismo especializado, resgatando pontos da consolidação do campo no Brasil e na Espanha, uma das escolas mais tradicionais quando se reflete sobre o assunto. De acordo com ele, duas perspectivas balizam o pensamento na área: a primeira, de ordem técnica, e a segunda, mais conceitual. Neste artigo, ocupamo-nos da segunda, posto que nossa intenção é refletir sobre a ascensão dos textos de saúde veiculados pela mídia, e não sobre suas normas técnicas.

Compreendemos, com base no pensamento do autor, que a especialização encontra-se atrelada à evolução dos meios e à demanda do público, que requeria assuntos cada vez mais diversificados sobre o cotidiano. Por sua vez, esses assuntos eram dispostos com abordagem clara e didática, características universais do jornalismo, porque nasciam e eram formatadas a partir de um grupo especializado no assunto. Além disso, também há que se destacar que a especialização está “ligada a uma nova metodologia do trabalho jornalístico, fundadora de novos produtos (no sentido de notícias e textos)”. (Tavares, 2009, p. 118).

Aqui encontramos um aspecto chave para a reflexão que pretendemos gerar: a de que a segmentação ou especialização não é definida somente pela necessidade do público, mas também por uma necessidade produtiva dos próprios meios. Ora, ao se ter em uma redação um repórter especializado em Ciência, ou em Saúde, este profissional encontra-se autorizado a produzir pautas na área sem prejudicar a credibilidade do jornal ou, diretamente, sem influenciar negativamente na sua audiência.

Nesse sentido, entende-se que o jornalismo científico passou por sucessivos movimentos de especialização no decorrer do século XX e já no início do século XXI, principalmente com o desenvolvimento das escolas de jornalismo. A Ciência é um campo amplo, suscetível a transformações e até mesmo a descoberta de novas áreas. Foi assim com o avanço nos estudos de genética, com a descoberta da nanotecnologia e com a proliferação de pesquisas sobre meio ambiente. Assim, entendemos que a própria especialização da Ciência originou a segmentação do jornalismo científico, que exigiu profissionais cada vez mais preparados para lidar com as especificidades da área no movimento interno das redações e que criou uma audiência com demandas cada vez mais específicas, como veremos a seguir.

Da ciência à saúde: a formação dos midiapondríacos

A história da saúde no Brasil, especialmente a partir do século XIX, confunde-se, na verdade, com a própria história da medicina. E é justamente nesse período em que o jornalismo científico tem sua gênese histórica que o país volta-se fundamentalmente a questões higiênicas, “que inaugurariam todo um conjunto de tecnologias de controle e disciplina do corpo (...) para as medidas de controle coletivo, que priorizariam as regras sociais de prevenção” (Edler, 1998, p. 174). Neste mesmo momento histórico, potencializa-se o termo “ordem médica”, a partir do qual o discurso da medicina e do médico surgem como discurso da verdade e da cura, em sua hegemonia e manifestação ideologicamente marcada.

O fortalecimento e enrijecimento desse discurso começou a ser construído a partir de 1870, com a consolidação do periodismo médico na corte e com o advento da imprensa médica, que, “mais que as instituições acadêmicas oficiais, asfixiadas pelos entraves burocráticos impostos pela administração imperial, tornou-se instrumento (...) de propaganda e persuasão política dos grupos reformistas” (Edler, 1998, p. 179). Este era o espaço principal de “difusão das novas ideias, bem como arena de confronto e negociação político-epistemológica entre grupos que defendiam credos científicos rivais” (Edler, 1998, p. 175). Obviamente, estes textos circulavam somente entre pares, mas nos fornece um indicativo do quanto a informação, quando escrita e divulgada a um público amplo, tal como ocorre no jornalismo, tem o poder de se constituir como verdade.

Os principais jornais do país também veiculavam anúncios de produtos médicos, que variavam de xaropes para aumentar o apetite dos filhos até medicamentos para bronquite. No século XIX, a indústria farmacêutica não possuía o poder que tem hoje, mas já tinha seus precursores, registrados em publicações e que circulavam junto às notícias de interesse geral, sem uma clara separação do que era anúncio do que era informação.

No século XX, houve a continuidade desse movimento, que ocupava as capas e páginas dos jornais, traduzindo os conceitos de uma era cada vez mais medicalizada e preocupada com a cura, não com a prevenção. Do ponto de vista político, Araújo (2007) identifica, especialmente na Era Vargas, uma preocupação com a Educação Sanitária (não à toa o Ministério chamava-se Ministério da Educação e Saúde). A pesquisadora afirma que foi um dos momentos em que a dobradinha “Comunicação e Saúde” mas teve força, ainda que com uma conotação bastante ancestral, baseada no entendimento de que o segredo para a cura estava na informação e que o acesso a ela se dava de forma homogênea, com o receptor portando-se como um receptáculo ou uma tábula rasa.

Segundo ela, se “ignorava as causas sociais das doenças e confiava, à educação dos indivíduos, a superação do atraso e a instalação de condições mais propícias ao progresso”.

Este movimento teve continuidade no decorrer das décadas que o sucederam e sofreu sua maior mudança em meados da década de 1980, quando se começou a implementar a reforma sanitária – termo considerado a grande revolução na história da saúde pública brasileira. A reforma surgiu no âmbito da VIII Conferência Nacional de Saúde (CNS), realizada no ano de 1986. De acordo com Araújo (2007), “contou com a participação de técnicos do setor saúde, de gestores e da sociedade organizada, propondo um modelo de proteção social com a garantia do direito à saúde integral”. O que mais chamou atenção no documento e na movimentação que ele gerou, a partir do ponto de vista deste artigo, foi uma concepção mais democrática da saúde. Nesse mesmo momento, em nosso entendimento, abre-se um amplo espaço para que a mídia atue também como difusora de práticas educativas e preventivas para a área.

Em seu relatório final, a saúde passa a ser definida como o resultado não apenas das condições de alimentação, habitação, educação, trabalho, lazer e acesso aos serviços de saúde, mas, sobretudo, da forma de organização da produção na sociedade e das desigualdades nela existentes. A segunda delas é a de que as ações de saúde deveriam garantir o acesso da população às ações de cunho preventivo e/ou curativo e, para tal, deveriam estar integradas em um único sistema. A terceira, a descentralização da gestão, tanto administrativa, como financeira, de forma que se estivesse mais próximo da quarta proposição que era a do controle social das ações de saúde. (Araújo, Inesita Soares de, 2007, p. 115)

Tal percurso histórico nos trouxe ao século XXI com anseios cada vez mais utópicos. Ao mesmo tempo em que se ampliou o acesso à saúde por meio das políticas públicas e da democratização do acesso aos tratamentos, ampliou-se também a necessidade de informação. Simultaneamente, em um movimento contínuo, o homem passou a se preocupar com o corpo de uma maneira bastante peculiar. Tal fenômeno foi descrito e estudado por Sfez (1996), que identificou na sociedade um fenômeno que caracterizou como a utopia da saúde perfeita. Miranda (2012) destaca que ele anuncia, em tom lúcido e premonitório, que o corpo encontra-se em um movimento de mutação característico de um tempo que homens se confundem com robôs ou aspiram sê-los.

O corpo vai à desforra, reaparece na frente do palco, exige cuidados, uma atenção constante, oferece-se como sujeito e como objeto. Radiografado, auscultado em suas menores dobras, substituído por pedaços, enxertado em todos os sentidos, prometido à sobrevida de seus órgãos, o corpo humano é fonte e foco de pesquisas, tecnocientíficas e paracientíficas, provocando uma inflação de proibições e de injunções que confluem num discurso de mídia bastante confuso e de práticas autoritárias até o totalitarismo: governos, comunidades científicas, “sábios” reunidos em comissões de vigilância chamadas “bioéticas” tomam medida sobre medida. (Sfez, 1996, p. 41)

De acordo com Miranda (2012), seu entendimento de que o corpo e a ciência partilham de um novo momento, em que o ideal do homem parece tender a perfeição, dá à mídia um papel essencial, de difusora desses conceitos. Para Sfez (1996), na era da comunicação “a informação sobre os problemas de saúde circula (...) entre as diferentes culturas, tendendo a homogeneizar as práticas particulares, e o vírus da ‘saúde’ tende a tornar-se universal”. Ao tratar a saúde como uma espécie de vírus, o pensador manifesta sua visão crítica quanto ao assunto, concluindo que “a ideologia da comunicação todo-poderosa parece, por meio do corpo e das questões que ele suscita, tomar a forma de uma utopia” .

O mesmo caminho é escolhido por Le Breton (2003), que trata do conceito “gestão de si”, segundo o qual o homem toma suas decisões, pautado em desejos que acabam produzindo identidades que ele deseja assumir. É a mesma utopia da perfeição da saúde e do corpo sintetizada por Sfez e respaldada pelo discurso midiático de forma cada vez mais especializada:

A gestão de si ao modo da *technè* não é somente o fato de recorrer maciçamente à psicofarmacologia diante das dificuldades ou das sinuosidades da existência no cotidiano, revelando-se, também, em outras práticas sociais: o uso corrente das vitaminas, dos fortificantes, da diética etc., a modelagem da forma do corpo: ginástica tonificante, aeróbica, regimes alimentares etc., cujo sucesso também se conhece hoje em dia.

Essas práticas são modos voluntários de produção de si, de modelagem da identidade pessoal – elas testemunham um imaginário no qual o indivíduo se desdobra, faz do seu corpo um alter ego e se coloca diante de si como bio engineer ocupado em gerir seu capital físico ou afetivo, em retificar os erros que ele acredita descobrir em sua ‘máquina’, em otimizar e explorar seus recursos (Le Breton, 2003, p. 66).

Foi esse direcionamento que deu à mídia, em suas manifestações discursivas contemporâneas, o poder de controlar, disseminar informações e até mesmo prescrever cuidados – algo que, nos princípios da medicina, era função somente dela e de seus profissionais. Essa mudança de olhar – do corpo doente para o corpo são, perfeito – difundiu o número de veículos de circulação nacional que tratam do assunto (cadernos dos jornais *Folha de São Paulo*, *O Globo*, *Estado de S.Paulo*; revistas como a *Vida Simples*, *Saúde*, *Boa Forma* e programas de televisão como o *Bem Estar*, *Fantástico* e *Globo Repórter*).

Tais veículos abordam pautas relacionadas ao tema na perspectiva da prevenção e do tratamento e revelam uma geração de “mediapondríacos”, que, muitas vezes, substituem o consultório médico pelo compulsivo acesso a informações pelos meios de comunicação. Para se ter uma ideia sobre como esse fenômeno está em um momento de auge, somente na *fanpage* do programa *Bem Estar*, matinal diário da Rede Globo, há cerca de 2,5 milhões de seguidores, um número maior do que de jornais diários tra-

dicionais, como a *Folha de São Paulo* e pouco menor do que a página de interação da própria Rede Globo.

Nos *posts*, percebe-se, de forma geral, em um olhar bastante exploratório e despretenso, que os seguidores e usuários da página comportam-se não como telespectadores, mas como pacientes: fazem perguntas sobre os temas lançados e esperam que sua questão seja selecionada para ser respondida ao vivo.

Mas, para Kuscinsky (2002), em convergência com o neoliberalismo, esse tipo de discurso segmentado e especializado em saúde pode gerar controvérsias. Ele identifica “a não abordagem pelo jornalismo, assim como pela própria medicina, dos processos sociais de produção da doença e das neuroses, tratando apenas das manifestações desse processo”. Além disso, preocupa ao pesquisador o fato de os jornalistas não ouvirem enfermeiros, paramédicos ou outros trabalhadores de saúde. “[...] eles só buscam o médico renomado ou a autoridade e somente para legitimar algo que eles já resolveram dizer”. Com o mesmo olhar crítico, o pesquisador destaca que percebe um nicho de mercado no fenômeno de ascensão do jornalismo especializado em saúde:

[...] a saúde se tornou estratégica no campo da comunicação. Revistas como a *Veja* produzem capas de saúde regularmente, porque são as capas que vendem, na concepção de mercado que eles têm; mesmo quando está caindo um World Trade Center, eles fazem questão de a cada três ou quatro edições dar uma capa de saúde. São capas que vendem. Então nós vemos que há uma espécie dum turbinamento: a saúde é vendida como mercadoria e, portanto, na mídia ela é mais mercadoria ainda, é dupla-mercadoria porque tem que ser muito mercadológica a forma como é apresentada, a forma como é tratada. (Kuscinsky, 2002, p. 98)

Neste sentido, torna-se, necessário, em estudos posteriores, identificar quais as características das manifestações discursivas da saúde em um momento histórico no qual os veículos mostram-se interessados em adotar esta pauta entre seus conteúdos de destaque e no qual a própria sociedade parece viver um momento de necessidade de prescrição e orientação, em um fenômeno que aqui denomino de “midiapondria”, em alusão ao termo hipocondria, estabelecido para designar indivíduos viciados em medicamentos.

Considerações

Este artigo teve como objetivo identificar a partir de qual momento histórico o tema saúde passou a ocupar o jornalismo científico, em alguns momentos sobrepondo-se a ele com conteúdos cada vez mais especializados, prescritivos e orientativos. Obviamente, trata-se de uma tarefa complexa para ser feita ao longo destas páginas e será debatida com mais propriedade e aporte teórico na tese da autora, cujos principais objetos são os programas de televisão que oferecem a pauta da saúde como seu principal produto editorial.

Ainda que de forma preliminar, identificamos que os movimentos no campo de jornalismo acabaram acompanhando os movimentos da sociedade: o jornalismo se especializou à medida que a própria saúde foi se especializando. A sociedade exigiu de ambos respostas mais precisas e específicas para seus problemas.

Evidentemente, o curso histórico continua. Hoje, muito mais caracterizado como sendo de um século em que se busca a autoridade – tanto do discurso da Ciência como do discurso da Imprensa – para adequar estilos de vida e adotar estratégias de prevenção. Obviamente, não é nosso interesse, nesse espaço, qualificar essa movimentação como positiva ou negativa, mas apenas lançar um olhar sobre ela para entendê-la como fenômeno de um tempo de utopia – a utopia da saúde perfeita (Sfez, 1996).

Por ora, consideramos que essa busca por longevidade, qualidade de vida e saúde pertence a um momento histórico em que os cidadãos têm mais acesso a estratégias de prevenção e que, justamente por isso, adotam-nas em seu dia a dia e rendem audiência aos veículos de comunicação que se interessam por sua pauta, em um movimento contínuo no qual as empresas de comunicação parecem dar à sua audiência as respostas que ela própria busca.

Referências

ARAÚJO, Inesita Soares de. Comunicação e Saúde. In: MARTINS, Carla Macedo; STAUFFER, Anakeila de Barros (Org.). **Educação e Saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007. p. 101-124.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Científico no Brasil: os desafios de uma longa trajetória**. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/68/pdf/porto-9788523209124-06.pdf>>. Acesso em: 19 de novembro de 2013.

EDLER, Flavio Coelho. A MEDICINA BRASILEIRA NO SÉCULO XIX: UM BALANÇO HISTORIOGRÁFICO. **Asclepio**, Madrid, v. 2, n. 1, p.169-186, maio 1998. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCgQFjAA&url=http://asclepio.revistas.csic.es/index.php/asclepio/article/download/341/339&ei=AnaSUphOM8q1kQer54CwAw&usg=AFQjCNEfCXxwvSFnV5-1vVrBbN55nfahRw&sig2=4kCPfpNAN3Zk5QU_CQFndQ&bvm=bv.56988011,d.eW0>. Acesso em: 1 nov. 2013.

Kuscinsky, Bernardo. **Jornalismo e Saúde na Era Neoliberal**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v11n1/10.pdf>>. Acesso em: 10 de outubro de 2013.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**: Antropologia e Sociedade. Campinas: Papirus, 2003.

MIRANDA, Amanda Souza de. Anais. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DOS PESQUISADORES EM JORNALISMO, 11, 2013, Brasília. **A informação em saúde como produto da cultura da mídia**. Brasília: Sbpjor, 2013. p. 1-15.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. São Paulo: Contexto, 2002.

SFEZ, Lucien. **A saúde perfeita**. Crítica de uma nova utopia. São Paulo: Loyola, 1996.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. **Estudos em Comunicação**, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 115-133, maio 2009. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2013.

Um trem chamado jornal: o fascínio pela velocidade posto em marcha¹

Jeana Santos²

Resumo: Este trabalho pretende buscar nos nossos jornalistas pioneiros que escreviam suas crônicas na virada do século XIX para o XX indícios do fascínio pelo movimento, que se traduziria tanto na tematização dos veículos de transportes (trens, bondes, automóveis) quanto na tematização do veículo que abandonaria a casa da palavra do livro para percorrer, ágil e leve, as ruas: o jornal. Procura também atualizar esse encantamento primeiro, mostrando que o desejo pela pressa, subscrito na escritura daquele tempo, atingiria seu ápice hoje, com a atual narrativa das redes e do jornalismo online, sintomas eloquentes de um mundo que gira cada vez mais veloz, afetando não só a prática profissional do jornalista, mas também sua saúde física e mental, num processo que se move mais aceleradamente nos trilhos da história.

Palavras-chave: história do jornalismo; narrativa urbana; teoria literária

Considerações iniciais

Atualmente, em tempos de informação online, a associação entre o jornalismo e a velocidade nunca esteve tão em voga. A tal ponto que a própria velocidade é consumida como um valor jornalístico. Ou seja, a informação só é considerada boa se for obtida e transmitida rapidamente para atender a uma demanda de receptores sequeiros por consumir o tempo, não importa o que nele venha atrelado. Ou como diz Moretzsohn (2002, p. 120), que considera essa noção de urgência como o grande fetiche da (pós) modernidade, “chegar na frente’ torna-se mais importante do que ‘dizer a verdade’”.

1 Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Impressa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Jornalista pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre e Doutora em Teoria Literária, ambos pela UFSC. Pós-doutora em Antropologia Social também pela UFSC. Autora dos livros “A estética da melancolia em Clarice Lispector” (Edufsc) e “O colecionador de histórias miúdas: Machado de Assis e o jornal” (Insular) e de artigos científicos para as revistas acadêmicas Estudos em Jornalismo, Mídia e Travessia, Alceu, Ilha, entre outras. Atualmente é bolsista Capes PNPd, desenvolvendo estudos de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC. E-mail: <jeanasantos@terra.com.br>.

Embora em tempos globalizados tal fetiche esteja mais em evidência do que nunca, não é atual. A própria autora lembra que foi sempre em torno da ideia de dinamismo, instantaneidade, atualidade que a atividade jornalística foi construída:

“Meninos jornaleiros saem às ruas apregoando edições extras, efeitos sonoros vibrantes despertam o ouvinte para notícias curtas e rápidas, vinhetas alertam o espectador para o bombardeio de imagens. Notícias de última hora: tudo é urgência” (MORETZSOHN, 2002, p. 46).

No contexto brasileiro, houve um instante pioneiro em que esta urgência uniu-se ao mito do progresso e ambos foram adotados como um signo indelével do exercício do jornalismo diário. Trata-se da passagem do século XIX para o XX, quando alguns escritores que embarcaram nas folhas volantes do jornal experimentaram seu aspecto ágil, por vezes enaltecendo tal característica, outras vezes a demonizando, mas nunca lhes ficando indiferentes. Falamos aqui de um tempo em que a imagem do escritor sentado e contemplativo dentro das paredes da casa burguesa ou do gabinete cede lugar ao homem que cruza a cidade a pé ou de bonde para documentá-la no que tinha de importante ou anódino. E que, ao fazê-lo, imprime movimento no olhar e nos passos, perfazendo uma nova retórica que encontraria eco em outro veículo de expressão que também passeia pela rua: o jornal.

E se a caminhada e o bonde imprimem velocidade ao olhar haveria de se criar uma narrativa que pudesse dar conta desse rápido relance dos olhos, que pudesse também ser lida em movimento, em praça pública, nos cafés, onde um homem não se detém por tanto tempo e onde o imperativo é flunar, vagar. A crônica seria a depositária dessa experiência de mobilidade, de fragmentação da visão, de recorte, de distração e só poderia ser possível no veículo móvel do jornal. Como escrevera Machado de Assis em “O jornal e o livro” (1859), “já disse que a humanidade, em busca de uma forma mais conforme aos seus instintos, descobriu o jornal” (ASSIS *apud* COUTINHO, 1959, p. 360).

Neste trabalho pretendemos, então, investigar como o fascínio pelo movimento, tão alardeado hoje como o suprassumo da modernidade tardia, já estava presente na prática e no discurso dos nossos jornalistas pioneiros. E na própria técnica do jornal, esse “trem expresso”, nos dizeres de Machado, que viria colocar em marcha a narrativa, até então subscrita na imobilidade da casa da palavra livresca. Afinal, a prática de hoje já estava contida na ideologia de ontem. E procurar desenterrar o passado submerso nas camadas do presente é agir conforme o historiador “materialista” que, segundo Benjamin, seria o único capaz de explodir o *continuum* da história para carregar o passado de “agoras”, porque leva em conta os sofrimentos da humanidade e reconhece uma oportunidade revolucionária de lutar contra um passado oprimido. “Articular historicamente o passado não significa conhecê-lo “como ele de fato foi”. Significa apropriar-se de uma reminiscência, tal como ela relampeja no momento de um perigo” (BENJAMIN, 1994a, p. 224-225).

E se o jornal impresso em tempos virtuais está em perigo, houve um instante em que ele, tal qual a urgência das redes sociais e do jornalismo instantâneo, também catalisava o desejo pelo movimento, a experiência de aceleração do tempo inscrita no imaginário dos cidadãos. Como diz Benjamin (1994b, p. 239), “se ilude, privando-se do melhor, quem só faz o inventário dos achados e não sabe assinalar no terreno de hoje o lugar no qual é conservado o velho”.

Voltemos ao velho jornal, amarelado pelo tempo, e dele derivemos no terreno antigo o lugar do novo. Afinal, através da experiência que os nossos cronistas tiveram no veículo na virada do século XIX para o XX, todo o testemunho da passagem para a modernidade, inscrita, sobretudo, na experiência da velocidade.

Experiência essa que, em tempos virtuais, acirra-se e produz modificações drásticas nos ritmos das redações e das jornadas laborais, afetando de várias maneiras aquele que, em um dado momento da história, saudou a prensa como propulsora do progresso e da melhoria das condições de vida: o jornalista.

O público tem pressa

A experiência do movimento contaminou a escritura da virada do século XIX para o XX no Brasil e estaria presente em vários suportes técnicos do período: nos transportes públicos cada vez mais velozes, no acontecimento humano sintetizado num *flash* fotográfico e depois tornado movimento pela técnica cinematográfica etc. E também no jornal, que se converteria no veículo adequado para o transporte desse afã por velocidade, inscrito numa linguagem que tinha cada vez mais pressa, tal qual os transeuntes da cidade moderna.³

Desde la prensa periódica de finales del siglo XVI y principios del XVII hasta las diversas telegrafías del XVIII y del XIX, la reducción de los plazos y la velocidad de transmisión aumentan constantemente hasta llegar, con la electricidad, a la práctica simultaneidad. Cuando la fotografía se hace instantánea, los mensajes y las palabras se reducen a unos cuantos signos (ROMANO, 1998, p. 396).

A eletrificação promoveria não só um aumento de velocidade nas tecnologias, mas se faria sentir também nos rituais sociais. O fascínio pelo movimento, posto em marcha pela técnica como metáfora do progresso, é adotada e internalizada pelo espírito e pela psique dos cidadãos. A aceleração da vida, a pressa cotidiana já era latente na transformação dos veículos de locomoção, como os bondes, que de puxados por burros passaram a ser de tração elétrica. Não é à toa que esse transporte público tenha incitado tanto a imaginação dos cronistas da época. E não é à toa também que Bilac, em crônica de

3 Entretanto, como lembra MORETZSOHN (2002, p. 140), embora o jornal esteja submetido à “lógica da velocidade”, é incapaz de segui-la, porque o “tempo real” que almeja é sempre o tempo de ontem.

1903, com o pretexto de falar sobre o 35º aniversário do bonde, tenha lhe rendido uma enfática apologia, aproximando a experiência de fragmentação do olhar do passageiro à experiência do espectador do cinema:

O teu suave deslizar embala a imaginação! o teu repouso sugere ideias; a tua passagem por várias ruas, por vários aspectos da cidade e da Vida – aqui ladeando o mar, ali passando por um hospital, mais adiante beirando um jardim, além atravessando uma rua triste e percorrendo bairros fidalgos e bairros miseráveis, e cruzando aglomerações de povo alegre ou melancólico –, vai dando à alma do sonhador impressões sempre novas, sempre móveis, como as vistas de um cinematógrafo gigantesco (BILAC *apud* DIMAS, 1996, p. 318).

Os cortes panorâmicos da cidade, as várias tomadas de cena, o movimento acelerado do olhar, tudo isso aproxima ambos, cinema e bonde, da crônica, a escritura dos novos tempos. Afinal, nela, as impressões do escritor movimentam-se também por linhas que captam o urbano e se interrompem, tal qual nova estação, para colherem outros tipos, outras notícias, outras cenas urbanas. Tal qual bonde, que anda num “verdadeiro leva-e-traz” (como disse Machado de Assis a respeito do veículo público em texto de 1877), a crônica se movimenta em cortes, em fragmentos que se interrompem e se retomam diariamente, aproveitando o ir e vir das fontes noticiosas, cujo burburinho é mais intenso na agitação do transporte coletivo.⁴

Essa aceleração na linguagem promovida pela crônica como metáfora do bonde comprova que o novo ritmo da vida cotidiana teria diminuído o tempo livre necessário para a contemplação literária: “A diminuição do tempo, a concorrência do jornal diário, do livro didático, da revista mundana e dos manuais científicos, de par com as novas formas tecnológicas de lazer, o cinematógrafo, o gramofone e a fotografia, estreitaram ao extremo o papel da literatura” (SEVCENKO, 1983, p. 97).

De fato, Machado de Assis veria na fotografia, na invenção do telégrafo, do telefone e do motor de explosão indícios da “pressa” do final do século. Em crônica de 1864 rememora a chegada da primeira máquina fotográfica no Brasil (1840), pelas mãos de um padre francês:

Há 24 anos, em janeiro de 1840, chegou ao nosso porto uma corveta francesa, “L’Orientale”, trazendo a bordo um padre de nome Combes. Este padre trazia consigo uma máquina fotográfica. Era a primeira que aparecia na nossa terra. O padre foi à hospedaria Pharoux, e dali, na manhã do dia 16 de janeiro, reproduziu três vistas – o Largo do Paço, a Praça do Mercado e o Mosteiro de

4 Tanto que João do Rio (In: Porto: Chardron, 1909. p. VI), no texto intitulado Cinematógrafo, aproximaria, não mais o bonde, como Bilac, mas a própria crônica, da cinematografia, um “cinematógrafo de letras”, centrando-se no processo de aceleração do olhar diante do “delírio apressado” dos tempos. O fragmento “cinematógrafo de letras” deu nome ao livro de Flora Süssekind (Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização no Brasil) sobre a influência das técnicas modernas na escritura da época.

São Bento. [...] Desde então para cá, isto é, no espaço de 24 anos, a máquina do padre Combes produziu as 30 casas que hoje se contam na capital, destinadas a reproduzir de todos quantos quiserem passar à posteridade... num bilhete de visita.

[...] Até onde chegará o aperfeiçoamento do invento de Daguerre? (ASSIS *apud* EDIÇÕES JACKSON, 1955, p. 78).

Muito longe... A fotografia tornava-se assim um símbolo de modernidade e uma marca de civilização para quem a possuía, muito embora sua disseminação só tenha ocorrido a partir de 1900 com o surgimento do cartão-postal no Brasil. Conforme Süsskind (1987, p. 33), essa nova percepção, mediada pelo aparato tecnológico da fotografia e mais tarde do cinema, modificaria a forma acadêmica de se fazer pintura na transição dos séculos.

Se chegaria a influenciar a técnica pictórica do período, não seria diferente com a linguagem escrita, que passou a ser mais ligeira, direta, renunciando o novo ofício que se afigurava no horizonte: o exercício do jornalismo diário.

A propósito da fotografia usada especificamente para fins jornalísticos, Olavo Bilac (*apud* DIMAS, 1996, p. 165-166), em crônica do dia 13 de janeiro de 1901, publicada na *Gazeta de Notícias*, chegou a temer que o instantâneo fotográfico substituísse cada vez mais o texto, tornando-se uma verdadeira ameaça aos “rabiscadores de artigos e notícias”. Chamando os desenhistas, caricaturistas e ilustradores de “exército rival”, diz que “o lápis destronará a pena” e que no Rio de Janeiro tal revolução já começara, trazendo morte aos cronistas e noticiaristas e opulência aos fotógrafos. E tudo isso, segundo ele, porque o homem do começo do século teria pressa:

O público tem pressa. A vida de hoje, vertiginosa e febril, não admite leituras demoradas, nem reflexões profundas. A onda humana galopa, numa espuma-rada bravia, sem descanso. Quem não se apressar com ela, será arrebatado, esmagado, exterminado. O século não tem tempo a perder. A eletricidade já suprimiu as distâncias: daqui a pouco quando um europeu espirrar ouvirá incontinenti o “Deus te ajude” de um americano. E ainda a ciência humana há de achar o meio de simplificar e apressar a vida por forma tal que os homens já nascerão com dezoito anos, aptos e armados para todas as batalhas da existência (BILAC *apud* DIMAS, 1996, p. 165-166).

O cronista lamenta que ninguém mais leia artigos, que os jornais só abram espaço para as ilustrações e que as legendas sejam cada vez mais curtas, ficando com a gravura toda a tarefa de explicar os acontecimentos. Entretanto, reconhece “os benefícios da grande revolução que a fotogravura vem fazer no jornalismo”. E, num exercício de visionarismo que anteciparia em parte o que a televisão viria a realizar, profetiza: “É provável que o jornal-modelo do século XX seja um imenso animatógrafo, por cuja tela vasta passem reproduzidos, instantaneamente, todos os incidentes da vida cotidiana.

(...) Demais, nada impede que seja anexado ao animatógrafo um gramofone de voz tonitruosa, encarregado de berrar ao céu e à terra o comentário, grave ou picante, das fotografias”. Já que, conforme o cronista, “as palavras são traidoras e a fotografia é fiel” e “a pena nem sempre é ajudada pela inteligência; ao passo que a máquina fotográfica funciona sempre sob a égide da soberana Verdade”, o público, imbuído da já citada pressa, não iria mais querer “perder tempo em procurar a verdade dentro deste acervo de contradições e de divergências”, que são as notícias e as crônicas de um jornal (BILAC *apud* DIMAS, 1996, p. 165-166).⁵

Não obstante, se Bilac já considerava lentas as notícias e as crônicas, depositando todo o sentido de movimento na fotografia, Machado ainda veria no jornal o instante pioneiro em que o afã pela velocidade se manifestava numa nova forma de escritura que se acelerava, tal qual bonde elétrico ou trem expresso, para não fazer o homem moderno perder tempo.

Jornal: locomotiva intelectual

A constatação de Machado, mencionada acima, deu-se na sua inflamada – até ingênua – apologia do veículo, publicada no *Correio Mercantil* de 10 e 12 de janeiro de 1859, sob o título “O jornal e o livro”.⁶ Imbuído de uma retórica liberal, o texto discute a relação entre o livro e o jornal e profetiza o aniquilamento do primeiro. Dentre as várias razões para justificar declaração tão grave, cita a demanda do espírito humano por movimento:

A lei eterna, a faculdade radical do espírito humano, é o movimento. Quanto maior for esse movimento mais ele preenche o seu fim, mais se aproxima desses polos dourados que ele busca há séculos. O livro é um sintoma de movimento? Decerto. Mas estará esse movimento no grau do movimento da imprensa-jornal? Repugno afirmá-lo (ASSIS *apud* COUTINHO, 1959, p. 360).

Depois de considerar o jornal a “reprodução diária do espírito do povo” ou o “espelho comum de todos os fatos e de todos os talentos”, diz que o livro não está nestas mesmas condições e que haveria algo nele de “limitado e de estreito” quando comparado ao jornal. E mais uma vez retoma a questão do movimento: “Depois o espírito humano tem necessidade de discussão, porque a discussão é – movimento. Ora, o livro não se presta a essa necessidade, como o jornal. A discussão pela imprensa-jornal anima-se e toma fogo pela presteza e reprodução diária desta locomoção intelectual” (ASSIS *apud* COUTINHO, 1959, p. 360).

5 Mas, contrariando a expectativa de Bilac, o público continuaria a “perder tempo” por pelo menos mais algumas décadas, uma vez que o fotojornalismo só ganharia impulso com a revista *O Cruzeiro*, nos anos 50. Antes disso, os laboratórios fotográficos das redações eram quase sempre banheiros adaptados.

6 As ideias que este texto de Machado suscita já foram discutidas por mim no artigo “Do livro ao jornal: o texto fragmenta-se na notícia”, publicado na Revista Conexão, em 2010, e que retomo aqui.

A ideia de “locomoção intelectual” faz Machado aproximar o jornal da locomotiva. Para ele, o jornal seria “a locomotiva intelectual em viagem para mundos desconhecidos” (ASSIS *apud* COUTINHO, 1959, p. 360). Algum tempo depois (1909), Marinetti, em seu Manifesto do Futurismo, celebraria a velocidade também fazendo alusão aos transportes automobilísticos como metáfora da simultaneidade: “Nós declaramos que o esplendor do mundo se enriqueceu com uma beleza nova: a beleza da velocidade. Um automóvel de corrida com seu cofre adornando de grossos tubos com serpentes de fôlego explosivo” (MARINETTI *apud* MORETZSOHN, 2002, p. 33).

Como vimos, a crônica, além de tematizar frequentemente os bondes e os trens no período, refletiria o olhar de quem se desloca por tais veículos: recortado, acelerado, que percorre a cidade, em suma, um olhar de passageiro, um olhar de quem está de passagem. Tal qual a leitura do jornal, os cidadãos só estão presentes de um modo transitório: na cidade que se acelera, todos são passageiros permanentes.

Os veículos de transporte, da mesma forma que o jornal, também fazem parte da cidade moderna e dos novos tempos, em que a velocidade, sobretudo com a tração elétrica, acelera-se sempre em direção ao amanhã, em direção à industrialização e à utopia de um progresso benfazejo, de uma melhora democrática na qualidade de vida dos cidadãos, da repartição das letras (com o jornal) e das vias públicas (com os bondes, *tílburis* e trens). Ambos são sintomas, reflexos do *sensorium* de uma humanidade que almejava o movimento. Uma humanidade que, como vimos com Bilac, tinha pressa. Não é à toa que Machado de Assis tenha dito que os dois maiores acontecimentos “dos últimos trinta anos” (escrevia em agosto de 1893 em comemoração aos dezoito anos de fundação da *Gazeta de Notícias*) teriam sido precisamente o bonde e o jornal, além de ter dedicado ao primeiro, inúmeras crônicas, captando no novo veículo a experiência utópica da velocidade. Como esta, de 1892, escrita uma semana antes da Companhia Ferro Carril do Jardim Botânico fazer funcionar o primeiro bonde elétrico, em que exalta o veículo como uma grande novidade justamente pelo fato de que iria transportar os passageiros mais rapidamente (ASSIS *apud* GLEDSON, 1996, p. 130). Em outra crônica do mesmo ano, Machado (*apud* GLEDSON, 1996, p. 136) já teria visto a novidade e conta que o que mais lhe impressionara fora o ar de superioridade do cocheiro: “Sentia-se nele a convicção de que inventara, não só o bonde elétrico, mas a própria eletricidade”. Em seguida, como estava num outro bonde ainda puxado por burros, o autor ouve a conversa dos dois animais. Um diz ao outro que depois do bonde elétrico, ao invés da liberdade, ambos passarão a conduzir carroças, sem direito à aposentadoria e prêmio, e depois serão largados nas ruas até apodrecerem, quando, enfim, virá uma carroça puxada por outro burro e os levará.⁷

7 Mais do que a apologia do progresso, evidente na crônica anterior, Machado esboça aqui um princípio de crítica sobre o destino dos animais, meras peças substituíveis, assim como os escravos, numa Rio de Janeiro que começa a vivenciar as novas tecnologias. Na crônica em questão, o autor não deixa de perceber o descaso com que seriam tratados os “dejetos” (escravos ou burros) de uma evolução tecnológica apenas em seus inícios, confirmando a máxima benjaminiana de que o progresso da humanidade é feito à custa de muito destroço (Angelus Novus).

Como se vê, a tecnologia na perspectiva machadiana tanto gera progresso quanto promove a substituição das peças que se descartam tal qual “o vapor o há de ser pelo balão, e o balão pela eletricidade, a eletricidade por uma força nova, que levará de vez este grande trem do mundo até a estação terminal” (ASSIS *apud* PAIXÃO, 1994, p. 59).

Jornal: trem expresso

Se para alguns teóricos o jornal estaria em sua “estação terminal”, convém aqui buscar no passado a sua estação primeira, ponto de partida de seu surgimento e a posterior marcha de sua modernização.

Assim como se aceleraram as técnicas dos veículos de transporte para atender ao novo ritmo homem moderno, o jornal também teria que se adequar a essa aceleração.⁸⁸O primeiro país a adotar esta “corrida para a revolução das técnicas” (SODRÉ, 1977, p. 3) foi a Inglaterra, em 1814, com a utilização da máquina a vapor no *Times* que ampliou a velocidade da impressão para mil exemplares por hora. Os Estados Unidos superariam o país europeu lançando rotativas cada vez mais ágeis: “Reproduzindo ilustrações rapidamente e a baixo custo, pela velocidade na impressão, nos fins do século, as novas máquinas faziam correr rolos de papel com a velocidade de um **trem expresso**. (SODRÉ, 1977, p. 6) (grifo nosso).

A periodicidade, a fragmentação dos textos, a velocidade das rotativas, tudo isso torna a alegoria usada por Sodré (e, antes dele, por Machado de Assis) – a de trem expresso – uma imagem bastante adequada. Afinal, um trem expresso move-se mais aceleradamente e tem suas paradas de quando em quando nas estações. As cenas que recorta nas janelas mudam a cada deslocamento nos trilhos e constituem fragmentos do tempo cujo impacto no olhar é cada vez mais efêmero. No jornal, as cenas factuais mudam a cada deslocar de página e costumam ser esquecidas até o fechar do jornal, até a última estação e o derradeiro afastamento entre o leitor-viajante e o veículo condutor: jornal ou trem.

E assim como o trem, que do vapor passou ao elétrico, as prensas, sobretudo as do Rio de Janeiro e as de São Paulo, que eram de madeira, passaram a ser elétricas. O número de tipografias chegaria, em 1910, a mais de cento e cinquenta, o que ampliou a tiragem dos jornais e revistas nacionais e o número de leitores.⁹ Tudo isso promoveu uma melhor qualidade do material gráfico, como documenta Juarez Bahia (1990, p. 166): “Novas instalações tipográficas; rotativas com capacidade para imprimir 70 mil

8 Bilac, em crônica de 1908, comentando a reforma implantada no Jornal do Comércio, cuja folha ficara “menor, mais bem paginada, de leitura mais fácil”, diz que de carro de bois o jornal passara a automóvel: “O ‘mastodonte’ é hoje criatura da sua época. O carro de bois transformou-se em automóvel” (BILAC *apud* DIMAS, 1996, p. 180).

9 Gilberto Freyre (1974, p. 232) aponta o fim do Império e o começo da República em 1889 como um período de muita leitura de jornais e revistas pela burguesia. Jornais e revistas da época: *Cidade do Rio de Janeiro* (de José do Patrocínio); *Gazeta de Notícias* (de Ferreira de Araújo); *O País* (de Quintino Bocayuva); *Jornal do Commercio*; *A Liberdade* (jornal monarquista); *Correio da Manhã*; *A Noite*; *Revista da Semana*; *Fon-Fon*; *Kosmos*; entre outros.

exemplares/hora; linotipos com motor a gás que logo assumirão o revolucionário sistema elétrico; a fotografia que se desenvolve a ponto de chegar à redação para reprodução imediata; e um sistema de gravura que se aperfeiçoa rapidamente”.

Rotativas velozes, linotipos elétricos, reproduções imediatas, sistemas que se aperfeiçoam rapidamente, trem expresso... Movimento. Apesar dos cronistas aqui analisados não terem tido tempo para experimentar toda essa aceleração na evolução das técnicas jornalísticas, intuíram que o afã por movimento já estava sendo gestado na cidade e que o jornal mimetizaria essa nova sensibilidade da massa.

Foi, portanto, no jornal que o registro da prensa humana teve a intenção de um cinema-verdade. Foi no jornal que o sentido de movimento ainda vinha colado ao sentido da palavra impressa no livro e, portanto, seu corpo possui a dialética de quem convive com o velho e o novo muito mais do que as outras formas que abandonaram a escrita para se sagrarem imagem. Analisá-lo sob essa perspectiva é recuperar o instante em que “duas culturas ou tecnologias podem, à semelhança das galáxias astronômicas, passar uma pela outra sem colidirem, mas não sem mudança de configuração” (MCLUHAN, 1977, p. 208).

Os cronistas aqui analisados vivenciaram o instante pioneiro em que o jornal se configurava como nova forma, mas que ainda conservava vestígios do livro, muito embora se movesse cada vez mais ágil pelos trilhos do tempo, atendendo a demanda de um olhar que já se habituava, pouco a pouco, a uma nova velocidade, a uma nova forma de impressão e de expressão. A uma nova pressão.

Excesso de velocidade: um trem que descarrilha

Se o afã pela velocidade causava *frisson* nos primeiros jornalistas, não iria demorar em que se notassem os primeiros sintomas de um desgaste nessa experiência. Olavo Bilac, em crônica da *Gazeta de Notícias* de 1895, talvez tenha sido o primeiro cronista a discorrer sobre os efeitos do choque nas grandes cidades e do excesso de velocidade na própria psique do jornalista. Chamando tal profissional de “homem-multidão”, investiga os caminhos que estariam levando este “filho de Gutenberg” a abdicar de “ter papilas nervosas na sua grossa pele de pedra e ferro”, a tal ponto que os acontecimentos passassem por ele “como as rajadas do vento passam por cima das rochas vivas sem que as enruguem nem abalem” (BILAC *apud* DIMAS, 1996, p. 149-153). Para ser “como as engenhosas máquinas americanas de escrever”, o jornalista, na opinião do autor, precisou pagar um alto preço: tornou-se o profissional que mais frequentava os consultórios de moléstias nervosas da época:

Quando entrardes num desses consultórios e virdes um homem, no meio da sala, firmando-se no chão com um pé só, olhos fechados e braços abertos no ar – podeis desde logo assegurar que é um jornalista neurastênico em que se procura verificar a existência do sinal de Romberg (BILAC *apud* DIMAS, 1996, p.).

A anestésica tornou-se uma técnica sofisticada na segunda metade do século XIX, e, portanto, neste período da crônica de Bilac, e visava a combater a “neurastenia”, doença causada por excesso de estímulo decorrente do trabalho, do desgaste da vida moderna, dos acidentes ferroviários etc. (BUCK-MORSS, 1996, p. 24-25). O próprio Bilac faz alusão a um acidente de bonde que teria desencadeado a tal “moléstia nervosa” no jornalista:

O jornalista X, bem-dormido e bem almoçado, sai de casa, a caminho do seu jornal. Toma um bonde elétrico. Abre todas as folhas e começa a ler. Já essa leitura principia a lhe desorganizar o sistema nervoso. Em meio da viagem, o bonde elétrico (não fosse ele elétrico!) reduz a pó impalpável o corpo de um transeunte. X toma do lápis e registra o fato: e já é seu próprio corpo de jornalista que sente a dor terrível do **despedaçamento...** (grifo meu).

A “dor terrível do despedaçamento” que sente o corpo do jornalista ao ver o corpo despedaçado do transeunte ilustra uma das metáforas para a neurastenia: nervos “feitos em pedaços”.

Hoje, em tempos virtuais, em que a notícia deve ser o mais “despedaçada” possível para que seja veiculada tão rapidamente quanto um bonde elétrico (“não fosse elétrico!”) ou um “trem expresso”, a psique do jornalista estaria sofrendo um abalo sem precedentes e a percepção pioneira de Bilac sobre o homem multidão dos começos do século XX atinge sua faceta mais agônica. A pressa elevada à categoria de valor acelera também a desilusão no exercício da profissão a tal ponto que o que se costumava chamar no meio de “crise dos 40 anos” avança inexoravelmente para a “crise dos 30 anos”.

Uma pesquisa recente feita pelo psicólogo, professor e pesquisador da Faculdade de Educação da Unicamp e da Fundação Getúlio Vargas, Roberto Heloani, revela por que os jornalistas estão adoecendo como nunca.¹⁰ Heloani ouviu dezenas de profissionais de jornais, rádio, TV, jornal impresso e assessorias de imprensa de São Paulo e Rio de Janeiro e detectou uma “jovialização” da profissão devido ao ritmo frenético imposto pelos novos modelos empresariais. A jornada de trabalho, que pela lei deveria ser de 5 horas, nos estados pesquisados chega a 12 horas.

Evidentemente, há diferenças de ritmo, conforme o tipo de veículo para o qual se trabalha. Mas o importante será perceber como a lógica do “tempo real” afeta a prática do jornalismo como um todo, radicalizando a “corrida contra o tempo” que sempre marcou a profissão. Mais ainda: que as exigências do mercado financeiro, e de quem nele atua, passam a ser o relógio do noticiário em geral (MORETZSOHN, 2002, p. 130).

¹⁰ As considerações de Roberto Heloani foram tiradas do artigo “Por que os jornalistas estão adoecendo mais”, de Elaine Tavares, publicado em 24 de agosto de 2010 no Observatório da Imprensa.

O medo de perder o emprego também seria outro fator de estresse e, segundo o pesquisador, o jornalista estaria sempre às voltas com um “plano B”, o que causaria muitos danos à sua saúde física e mental. Os Acidentes Vasculares Cerebrais (AVCs), o fenômeno da morte súbita, o aumento da dependência química, a síndrome do pânico, a angústia e a depressão aumentam assustadoramente na profissão. Segundo Heloani, 80% dos profissionais pesquisados têm estresse e 24,4% estão na fase da exaustão, o que significa que de cada quatro jornalistas, um está sofrendo por conta da enorme carga emocional e física causada pelo trabalho. Diante deste quadro, a maioria dos entrevistados não ultrapassa a barreira dos 20 anos de profissão. Segundo Moretzshon (2002, p. 137), a sobrecarga seria ainda maior com a incorporação dos serviços *online* pelos grandes jornais, uma vez que obriga o repórter a fornecer *flashes* para o serviço “em tempo real” do jornal e, quando for o caso, para boletins radiofônicos.

E todo esse furor da pressa, da urgência, da disputa pela notícia em “primeira mão” que afeta tanto a prática profissional quanto a saúde do jornalista contemporâneo teve seu instante pioneiro na retórica do movimento profetizada pelos nossos primeiros cronistas.¹¹ Foram eles que sentiram pela primeira vez o que o surgimento do ciberespaço realizaria em escala global na comunicação moderna: que “a informação só tem valor pela rapidez de sua difusão, ou melhor, *a velocidade é a própria informação!*” (VIRILIO *apud* MORETZSHON, 2002, p. 125) (grifos do autor).

Referências

- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: história da imprensa brasileira. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994a. Obras escolhidas; v. 1.
- _____. **Rua de mão única**: obras escolhidas volume II. Tradução de Rubens Rodrigues Torres Filho e José Carlos Martins Barbosa. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994b.
- BUCK-MORSS, Susan. Estética e anestética: o “ensaio sobre a obra de arte” de Walter Benjamin reconsiderado. **Travessia**: revista de literatura, Florianópolis, n. 33, p. 11-41, ago./dez. 1996.
- COUTINHO, Afrânio (org.). **Machado de Assis**. Obra Completa. Rio de Janeiro: Aguilar, 1959. v. 3.
- DIMAS, Antônio (org.). **Vossa insolência**: crônicas / Olavo Bilac. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- Edições Jackson das **Obras Completas de Machado de Assis**. Crônicas (1864-1867). São Paulo: Brasileira, 1955.
- FREYRE, Gilberto. **Ordem e Progresso**. 3. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974. GLEDSON, John (edição, introdução e notas). **Bons Dias!** crônicas (1888-1889) Machado de Assis. São Paulo: Hucitec, 1996.

11 Os desdobramentos dessas considerações preliminares, e que demandam mais aprofundamento, serão mais detalhadamente estudados por mim durante o atual percurso da minha pesquisa de pós-doutoramento junto ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC.

MCLUHAN, Marshal. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. 2. ed. Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

MORETZSHON, Sylvia. **Jornalismo em tempo real**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

PAIXÃO, Fernando (org.). **Crônicas escolhidas**: Machado de Assis. São Paulo: Ática, 1994.

ROMANO, Vicente. **El tiempo y el espacio en la comunicación**: la razón pervertida. Hondarribia [Guipúzcoa]: HIRU, 1998.

SANTOS, Jeana L. da C. Do livro ao jornal: o texto fragmenta-se na notícia. **Conexão**: comunicação e cultura, Caxias do Sul (RS), v. 8, n. 16, p. 77-78, jul/dez 2010. SEVCENKO, Nicolau. **Literatura como missão**: tensões sociais e criação cultural na Primeira República. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

SÜSSEKIND, Flora. **Cinematógrafo de letras**: literatura, técnica e modernização no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

TAVARES, Elaine. Por que os jornalistas estão adoecendo mais. **Observatório da imprensa**, São Paulo, n. 604, ago. 2010. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

Dados do passado, ferramentas do presente: aplicando o jornalismo de dados aos levantamentos do regime militar¹

Anna Barbara Medeiros²
Rita de Cássia Romeiro Paulino³

Resumo: Este trabalho trata das possibilidades oferecidas à prática do jornalismo de dados pelo levantamento de informações relativas ao período do regime militar brasileiro, por meio de instituições criadas durante o período democrático, com destaque para a Comissão Nacional da Verdade, que iniciou suas atividades em 2012. A temática das mudanças políticas e sociais ocorridas no país a partir de 1964 – com ênfase na publicação dos Atos Institucionais e nas medidas de repressão que se seguiram – é empregada como estudo de caso para a elaboração de uma visualização digital interativa, baseada no aplicativo de código aberto *TimeMapper*, abordando também a administração de sua fonte de dados, hospedada e documentada em formato de *Google Sheet*.

Palavras-chave: jornalismo de dados; história; regime militar; dados públicos; visualização interativa

Introdução

Seguindo uma sequência metodológica para uma pesquisa experimental, iniciamos este artigo abordando a situação atual dos dados históricos relativos ao período de interesse da pesquisa, abordando também os conceitos científicos e jurídico dos termos “dado”, “informação” e “conhecimento”, fundamentais para a análise de qualquer produto baseado em estruturas computacionais de armazenamento. Em seguida, tratamos da efetiva oferta de materiais a serem trabalhados na confecção de um produto jornalístico multimídia, levando em consideração o atual estágio do “resgate histórico” promovido pelo Governo federal. Por último, apresentamos o produto experimental desenvolvido

1 Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestranda em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. <annabararam@gmail.com>.

3 3 Professora do Departamento de Jornalismo – JOR e POSJOR – Centro de Comunicação e Expressão – CCE – UFSC. <rita.paulino@ufsc.br>.

no contexto dessa pesquisa, descrevendo os mecanismos de criação e customização, o valor entregue ao usuário e o diferencial de se ter essa produção realizada por um profissional de imprensa.

Em 31 de março de 2014, completam-se 50 anos desde que o General Olímpio Mourão Filho decidiu avançar com suas tropas de Juiz de Fora/MG para o então estado da Guanabara – atual Rio de Janeiro – dando início ao movimento militar que em 48 horas depôs o Presidente João Goulart e instituiu o regime ditatorial (DIAS, 2010).

A partir da referida data em 1964, o Brasil passou a viver um período de grande inacessibilidade em relação aos seus governantes, já que até mesmo as eleições passaram a ser realizadas indiretamente, houve total supressão das oposições e uma importante parcela da legislação era produzida em formato de “atos institucionais” e “decretos-lei” (CALICCHIO, 2010), ou seja, à revelia de qualquer participação ou fiscalização popular.

O atual regime democrático brasileiro engatinha historicamente, se formos datá-lo por meio de sua constituição, promulgada em 1988. Mas o desenvolvimento social de um país não ocorre de forma isolada em relação ao contexto mundial e em função disso, e também de fatores internos, o Brasil entrou em 2011 para o rol de países que regulamentam o direito de acesso à informação pública (BRASIL, 2014).

Em aproximadamente trinta anos fomos do poder ilimitado do executivo, que não precisava prestar contas à ninguém, ao direito reconhecido de todo cidadão de solicitar informações de seu interesse ou geral, sem precisar sequer formular uma justificativa para tanto (BRASIL, 2011a). Mas ainda é pouco.

Segundo Sônia Costa (2013), Pesquisadores, jornalistas, acadêmicos, organizações e outros profissionais necessitam de dados para realizar suas atividades, tomar decisões, subsidiar suas pesquisas, matérias e trabalhos científicos. Segundo a autora, a partir de dados abertos a sociedade pode criar novas combinações de dados e com isso obter novos conhecimentos e ideias.

Apesar do caminho aberto pela Lei de Acesso à Informação (LAI), muitas barreiras ainda se interpõem entre o cidadão e a informação que lhe diz respeito. E nesse momento cabe relembrar a definição de informação e sua relação com os conceitos de “dado” e “conhecimento”.

De acordo com Laudon e Laudon (2007), “informação” consiste em “dados apresentados em uma forma significativa e útil para os seres humanos”. “Conhecimento”, por sua vez, na visão de Setzer (1999), trata-se de “uma abstração interior, pessoal, de alguma coisa que foi experimentada por alguém”. Também segundo Setzer, um “dado” se limita a ser “uma sequência de símbolos quantificados ou quantificáveis”.

Ao nos referenciarmos no Governo Brasileiro, recebemos delimitações conceituais diferentes. Nos termos da Lei 12.527, “informação” consiste em “dados, processados ou não, que podem ser utilizados para produção e transmissão de conhecimento, contidos em qualquer meio, suporte ou formato” (BRASIL, 2011). Para este trabalho em específico, no entanto, consideramos esta definição inadequada, pois ela dificulta, ou até

mesmo impossibilita a divisão do trabalho exercido sobre dados em etapas de acordo com o nível de refinamento e contextualização alcançado.

Nesta perspectiva, ainda que nos termos do Governo Brasileiro não exista distinção necessária entre “dados” e “informação”, além da capacidade de serem “utilizados para produção e transmissão de conhecimento”, o que abrange praticamente todos os dados digitais incorruptos e não criptografados (e ainda uma grande parcela de dados registrados em suporte físico), em nossa análise trataremos a informação sempre como sendo uma elaboração a partir de dados, que os torna inteligíveis e acessíveis para um grupo maior do que aquele composto exclusivamente por indivíduos capazes de interpretar os elementos brutos das sequências de símbolos originais, conforme indicado anteriormente nos conceitos de Laudon e Laudon e Setzer. O objetivo final de uma leitura de dados é interiorizar o conhecimento, esse fluxo é chamado de Gestão do Conhecimento que é visto como um processo de criação e compartilhamento do conhecimento (NONAKA; TAKEUCHI, 1995). Mas antes de entrar no campo conceitual da gestão do conhecimento, identificam-se unidades que precedem o conhecimento, tais como dado e informação. Segundo Ackoff (1989) *apud* PAULINO (2011), p. 49 um teórico de sistemas e professor de mudança organizacional, o conteúdo da mente humana pode ser classificado em cinco categorias:

- 1 **Dado:** símbolos considerados dados brutos. Eles simplesmente existem e não têm nenhum significado além de sua existência (em si). Podem existir em qualquer forma, utilizáveis ou não. Não têm significado por si só. Em linguagem de computador, uma planilha geralmente começa pela exploração dos dados.
- 2 **Informação:** dados que são processados para serem úteis; fornecem respostas para “quem”, “o que”, “onde” e “quando”. Informações são dados que têm significado fornecido por meio de conexão relacional. Esse “sentido” Pode ser útil, mas não tem que ser. Em linguagem de computador, um banco de dados relacional torna a informação a partir dos dados armazenados nele.
- 3 **Conhecimento:** a aplicação de dados e informações e respostas como “perguntas” e assimilação, interiorização.
- 4 **Compreendendo:** valorização do “porquê”. É o processo pelo qual se pode tomar conhecimento e sintetizar novos conhecimentos a partir do conhecimento processado anteriormente.
- 5 **Sabedoria:** conhecimento avaliado. A sabedoria é um processo não determinista, não probabilístico. Apela para todos os níveis anteriores de consciência e, especificamente, sobre tipos especiais de programação humana (moral, códigos de ética etc.).

Sendo, assim, podemos entender que a Lei de Acesso à Informação não obriga as instituições subordinadas a divulgar efetivamente “informações”, de acordo com os conceitos utilizados, já que os dados podem ser “processados ou não”. As consequências práticas deste estado de coisas serão discutidas na próxima seção deste artigo, mas vale

adiantar que esta configuração condiciona a transparência a um conjunto de saberes, por vezes técnicos e específicos demais para a população em geral.

Portanto, saímos de segredos trancados em armários e gavetas para verdades espalhadas em documentos digitais com dimensões e características quase que impeditivos para que o cidadão comum descubra uma informação pontual de seu interesse durante seus momentos livres. E é nesse ponto em que surge a oportunidade de atuação para o jornalista com conhecimento das técnicas de jornalismo de dados.

O jornalismo guiado por dados trabalha com a informação a partir de seu elemento mais primário: o dado. Ele é utilizado como matéria-prima para produtos jornalísticos da mesma forma que declarações, imagens, registros. Na verdade, todos os elementos citados podem ser decompostos em dados originários, e tratá-los como tal pode ser encarado como a busca de um denominador comum que pode ser reordenado de forma a possibilitar um maior número de formas de narrativas e, portanto, atingir uma maior variedade de modalidades de cognição.

De acordo com Benetti (2009), a matéria-prima do jornalismo consiste em acontecimentos. Neste estudo, entendemos que a percepção humana não pode “absorver” ou abstrair integralmente todas as dimensões de um acontecimento, em função de limitações e condicionamentos de ordem psicológica e social, e resta ao indivíduo determinado a traduzir o mundo à sua volta e informar seus semelhantes, encontrar “sequências de símbolos”, ou seja, dados, que sejam compreensíveis para um público interessado, e se possível, sejam agrupados de uma maneira cativante, que faça frente à oferta quase que ilimitada de entretenimento nos meios de comunicação contemporâneos. Nas palavras precisas de Lorenz:

Então o jornalismo guiado por dados pode ser visto como um processo de refinamento, onde dados crus podem ser transformados em algo com significado. Como resultado o valor para o público cresce, especialmente quando fatos complexos são resumidos em uma história clara que as pessoas podem facilmente entender e lembrar. (LORENZ, 2010)

Na próxima seção, analisamos a oferta e a demanda de dados sobre o regime militar brasileiro, a maneira com que este aspecto foi afetado pela Lei de Acesso à Informação e as barreiras técnicas a serem superadas para o melhor aproveitamento possível destes materiais.

Situação dos Dados

Antes mesmo do final do período de governo militar no Brasil, a expectativa de retorno dos exilados pesou contra a abertura dos documentos que revelariam as decisões tomadas a portas fechadas pelos dirigentes da época. A Lei da Anistia, sancionada em 1979, beneficiou 4.650 pessoas punidas por crimes políticos no período entre 2 de

setembro de 1961 e 15 de agosto de 1979, incluindo grandes nomes da política e da militância (CPDOC, 2008). Porém, teve como preço a impunidade dos torturadores vinculados ao regime, o que tornaria a busca da verdade nula do ponto de vista jurídico.

Mesmo assim, em 2012 tivemos a instalação da Comissão Nacional da Verdade (CNV), com a missão de investigar violações de direitos humanos efetuadas por agentes do Estado entre 1946 e 1988, ainda que sem capacidade punitiva (BRASIL, 2011b). Não por coincidência, a lei que previu a criação da CNV foi sancionada na mesma data em que a Lei de Acesso à Informação (LAI).

Se por um lado a CNV teve sua efetividade insistentemente questionada, por outro a LAI esclareceu cabalmente algumas questões. Anteriormente à LAI, um documento governamental classificado como “ultrassecreto” era objeto de sigilo por 30 anos, mas esse prazo poderia ser prorrogado sucessivamente por um número indefinido de vezes. Agora, o prazo é de cinquenta anos, mas este período máximo é inextensível (BRASIL ECONÔMICO, 2011). Ou seja, ao demarcarmos os cinquenta anos do golpe militar, estamos também reconhecendo que absolutamente nenhum documento oficial brasileiro subsequente à deposição de João Goulart pode ser oculto da população.

O prazo original para o encerramento das atividades da Comissão Nacional da Verdade era 16 de maio de 2014, mas o mandato foi prorrogado por mais sete meses (BRASIL, 2011b), criando a expectativa de que um grande volume de dados inéditos sobre o regime militar brasileiro passe a estar disponível após esta nova data, incluindo o nome de torturadores e assassinos (LIMA, 2014). Os documentos e arquivos resultantes dos trabalhos da CNV também deverão integrar o projeto Memórias Reveladas⁴ (BRASIL, 2014b), que desde 2009 possui um banco de dados público com informações sobre os materiais oriundos do regime militar que estão no Arquivo Nacional, inclusive com versões digitalizadas de alguns exemplares.

Alguns dados e documentos parciais já estão sendo disponibilizados pela CNV, mas de forma esparsa, por meio de redes sociais e outras ferramentas *online*. O acervo mais robusto de materiais divulgados pela Comissão atualmente parece ser o seu canal no *YouTube*⁵. São 183 vídeos postados até 27 de fevereiro de 2014, a maioria deles produzidos durante audiências públicas em várias cidades do país.

Entretanto, se o trabalho da CNV, com toda a estrutura fornecida pelo governo, enfrenta grandes obstáculos, certamente o trabalho de jornalistas de dados, vinculados a empresas ou independentes, que se interessem pela temática do regime militar brasileiro, não pode ser menos dificultoso. O material audiovisual disponível no *YouTube* é muito interessante para a criação de apresentações e visualizações com recursos multimídia, mas para produzir um aplicativo noticioso com maior interatividade e customização, são necessários dados mais globais, os quais possam ser utilizados na compo-

4 <memoriasreveladas.gov.br>.

5 <<http://www.youtube.com/user/comissaodaverdade>>.

sição de um quadro geral e explorados de forma filtrada e localizada na percepção de quadros regionais ou pontuais.

Esses dados granulados, estruturados e legíveis ainda não existem. Em parte por causa da afirmação de alguns comandantes militares de que os documentos da ditadura foram destruídos (ESTADO DE MINAS, 2014). Mas vale lembrar também que o objetivo final da CNV é a produção de um relatório, textual, com conclusões e recomendações (BRASIL, 2014b). Em nenhum momento a legislação que cria a Comissão se refere aos formatos, digitais ou físicos, em que os dados devem ser disponibilizados ao grande público.

O surgimento de fontes digitais online não representa um passe de mágica para a melhoria da qualidade na produção do jornalismo. As tecnologias online não são panaceias que magicamente transformará as notícias, carregando-as com alto teor de relevância social. Como ferramenta de auxílio à profissão, a pesquisa em fontes digitais facilita o trabalho do jornalista na tarefa de localização da informação. (LIMA JR. 2006)

Exemplo de visualização de dados

Levando-se em consideração a dispersão dos dados disponíveis presentemente, foi desenvolvido como primeiro elemento de um aplicativo noticioso sobre o regime militar uma visualização de dados baseada na ferramenta *TimeMapper*⁶, desenvolvida em código aberto pela Open Knowledge Foundation⁷. O aplicativo final, incluindo o elemento que será aqui abordado, servirá de estudo de caso em uma pesquisa mais ampla sobre o tema.

Uma visualização de dados baseada em *TimeMapper* consiste, em sua aparência externa, destinada ao público, em uma linha do tempo associada a um mapa, com uma área de texto, a qual se destina a explicar um determinado evento demarcado temporal e espacialmente. Um exemplo dessa aparência superficial, utilizando a visualização criada para a nossa pesquisa⁸, é fornecida na figura 1.

Várias opções intuitivas de interação são facultadas: é possível navegar em sequência temporal utilizando as setas nas laterais da caixa de texto, acessar um evento determinado clicando na respectiva área na linha do tempo (a qual também pode ser arrastada), escolher um acontecimento por sua localização no mapa, aproximar e afastar a visualização geográfica, assistir vídeos (se disponibilizados na área de texto), contrair e expandir a linha do tempo. Novas funcionalidades previstas para o aplicativo incluem rotas entre os pontos do mapa e espaço para comentários (ASHTON, 2013), mas como se trata de um projeto colaborativo voluntário, não é possível estabelecer uma data para que estes recursos estejam incorporados.

6 <<http://timemapper.okfnlabs.org/>>.

7 <<http://okfn.org/>>.

8 <<http://timemapper.okfnlabs.org/barbaraanna/regimemilitar>>.



Figura 1. Aparência imediata de um *TimeMapper* visualizado no navegador *Chrome* em tela *widescreen*.

O endereço de hospedagem⁹ da visualização também permite algumas atividades com propósito de divulgação. No canto superior direito da tela, há um botão que gera uma postagem pronta (*tweet*) para ser publicado na rede social *Twitter*¹⁰ do usuário. Há também o botão *Embed*, que ao ser clicado revela um código que ao ser copiado e colado em páginas em geral exibe a visualização de forma incorporada ao *layout* do ambiente.

Essa “página inicial” da visualização é exibida de maneira muito semelhante em *tablets*¹¹, conforme teste realizado no navegador nativo do sistema operacional Android 3.2.1. As funcionalidades verificadas estavam todas em operação de forma idêntica à efetuada nos computadores tradicionais. A tela sensível ao toque substitui o comportamento do mouse sem necessidade de grandes adaptações e o *layout* se ajusta às perspectivas vertical e horizontal ao rotacionar o *tablet*. A principal diferença notada ao acessar a visualização no aparelho portátil é a apresentação de um pequeno quadro com a instrução “Sipe to navigate”¹² e o ícone de uma mão fazendo o gesto de arrastar com o dedo, a título de orientação.

Por trás da visualização externa do *TimeMapper*, as informações são inseridas por meio de uma tabela, especificamente uma *google sheet*¹³. Essa tabela, designada pelo

9 O endereço de uma visualização é composto por <http: timemapper.okfnlabs.org>, acrescido do nome do usuário que criou a instância, uma segunda barra e o nome atribuído ao projeto.

10 <https://twitter.com/>.

11 Conforme explica Paulino (2012): “Os tablets são computadores em forma de prancheta, no estilo de computador de mão, com tela sensível ao toque e seguindo os modelos de celulares *smartphone*”.

12 Em português “Deslize para navegar”.

13 *Google Sheets* é um aplicativo online de planilhas que permite criar e editar tabelas e gráficos, entre outras funcionalidades, de modo colaborativo (GOOGLE, 2014).

aplicativo de *Source Data*¹⁴, pode ser acessada por um link na parte inferior da página principal da visualização. O autor desta tabela pode limitar sua edição a apenas si mesmo, convidados ou qualquer um. A tabela utilizada no presente exemplo está ilustrada na figura 2.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Title	Start	Description	Media	Media Caption	Media Credit	Place	Location			
2	0 presidente Jânio Quilés renuncia	25-09-1961	Após apenas sete meses de governo, o presidente Quilés renuncia, atribuindo a necessidade a "forças tenebrosas". Tanto fazcassato a veto dos militares à sua posse. Jango assume de viagem à China e assume em regime parlamentarista	http://dailymotion.com/video/x1000000	Carta de renuncia	Wikimedia	Brasília	-15 7799682 -47 79 1964, Di	André Congoes (Darius e		
3	Jango Goulart assume a presidência	07-09-1961	O ganhador do movimento foi a indicação de Jango Goulart para o cargo de Presidente da República	http://www.1964.com.br/1961/07/07-jango-goulart-assume-a-presidencia	Processo de Jango Goulart	Nova Matéria	Brasília	-15 7799682 -47 79 1964, Di	Das, M		
4	Promoção Greve Geral	05-07-1962	O governo do momento foi a indicação de Jango Goulart para o cargo de Presidente da República	http://www.1964.com.br/1962/07/05-greve-geral	Greve nacional em andamento	Arquivo/Agência O Globo	Brasil	-14 2495732 -43 18 1962, Di	Mendonça (Darius e		
5	Segunda Greve Geral	10-09-1962	Tua como o objetivo a antecipação do plebiscito sobre o sistema de governo parlamentarista	http://www.1964.com.br/1962/09/10-segunda-greve-geral	Policiais acusam grevistas de serem agentes de Jango	Arquivo/Agência O Globo	Brasil	-14 2495732 -43 18 1962, Di	Mendonça (Darius e		
6	Eleições gerais	07-10-1962	Estavam em jogo o governo de 11 estados, dos forjeiros das regras do Senado Federal e 400 assentos das Câmaras dos Deputados, além de cargos municipais. O PTB de Jango venceu a UDN em número de representantes no Congresso	http://www.1964.com.br/1962/10/07-eleicoes-gerais	Campanha eleitoral em Maracá - RN	O Baú de Maracá	Brasil	-14 2495732 -43 18 1962, Di	O preses Paulo E		
7	Plebiscito para escolha do sistema de governo	06-01-1963	O país votou no regime presidencialista por 3,5 milhões de votos contra 2 milhões	http://www.1964.com.br/1963/01/06-plebiscito	Jornal anuncia a reação majoritária ao plebiscitismo	Jornal Última Hora	Brasil	-14 2495732 -43 18 1962, Di	Mato, De		
8	Comício da Central	13-03-1964	Cerca de 100 mil pessoas acamaram Jango discursar sobre as reformas de base e sobre a encampação de todas as reformas de pessoas particulares. Promoção das grandes manifestações de reação à Jango Goulart, compositos principalmente de segmentos da classe média, setores do clero e entidades femininas.	http://www.1964.com.br/1964/03/13-comicio-da-central	Jango discursar na Central do Brasil acompanhado pela esposa Maria Teresa	Blog Eu penso que	Estação Ferroviária Central do Brasil - Rio de Janeiro	-22 903401 -43 19 1964, Di	Lamarão (Darius e		
9	Marcha da Família com Deus pela Liberdade	19-03-1964	O General Olímpio Mourão Filho ordenou que suas tropas marchassem para ocupar a Guanabara. Jango é decapado e as tropas de Mourão chegam à Guanabara. O presidente da Câmara dos Deputados assume a Presidência mas o poder de fato é	http://www.1964.com.br/1964/03/19-marcha-da-familia	Ponto de chegada da marcha que foi de Praça da República até a Praça da Sé	Feedback Magazine	Praça da Sé - São Paulo	-23 9496223 -46 63 1964, Di	Lamarão (Darius e		
10	Início de Golpe Militar	31-03-1964	O General Olímpio Mourão Filho ordenou que suas tropas marchassem para ocupar a Guanabara. Jango é decapado e as tropas de Mourão chegam à Guanabara. O presidente da Câmara dos Deputados assume a Presidência mas o poder de fato é	http://www.1964.com.br/1964/03/31-inicio-de-golpe-militar	Tropas de Joo de Faria em direção ao Rio de Janeiro	Joo de Faria Online / CPOOC	Joo de Faria	-21 7601101 -43 41 1964, Di	Guassan (Darius e		
11	Mitinho assinam			http://www.1964.com.br/1964/03/31-mitinho	Manifestação de		Coaxacoba		Das, M		

Figura 2. Google Sheet utilizada para fornecer dados a visualização sobre o regime militar.

Um modelo de tabela é fornecido pela Open Knowledge Foundation de forma a facilitar o aproveitamento máximo das funcionalidades do *TimeMapper*. Ele é composto por 13 colunas, com título e uma célula contendo um texto explicativo sobre a funcionalidade correspondente em cada uma delas. As colunas “Title”, “Start”, “Place” e “Location”, consideradas principais, também possuem um preenchimento de exemplo.

Tudo o que um jornalista precisa fazer para criar uma visualização de dados baseada em *TimeMapper* é inserir as informações na tabela referida. Ou seja, a ferramenta abstrai a parte técnica, mecânica e estética do trabalho e deixa para o jornalista as tarefas nas quais ele se sobressai: apurar, verificar, entrevistar e editar.

No caso de nosso exemplo, por conta da dispersão dos dados disponíveis por enquanto, nós preenchemos a tabela de forma manual, célula por célula, mas com dados

14 Em português “Fonte de Dados”.

estruturados e de fontes pré-estabelecidas seria possível elaborar um *script*¹⁵ que preenchesse todas ou algumas colunas automaticamente a partir de atualizações na fonte de dados.

No momento da finalização deste artigo, nossa visualização sobre o regime militar brasileiro possuía 28 eventos, correspondendo a 29 linhas de tabela (28 de preenchimento e uma de título para as colunas). Eles foram ilustrados por 25 imagens e três vídeos.

Pela barra de endereços do navegador, é possível acessar um evento determinado acrescentando ao endereço original uma cerquilha (#) e um número correspondente à linha que representa o evento na tabela menos dois. No nosso caso, os eventos vão de zero até 27.

As fontes mais utilizadas na apuração das informações utilizadas na visualização até o momento foram o Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, da Fundação Getúlio Vargas, a legislação brasileira, disponível no sítio na internet da Presidência da República, livros e outros sítios governamentais.

Reflexões desenvolvidas

Como primeira experiência desenvolvida dentro de um contexto de pesquisa mais amplo, a visualização de dados baseada em TimeMapper sobre o regime militar brasileiro pode ser encarada como uma prática provocadora de questionamentos. Mais do que determinar respostas ou recomendar comportamentos, o experimento abre espaço para se pensar os limites das habilidades dos jornalistas.

Holovaty (2006) questiona o que ele chama de “visão de mundo centrada na história”¹⁶ dos jornais. As “histórias” às quais ele se refere, e sobre as quais tece críticas, são os “grandes blocos de textos”¹⁷ que foram transmitidos de forma acrílica dos impressos para o formato *online*.

Estes “blocos de texto” geralmente possuem uma estrutura comum que não é reconhecida nem utilizada. No caso de nosso exemplo, nossos 28 eventos possuem uma data, um local, uma ou mais fontes, entre outras características comuns. Mas se fossemos contar nossa história em um texto narrativo, não importando se em formato digital ou impresso, esses elementos distintivos perderiam a visibilidade em meio ao fluxo contínuo de palavras, diminuindo a probabilidade do leitor ou usuário absorver o conteúdo e se lembrar dele depois.

Segundo a pesquisadora Thais de Mendonça Jorge (2013), estamos vivenciando a mutação da notícia, acredita que a investigação sobre as formas de visualização e tipos

15 *Script* consiste em uma sequência de passos que o computador executa para realizar uma determinada ação. Ele pode ser desenvolvido em diferentes linguagens de programação ou formatação (PEREIRA, 2012).

16 No original “story-centric world view”.

17 No original “big blobs of text”.

de textos jornalísticos que estão povoando o mundo cibernético, são relevantes para a teoria da comunicação, do jornalismo e da sociedade, uma vez que procura identificar modelos e fórmulas, os quais devem atender um perfil de leitor/usuário e consumidor mutante. Por isso a visualização de dados ou os processos disponíveis na internet para desenvolver mapas mentais e noticiosos, são relevantes e condição emergente de pesquisa na área do jornalismo.

Não é preciso abrir mão das habilidades e valores adquiridos ao longo da história do jornalismo para incorporar avanços de outras áreas nos produtos informativos com origem nas redações, mas pelo contrário: as novas narrativas que se multiplicam com a universalização do acesso à internet estão ávidas pela credibilidade, precisão e perspicácia jornalísticas.

Referências

ASHTON, Neil. **Introducing TimeMapper – Create Elegant TimeMaps in Seconds**. 2013. Blog da Open Knowledge Foundation. Disponível em: <<http://okfnlabs.org/blog/2013/10/11/timemapper.html>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

BENETTI, Marcia. **O jornalismo como acontecimento. Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis, Insular, p. 143-167, 2010.

BRASIL. Controladoria Geral da União. Governo Federal. **Acesso à Informação**. 2014. Disponível em: <<http://www.acaoainformacao.gov.br/>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

_____. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm>. Acesso em 10 fev. 2014a.

_____. **Lei 12.528, de 18 de novembro de 2011**. Cria a Comissão Nacional da Verdade no âmbito da Casa Civil da Presidência da República. In: Presidência da República Federativa do Brasil: Legislação. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12528.htm>. Acesso em: 4 fev. 2014b.

BRASIL ECONÔMICO (Rio de Janeiro). Empresa Jornalística Econômico S.A. **Dilma Rousseff sanciona lei que cria Comissão da Verdade**. 2011. Disponível em: <http://www.brasileconomico.com.br/noticias/dilma-rousseff-sanciona-lei-que-cria-comissao-da-verdade_109477.html>. Acesso em: 10 fev. 2014.

CALICCHIO, Vera. Atos Institucionais. In: ABREU, Alzira Alves de *et al.* (coords.). **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro – Pós-1930**. Rio de Janeiro: CPDOC, 2010.

CPDOC. **Hoje na História: 1979 – Lei da Anistia é regulamentada por Figueiredo**. Jornal do Brasil, 1 de novembro de 2008. Disponível em <www.jblog.com.br/hojenahistoria.php?itemid=10449>. Acesso em 10 fev. 2014.

COSTA N. R. S., **Dados Abertos e sua utilização por pesquisadores de Comunicação Social**, Brazilian Journal of Technology, Communication, and Cognitive Science. Edição nº 1, Ano I – Setembro 2013

DIAS, Maurício. Revolução de 1964. In: ABREU, Alzira Alves de *et al.* (coords.). **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro – Pós-1930**. Rio de Janeiro: CPDOC, 2010.

ESTADO DE MINAS (Belo Horizonte). Diários Associados. **Comissão da Verdade revela tortura da ditadura em quatro estados**: Comissão cobra a instalação de sindicâncias militares para apurar nove assassinatos e 15 casos de tortura. 2014. Disponível em: <http://www.em.com.br/app/noticia/politica/2014/02/19/interna_politica,499679/comissao-da-verdade-revela-tortura-da-ditadura-em-quatro-estados.shtml>. Acesso em: 20 fev. 2014.

GOOGLE (USA). **Docs, Sheets, and Slides**. 2014. Seção de ajuda. Disponível em: <https://support.google.com/drive/answer/49008?hl=en&ref_topic=14940>. Acesso em: 20 fev. 2014.

HOLOVATY, Adrian. **A fundamental way newspaper sites need to change**. 2006. Disponível em: <<http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

JORGE M. T. **Mutação no Jornalismo**. Como a notícia chega à internet. Editora UnB, 2013.

LAUDON, Kenneth Craig; LAUDON, Jane Price. **Sistemas de informação gerenciais**. Pearson Prentice Hall, 2007.

LIMA, Wilson. **Comissão da Verdade planeja divulgar nomes de torturadores da ditadura**. 2014. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-02-22/comissao-da-verdade-planeja-divulgar-nomes-de-torturadores-da-ditadura.html>>. Acesso em: 23 fev. 2014.

LIMA JR. Walter Teixeira. **Jornalismo inteligente na era do data mining**. LÍBERO – Ano IX, nº 18, Dez 2006

LORENZ, Mirko. **Data driven journalism**: What is there to learn. In: Innovation Journalism Conference (IJ-7), Stanford, CA. 2010.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro. **Conteúdo digital interativo para tablets-iPad**: uma forma híbrida de conteúdo digital. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2159-1.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro. Uma abordagem para apoio à gestão de Comunidades Virtuais de Prática baseada na prospecção de participantes ativos. Tese, 2011.

PEREIRA, André Luiz. **O que é script?**: Os tipos de script e suas finalidades. 2012. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/programacao/1185-o-que-e-script-.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

SETZER, Valdemar W. **Dado, informação, conhecimento e competência**. Data Grama Zero Revista de Ciência da Informação, n. 0, 1999.

Desafios do segmento de assessoria de imprensa no mundo contemporâneo: As disputas simbólicas e transformações no campo profissional¹

Boanerges B. Lopes Filho²
Cássia Vale Lara³
Iara Marques do Nascimento⁴
Raphael S. S. O Carvalho⁵

Resumo: O papel da assessoria de imprensa ou de comunicação (e do profissional que nela atua) indiscutivelmente impõe novos e complexos desafios na atualidade. Assim como necessárias reflexões. O presente artigo trata de algumas nuances que envolvem o segmento de profissionais atuantes a partir de perfis jornalísticos. As disputas simbólicas, os envolvimento multiprofissionais, a utilização de tecnologias, as ações sociais e comerciais, as redes de relacionamentos, as ferramentas, além de alguns outros aspectos são motivos para que os entrevistados em suas falas dialoguem, confrontem posições e principalmente demonstrem as transformações que estão ocorrendo no campo profissional que hoje reúne o maior contingente de jornalistas em atuação no Brasil.

Palavras-Chave: Assessorias de imprensa; Perfis; Disputas simbólicas; Organizações; Discursos

1 Trabalho apresentado no GT História do Jornalismo do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia.

2 Jornalista e professor universitário. Pós-Doutorando em Jornalismo pela UEPG, Mestre em Comunicação pela UMEP e Doutor em Comunicação pela UFRJ. Autor de livros, professor e coordenador do curso de Especialização em Comunicação Empresarial pela UFJF e professor do Programa de Mestrado em Comunicação e Sociedade da mesma instituição. Orientador da Pesquisa inserida no Núcleo de Pesquisa Comunicação e Identidade do PPGCOM/UFJF. E-mail: <bblopes@globo.com>.

3 Jornalista, Especialista em Comunicação Empresarial pela UFJF e Mestre em Comunicação na mesma instituição. E-mail: <cassiavale@yahoo.com.br>.

4 Jornalista, Especialista em Comunicação Empresarial pela UFJF e Mestre em Comunicação pelo PPGCOM da UFJF, e-mail: <iara_nascimento@yahoo.com.br>.

5 Jornalista, Especialista em Comunicação Empresarial pela UFJF e Mestre em Comunicação pelo PPGCOM da UFJF, e-mail: <raphael.paradella@gmail.com>.

Introdução

Se o tempo é tudo como diz o poeta Dylan Thomas, o mundo é feito de véus complexos, ilustra o filósofo Michel Serres. Para o jornalista Francisco Viana, o tempo e os véus, complexos ou não, lembram a missão de Hermes, deus daqueles que movimentam a máquina da comunicação; e, como o mitológico filho de Zeus, são capazes de apontar rotas, marcar os limites dos percursos, cuidar dos segredos, chegar a toda arte do planeta para criar identidades e mediar conflitos. Como Hermes, acrescenta Viana (2004), são também os que, por natureza ou ideologia, por força das circunstâncias ou pelo tecido peculiar das suas personalidades, alimentam as fogueiras das intrigas, abraçam causas em defesa da humanidade ou dos negócios, servem ou criticam os poderosos, tecem o extenso fio das mudanças e modelam as identidades. Seduzem com a versatilidade da retórica, conquistam com a música da ação. Em síntese, são os eternos mensageiros entre os homens, comuns ou não, e o poder do Olimpo. Viana diz que se Hermes foi um herói do passado, pode-se afirmar, que um dos seus filhos, o Assessor de Comunicação (ou de Imprensa), é um autêntico herói moderno. Será? Para alguns dos estudiosos do tema, guardando as devidas proporções, a analogia entre o ser mitológico e o profissional que atua hoje frente aos departamentos, coordenações, diretorias e demais denominações estruturais na área de comunicação em parte se justifica, pois é ele quem lança as pontes entre os muitos mundos do poder, entroniza nas corporações a cultura de que a mídia não é inimiga nem aliada, mas, sim, exerce o papel de fiscal do poder e se posiciona, de forma legítima, como defensora da sociedade. Elabora também as feições e linguagem dos que decidem e dá o tom da sensível teia de relacionamentos que transborda da sociedade, do Estado e do Mercado.

O papel da assessoria de imprensa ou de comunicação (e do profissional que nela atua) indiscutivelmente impõe novos e complexos desafios na atualidade. Assim como necessárias reflexões. Ao lidar com as tecnologias, a convergência de ações sociais, culturais e comerciais, a mundialização das organizações com fusões, incorporações e associações em ritmo acelerado, com as redes de relacionamentos cada vez mais convergentes, e mais as ferramentas que se multiplicam e com a própria a formação, além de alguns outros aspectos, é estimulada a possibilidade de se pensar a respeito de suas ações e pensamentos, o que ao longo do texto é tecido a partir das falas de um grupo de profissionais que se tornaram referência no segmento. Eles foram instigados a abordar uma série de mudanças que tem provocado intensa reviravolta no mundo das organizações e na forma como as empresas e instituições tratam o processo de gerenciamento deste universo. Hoje, por exemplo, constatamos uma excessiva oferta de informação e uma pulverização ampla de públicos e meios. Existe um vastíssimo horizonte de mídias de todos os tipos e tamanhos, dos jornais comunitários às grandes redes de comunicação espalhadas pelo mundo, das redes de informação estabelecidas pelos órgãos governamentais e ONGs às agências *online* dos jornais e portais. Inevitavelmente, durante as

entrevistas realizadas, surgiram alguns questionamentos dos quais por ora são destacados: Se as empresas estão irremediavelmente ligadas ao mundo da informação, qual o motivo de tantos desencontros, omissões, ruídos? A qualidade da comunicação que se pratica é coerente com os negócios e os valores de cada organização ou é preciso torná-la estratégica, oportuna, e também adequada às necessidades da sociedade? Qual a legitimidade da assessoria de comunicação (ou de imprensa), por meio das mediações, em representar as organizações em qualquer área? Os discursos, realmente têm auxiliado na integração das empresas à vida social, atentas ao seu correto posicionamento, e são coerentes com suas políticas e diretrizes e sintonizadas com a opinião pública? Os profissionais têm auxiliado na definição de discursos afinados com posturas internas possíveis de motivação e integração junto aos públicos? Como realmente lidam com realidades maquiadas, adaptadas e midiaticamente modificadas para que as posições empresariais tornem-se factíveis? A comunicação é manejada para que se molde uma dada realidade de modo que se estabeleça ordem na organização?

As disputas simbólicas

O presente trabalho elegeu as disputas simbólicas como foco a ser analisado entre os entrevistados. Disputas simbólicas são aqui entendidas a partir das constatações de autores como Hall (2006), Silva (2005) e Bhaba (2001), que as reconhecem como produto emergente nos discursos. Daí a pertinência em se apoiar na análise discursiva para vislumbrar o poder implícito na fala dos sujeitos.

Diversos “vetores” (SILVA, 2005) de força embasam a linguagem escrita e falada, haja vista que também eles são inerentes ao discurso. Tal relação de forças pode ser mais claramente percebida quando estão em jogo questões ligadas a identidade *versus* alteridade. As marcas discursivas que permitem identificar algo e negar o que lhe é diferente são fruto de atribuições de poder.

Isso significa que uma constatação é parte de uma cadeia de negações de identidade. É o efeito da afirmação das diferenças, porque afirmar “isso” requer negar “aquilo”. É, ainda, um jogo de inclusão e exclusão, em que o que é excluído é parte da definição do que é incluído. Para Silva (2005), a constatação da diferença, portanto, só faz sentido em sua relação com a identidade. Ambas são mutuamente determinadas.

Segundo Bhaba, a relação entre os dois conceitos (identidade e alteridade) faz parte das representações sociais. “A demanda da indefinição – isto é, ser *para* um outro – implica a representação do sujeito na ordem diferenciadora da alteridade.” (BHABA, 2001. p. 76) Logo, ser “isso” quer dizer não ser “aquilo”, e essa demarcação de territórios é que confere poder simbólico ao que é dito.

Assim, por ser produto que se manifesta na linguagem, espaço de instabilidade e complexidade, o poder simbólico pode ser verificado por meio da análise de quem fala. Para o presente trabalho, foram selecionadas 29 entrevistas do tipo perfil, realiza-

das com assessores de imprensa e comunicação reconhecidos em âmbito nacional. Tal escolha justifica-se na expressividade dos que falam: autores de textos, livros e artigos na área. O recorte dado foi a legitimação da atuação das assessorias, ponto em que os profissionais se posicionam com divergências e convergências. A fim de preservar seus nomes, por questões metodológicas, o presente estudo se refere aos assessores através de suas iniciais.

Busca-se perceber de que maneira(s) os entrevistados delimitam a atuação das assessorias, como definem a importância desse trabalho e de que forma(s) consolidam seus argumentos. Ademais, propõe-se observar se há noções de poder simbólico perceptíveis em seus discursos, sobretudo em aspectos discursivos que dão aos entrevistados autoridade para falar sobre o assunto.

O que se diz acerca de um determinado tema é, em certa medida, a verdade que se atribui a ele. Conforme Foucault (2009), as verdades são fruto de posicionamentos de poder. Uma análise sobre as verdades produzidas por diferentes sujeitos deve levar em consideração as relações de força explícitas e ocultas em seu discurso. É por meio dessas relações que se pretende observar as identidades construídas pelos entrevistados para o objeto de sua fala. Lembrando Hall (2006, p. 109), por serem produtos do discurso é que as identidades devem ser compreendidas no universo das práticas discursivas.

Percepções: Identidades, alteridades e diferenças

Ao pensar a relação jornalistas que atuam tradicionalmente em redações versus assessores de imprensa e/ou comunicação às percepções de identidade e alteridade se misturam. Isso acontece porque muitos profissionais têm e assumem as duas identidades e buscam amenizar as diferenças existentes entre elas. Mas, isso não significa que ao falar de suas profissões e cargos não seja possível perceber as disputas simbólicas e de poder que existem nesses ambientes.

Na tentativa de observar estas disputas foram analisados 29 perfis de profissionais que trabalham com Comunicação Empresarial (ou Assessoria de Comunicação ou Assessoria de Imprensa – termos mais comuns utilizados para denominar os espaços de atuação profissional). Todos de renome no mercado e com mais de cinco anos de atuação na área. Com formações variadas – jornalistas, relações públicas, publicidade e propaganda, marketing e ciências sociais (a opção por envolver profissionais de outras áreas na pesquisa justifica-se pelas características multiprofissionais presentes em grande parte das estruturas organizacionais montadas no país) – os profissionais discorreram sobre a atividade – assessoria de comunicação – e as possibilidades que esta oferece, bem como algumas características que o profissional precisa ter. Nesta perspectiva, se observa como eles demarcam os limites entre a formação e a área de atuação, legitimando ou não o campo. Com o objetivo de manter sigilosa a identidade dos entrevistados, todos foram renomeados a partir de siglas criadas especificamente para este texto.

Em relação à formação, a maioria dos entrevistados é constituída de jornalistas que trabalharam em redações e hoje são assessores de comunicação/imprensa. E nesta perspectiva, apresentam-se algumas marcações que remetem ao lugar que cada um ocupa na sociedade e as percepções que esta tem das atividades – jornalismo e assessoria – entre o ser/estar de cada atividade, como pode ser observado nas falas “jornalista de verdade trabalhava em redação, e ponto final. Todo o resto era fracassado, picareta ou “censor” – serviçal da ditadura” (LA) e “jornalismo empresarial era visto com uma atividade menor e assessor de imprensa era tudo, menos jornalista” (WB).

O “ser/estar” do profissional de comunicação gera, há tempos, disputas de poder entre as profissões que tentam determinar o espaço de atuação de cada profissional. Se por um lado os discursos de modo geral ressaltam novos pontos de vista, por outro também corroboram para a manutenção da ordem e para o exercício das disputas simbólicas em relação às áreas específicas de formação. Ao conceituar o campo de atuação nas organizações, a cientista social MF aborda, por exemplo, aspectos culturais de vida em sociedade. Ela afirma que se deve estar atento a tudo que ocorre dentro e fora da organização e analisar as possibilidades da empresa e propor melhorias aos relacionamentos corporativos.

Em outra visão, as relações públicas dão ênfase aos aspectos relacionais e dialógicos, como afirma GG: “Sempre acreditei que relacionamentos tratados de maneira profissional seriam um forte para todas as categorias de organizações”. LAF completa dizendo que “[...] o papel é de profissional estratégico; particularmente no sentido de fomentar o diálogo. [...] entendo que comunicação organizacional não é uma ação, mas um processo, materializado por meio das relações públicas”. Já os jornalistas enfocam o pensamento esquemático e a função informativa do processo. Como exemplo, temos o pensamento descrito por GM sobre a área de atuação: “[...] além de trabalhar a difusão de informações sobre seus produtos e serviços para o público externo, também ajuda a promover a integração e o desenvolvimento de um bom ambiente de trabalho entre o público interno”.

Vejamos os casos em que existem formações complementares, como de MM (administração e relações públicas) e EU (relações públicas e jornalismo). Para EU o ingresso do profissional de jornalismo no ambiente organizacional trouxe algumas “brigas, já que o jornalista não aceitava que o RP elaborasse o jornal interno, por exemplo”. Já MM identifica a dupla formação como sendo algo vantajoso ao utilizar-se da objetividade dos métodos administrativos e a subjetividade dada pelo processo de comunicação, desvendando os meandros da relação entre estes dois polos de atuação.

A afirmação da atividade de assessoria vem tirando esse “ranço”, amenizando a ideia de que só o jornalismo é válido para o jornalista. A profissão tem aberto espaço para os profissionais na área empresarial, recolocando as atividades, pois “a redação é como uma empresa, se não tiver plano de ataque e organização não sai do lugar” (SP). E “atuar como assessor de imprensa é, na verdade, o destino de todo jornalista que se

dispõe a buscar a área de Comunicação Empresarial, ainda que, necessariamente, possa não exercer esta atividade exclusivamente” (WB). Mas isso não implica a exclusão, nem desqualificação, observações de que “seria muito bom, apesar de não ser uma exigência impeditiva, que os interessados em comunicação empresarial, façam uma passagem pela redação, pois é uma boa formação” (JJF).

Por outro lado, mesmo com a aparente minimização das disputas, a exclusividade do exercício das práticas de comunicação organizacional parece continuar como reivindicação dos jornalistas. Contradições encontram espaço claro na fala de LF (jornalista) ao tentar minimizar as disputas travadas dentro da comunicação organizacional: “Não tenho a mesma opinião sobre a exclusividade das assessorias aos jornalistas. Se ele é jornalista ou relações públicas, não importa se ele for competente. O profissional tem que saber o que é notícia”. É perceptível que ao mesmo tempo em que se manifesta a par das disputas, enfatiza a notícia como base para o processo comunicativo (bases estabelecidas pelos conhecimentos jornalísticos). LAF ressalta que as disputas existem, mas, que estas já não podem ser levadas com tanta veemência. “[...]há muita disputa pela exclusividade de atuação, o que me parece ser pouco frutífero, até porque o modelo brasileiro é bem estranho se comparado a outros países”. Para GG “[...] se alguém ainda tem esse preconceito, está defasado, pouco informado ou não conhece bons assessores”.

Neste contexto, é necessário observar a importância crescente da Comunicação Empresarial, pois “o mercado de assessoria de comunicação é um dos mais importantes atualmente, incluindo mais da metade dos jornalistas brasileiros, que hoje atuam no campo da comunicação institucional” (JD). “A comunicação organizacional despenca como um dos nichos mais promissores, eis que estamos vivendo o pleno ciclo da organicidade social. Organicidade que demanda sistemas de comunicação” (GT). “O mercado da Comunicação Corporativa é excelente, com muitas possibilidades e oportunidades” (CCO).

Cenário em transformação

As disputas simbólicas entre os profissionais que atuam nas assessorias de comunicação ou de imprensa, hoje, parecem ganhar novos rumos. A partir do momento em que vislumbra cada vez mais a relevância da manutenção de um setor responsável pelo processo de comunicação dentro de empresas e instituições, nota-se também uma evolução na compreensão do campo. É comum encontrarmos nos discursos dos entrevistados uma ótica convergente para a mudança do cenário da comunicação nas empresas nos últimos tempos.

Expressões que delimitam temporalidade de um estágio que se constituía de certa forma e se alterou são comuns (assim como as necessidades de mudanças futuras), estabelecendo uma relação de comparação. Como exemplo, temos: “não existe mais”, “hoje, já”, “transformações na área”, “cada vez mais”, “precisam mudar”, “a cada ano”, “mudou”,

“mudança”, “passou a”, “será”, “tende a” e “agora”. As tônicas de um passado que “já não existe” e de um presente em constante transformação exigem que o campo e os profissionais que nele atuam também busquem por transformações. Que estes notem, percebam, critiquem e compreendam as novas realidades e formas de atuação. RB diz que “[...] isso reforça aquela questão de a área estar assumindo centralidade para a sociedade atual, porém, precisamos estar muito preparados para isso”. “O assessor de imprensa é uma pessoa que não pode parar”, completa EU.

Isso dá ao profissional de comunicação – seja, por formação, jornalista, relações públicas ou publicidade e propaganda, aos quais também acrescentamos o marketing e as ciências sociais pela atuação – um novo posicionamento. Ele deixa de ser visto como “um operário, fazedor de projetos de comunicação: jornais, revistas, boletins – veículos externos e internos – eventos” (GT), destacando-se agora o “papel de gestor de ações de comunicação que acabam redundando em benefícios para o negócio da organização. Ele é um estrategista, tanto quanto outros diretores numa empresa” (JJF).

A marcação do território e a disputa do poder sai da relação jornalismo – assessoria/ jornalista – assessor, para a prática, a efetivação do trabalho do profissional na empresa. É a disputa operacional – estratégica que irá dominar as percepções sobre a atividade de assessoria, sobre a comunicação empresarial. E isso fica claro na fala dos entrevistados. Se a menção aos paradigmas da exclusividade de atuação se mostrava forte, hoje, parece dar lugar à noção de multiplicidade da atuação, em uma tentativa de acompanhar as transformações em questão. “Hoje, para cuidar da comunicação de uma empresa não basta escrever um bom release, é preciso planejar todo o processo, ter conhecimento em gestão de negócios”, diz CCO. O entrevistado LAF também afirma que a cada ano percebe “[...] investimentos crescendo na qualificação dos profissionais e na incorporação da filosofia de comunicação pelas empresas”.

A comunicação corporativa tem papel estratégico fundamental nas organizações, porém ainda é um papel mais tático, de execução de tarefas. Na prática, em geral, as empresas ainda enxergam o comunicador como uma linha auxiliar de sua estratégia. Mas esse papel está em transformação e creio que a tendência é de presença mais qualificada da comunicação dentro das empresas. (CCO)

A maioria dos entrevistados apresentou pontos de vista que permitem aferir uma busca pela compreensão das formas de atuação e como agregá-las em um trabalho (há ainda muito a se conhecer). “Por isso, o papel do comunicador está em fase de transição, está saindo do lugar do dizer para um lugar de escuta” (RB). Pois este é um nicho da comunicação organizacional que precisa de profissionais capacitados e capazes de ocupar o espaço de comunicadores. Não apenas isso, mas o comunicador parece ainda estar perdido em meio a tantas transformações. EU completa: “[...] não tenho que necessariamente dominar todos os assuntos, mas eu tenho que ter uma noção disso. Tenho que estar constantemente lendo, pesquisando, me atualizando”.

O paradigma da complexidade se torna evidente. Ao mesmo tempo em que se propõe uma união entre as áreas de conhecimento da comunicação, também se estabelecem disputas internas ao campo pelo direito ao exercício do posto de trabalho.

Hoje, as empresas exigem que os Comunicadores trabalhem no plano mais elevado de Consultoria Estratégica. Uma Consultoria Estratégica tem por escopo a análise do meio ambiente, as abordagens para o discurso empresarial, a orientação das cúpulas organizacionais sobre atitudes, comportamentos e ações da Empresa. (GT).

MM ressalta que é o acúmulo de conhecimento e a vontade pela descoberta do novo que promovem as transformações do campo. Repensar a construção do cenário é também reconstruir o papel dos que nele atuam.

O comunicador precisa estudar, ter formação de excelência. Entender da sociedade, do capitalismo, das tendências políticas. A tendência é essa: sofisticar o conhecimento. No início, o caminho era o relacionamento com a mídia. Agora, é o relacionamento com o cidadão. Não há como fazer boa comunicação se o cidadão não estiver no centro de tudo, se a sociedade não for o sujeito, não mais o objeto. (FV)

Por isso, busca-se ocupar este espaço e entende-se que “os assessores precisam compreender mais sobre assessoria” (DD). “É importante que o profissional da área tenha uma preocupação constante em se aperfeiçoar e dominar as novas tecnologias que estão surgindo” (SP). Este novo “ser/estar” da atividade exige que o profissional seja capaz de constante atualização nas áreas que norteiam a comunicação organizacional. E isso inclui as novas tecnologias, pois é preciso “estar antenado com todas as mudanças tecnológicas e deve dominar as mídias sociais. Entender o que se comunica, como está se comunicando e a forma dessa comunicação” (EU). Afinal, a área com as redes sociais cresceu, mas ainda não se profissionalizou. O mercado está cada vez mais amplo, mas com poucos profissionais nessas novas áreas. O jornalista precisa saber utilizar melhor as novas redes sociais a seu favor. (DD)

Por certos olhares tais mudanças no mercado da comunicação já começam a interferir inclusive em outras formas de atuação para além dos limites organizacionais. CB apreende, por exemplo, que “[...]a importância da comunicação só tende a crescer, o que faz com que esperemos uma rápida evolução do mercado – simultânea, porém, à entrada de inúmeros novos jornalistas na área”. A partir desta ótica, LF destaca que “se os assessores de comunicação hoje desaparecessem, o jornalismo brasileiro, a grande mídia que produz notícia, pararia”. Ele defende que a dinâmica nas redações dos veículos atuais é altamente dependente das informações provenientes de assessorias de imprensa. E completa dizendo que “[...] primeiro houve uma melhoria considerável nos serviços de assessoria de imprensa e, segundo, é que, em muitos casos, o jornalista de redação se tornou preguiçoso ou mal formado” (LF).

Mas, o tempo e o mercado têm demonstrado que as equipes multifuncionais ou profissionais que conseguem entender e relacionar as áreas envolvidas na comunicação são a tendência para atender as necessidades das empresas. Fenômenos que podem encontrar justificativas tanto na própria concepção básica do campo da comunicação. C.B entende que “a área de comunicação é uma só, com subdivisões”. Se a comunicação deve ser vista como processo – como afirmam G.G, G.M, F.V, L.A.F., R.B., M.M, M.F. e outros que compõem a maioria dos participantes – ela está intimamente e constantemente ligada à transformação. Mas, são as palavras de L.I. que traduzem a condição da comunicação – em específico no âmbito das organizações – como arena apropriada para as disputas pelas formas de atuação. Apresentando esta inquietude como algo positivo e benéfico para a legitimação da comunicação como campo da ciência humana. Para o entrevistado o campo apenas tem capacidade de se desenvolver se questionado for a partir das mais diferentes óticas.

Não entendo que área da comunicação seja híbrida, mas multidisciplinar. A ideia de hibridismo embaça as vertentes e os paradigmas dos elementos colocados em processo de hibridização, o que não acontece nas ciências da comunicação. Nós recebemos e enviamos contribuições à antropologia cultural, à psicologia organizacional, à filosofia da ciência, à estética, à sociologia, à semiótica (em todas as suas correntes), à linguística, às artes, à informática, etc. São tantas as contribuições que, se quiséssemos isolar o que constitui apenas comunicação, sem contato com quaisquer outras ciências, não teríamos sequer de pensá-la como ciência (L.I.)

Considerações finais

Com a consolidação da democracia, suscitando intercâmbios permanentes que geram a sofisticação na troca e no uso de conhecimentos entre as mais diversas áreas e profissionais, a abertura da economia impingindo globalmente fusões e associações circunstanciais e duradouras em alguns casos com reflexos nas localidades e a expansão do uso das tecnologias proporcionando convergências e aproximações rápidas e eficazes, novas regras se definiram para as empresas, instituições e pessoas públicas. A comunidade e seus vários segmentos assumiram lugar de destaque e comunicar-se deixou de ser uma opção, transformando-se em necessidade, obrigação e imposição de um relacionamento onde credibilidade, oportunidade e reconhecimento são fundamentais. Responder prontamente às demandas que são colocadas pelos usuários, funcionários e colaboradores é uma questão primordial, já que cada vez mais se torna difícil manter uma boa imagem omitindo-se em momentos de crise, deixando sem respostas as queixas e reclamações, fugindo do esclarecimento de problemas que afetam as comunidades. A realidade é marcada consequentemente por macrointerloquções e macrointera-

ções em um mundo institucionalizado, falante, produtor de uma atualidade calcada na lógica da competição e do conflito. Onde os jornalistas das redações deixaram de ser os únicos a pensar na edição de amanhã. O projeto da próxima edição tornou-se uma criação partilhada entre os profissionais que, nas redações, têm a atribuição e a responsabilidade de decidir o que publicar, como publicar, e aqueles que, atuando nas instituições produtoras de acontecimentos, municiam de conteúdos e ideias os pontos estratégicos das redações, com informações jornalisticamente ordenadas, propostas de pauta, fotografias, materiais de suporte ou de consulta, e até textos prontos, de artigos que no dia seguinte talvez enriqueçam as chamadas páginas de opinião. Portanto, uma formação permanente e multidisciplinar, geradora de conhecimentos, pode proporcionar ao profissional que atua em ambientes organizacionais que não sejam redações, mesmo diante das adversidades, contradições e conflitos, como foi detectado durante as entrevistas, planejar de maneira sinérgica e integrada, tornar equilibrados os fluxos, tornar simétricos o institucional e o comercial, valorizar e enfatizar canais participantes, estabelecer uma identidade forte e transparente para a projeção externa e reconhecer a comunicação como poder organizacional. Aspectos fundamentais para mudanças em estruturas e hierarquias. Foram identificados pela pesquisa como possibilidades para que as empresas possam alcançar a chamada dimensão das razões, dimensão de natureza ética e que pode proporcionar a chamada revolução das fontes, terminologia cunhada por Carlos Chaparro (2007). A revolução das fontes é decorrência natural e inevitável da institucionalização do mundo. Revolução que gradativamente tem rompido as fronteiras do jornalismo, impondo aos processos sociais uma nova linguagem, tão vigorosa quanto eficaz: a linguagem do acontecimento, com a qual se produz a atualidade, dinâmica complicada da qual o jornalismo faz parte. Por conta do potencial transformador dos acontecimentos que também foi identificado através dos depoimentos dos entrevistados, a atualidade tem, no sentido jornalístico do conceito, *a dimensão das razões*, que possui como base a dimensão ética. Na dimensão das razões está a fonte dos critérios para atribuir significados aos acontecimentos e às transformações que eles produzem ou podem produzir. Existe, portanto, o dever de socializar, além das informações, as opiniões, os saberes e os conhecimentos que ajudam à compreensão da realidade ou a transformá-la para melhor. Essa é a vertente que legitima a atuação profissional dos jornalistas nas instituições, produtoras interessadas de acontecimentos e conteúdos. É que deu sentido a esta pesquisa.

Referências

ALMANSA, Ana. **Assessorias de Comunicação**. SP: Difusão Editora, 2010.

ANGELONI, Maria Terezinha. **Comunicação nas organizações na era do conhecimento**. SP: Editora Atlas, 2010.

ASSAD, Nancy Alberto. **As cinco fases da comunicação na gestão de mudanças**. SP: Editora Saraiva, 2010.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo**. SP: Summus Editorial, 2007.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa, como fazer**. SP: Summus Editorial, 2003.

DUARTE, Jorge. (org.). 4. ed. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia, teoria e técnica**. SP: Editora Atlas, 2011.

EGGER-MOELLWALD, Lícia. **Comunicação corporativa: a disputa entre a ficção e a realidade**. SP: Cengage Learning, 2011.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

FERRARETTO, Elisa Koppin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa, teoria e prática**. SP: Summus editorial, 2009.

HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn; SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2006.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo, norte e sul**. SP: Edusp, 2001.

LOPES, Boanerges. **Abaixo o nada a declarar! O assessor na era da globalização**. RJ: Editora Zabelê, 1998.

MARQUES DE MELO, José; LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Perfis de jornalistas**. SP: FTD/USP, 1991.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PEREIRA LIMA, Fábila (orgs.). **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional**. SP: Difusão editora, 2012.

SÓLIO, Marlene Branca. **Jornalismo Organizacional, produção e recepção**. SP: Summus Editorial, 2011.

VIANA, Francisco. **Comunicação Empresarial de A a Z**. SP: CLA Editorial, 2004.

Interesses nacionais refletidos no jornalismo impresso de São Borja¹

Mara Regina Rodrigues Ribeiro²

Resumo: este estudo se ocupa da produção jornalística impressa do jornal a Folha de São Borja, no período do governo Médici, no Brasil. Pertence ao trabalho de tese em andamento intitula “*Periodismo y autoritarismo: ideología e relaciones de poder en el discurso de la folha de são borja en el periodo de los años 70 a 73 en la frontera oeste del río grande del sur*”, desenvolvida na Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Argentina³, em que se investiga a ênfase do interesse nacional sobre o local no período do governo militar. Usa-se como método a hermenêutica da profundidade (Thompson, 2009), que visa priorizar o estudo da produção de sentido, através de formas simbólicas. Especificamente neste artigo se apresenta uma das fases da perspectiva metodológica de Thompson, uma análise sócio-histórica através da justaposição de textos e o do contexto do Brasil, pontuando as notícias e assuntos que foram destaque no período.

Palavras-chave: jornalismo impresso; governo militar; ideologia.

Introdução

Este artigo tem como contexto sócio-histórico o período de regime militar no Brasil, iniciado na década de 1960. Com mais de 20 anos produziu, de acordo com a Comissão dos direitos humanos da Câmara Federal, entre 1964 e 1979, cerca de 288 mortos e desaparecidos no Brasil; e 224 casos conforme dados da Comissão de mortos

1 Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestre em Ciências Sociais. Especialista em Pensamento Político Brasileiro. Doutoranda em Ciências sociais/ Flacso. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa História da Mídia (Unipampa) e Docente no Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa – Unipampa. <mararibeirorodrigues@hotmail.com>.

3 Artigo construído a partir do capítulo 4, intitulado Contexto Sócio Político do governo Médici, da tese *Periodismo y autoritarismo: ideología e relaciones de poder en el discurso de la Folha de São Borja en el periodo de los años 70 a 73 en la frontera oeste del Río Grande del Sur*”, desenvolvida na Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Argentina, sob a orientação do professor Doutor Marcelo Rocha.

e desaparecido do Ministério da Justiça⁴. Destaca-se que os anos do regime militar no país não podem ser considerados homogêneos na condução da política econômica e social. Há diferenças relacionadas às linhas de pensamentos no interior das forças armadas brasileiras que determinou fases da repressão política, em que o autoritarismo governamental é fortalecido ou amenizado dentro do mesmo ciclo. Para Collier (1982), esses regimes se caracterizam por controlarem diferentes esferas da sociedade. Além disso, eles tendem a restringir a liberdade de expressão, principalmente, dos meios de comunicação social. No Brasil, por exemplo, a circulação da informação teve que se adaptar às recomendações das autoridades e eram comuns edições de atos institucionais (AI) e expedição de ordens através de ofícios, telegramas e ligações telefônicas.

No caso específico deste artigo se articulou como objeto de investigação o discurso jornalístico em que se analisa a ideologia e as relações de poder que se expressão no contexto autoritário. O ponto principal do trabalho é o jornal Folha de São Borja, desde seu surgimento na década de 1970 até 1973, período referente ao governo de Emilio Garrastazu Médici, terceiro presidente do regime militar no Brasil, cujo mandato foi em 30 de outubro de 1969, até 15 de março de 1974.

A pesquisa delinea a afinidade que se estabeleceu entre o interesse público nacional e as questões locais na cobertura jornalística impressa frente ao ideário nacional desenvolvimentista implementado no Brasil na década de 1960 e 1970. Permitindo analisar as estratégias de legitimação do poder constituídas, bem como identificar as justificações que os agentes sociais usam para preservar o poder e as relações de poder.

Na perspectiva teórica trabalhou-se com a ideia de que o discurso jornalístico apresenta-se como uma construção social da realidade e é, conforme Thompson (2001), umas formas simbólicas, que correspondem a fenômenos culturais que podem ser ações, gestos, manifestações verbais, programas de televisão, obras de arte, filmes, músicas, jornais, revistas. Estas são carregadas de sentidos e significações que permitem que a ideologia se materialize. Esta, ainda, não é neutra. Segundo Silva (1998), a mesma existe quando se mobilizam ideias visando o estabelecimento e/ou a manutenção de relações de poder. É nessa perspectiva que se toma a ideologia, ressaltando que as formas simbólicas são ideológicas, quando e somente quando servem para estabelecer e sustentar relações sistematicamente assimétricas de poder e, assim, contribuem para reproduzir a ordem social que favorece indivíduos e grupos dominantes. Quando se relaciona ao autoritarismo, a ideologia se refere a um sistema simbólico que é funcional à legitimação de uma estrutura de dominação estatal, tecnocrata e desmobilizadora.

Segundo Thompson (2001), ideologia é sentido a serviço do poder e estudá-la é compreender e explicar as maneiras pelas quais as produções culturais são usadas para a implantação e para a manutenção de relações de dominação. O autor propõe uma concepção crítica da ideologia, vista como produto da vida social, das ações e interações

4 Informação do “Dossiê dos Mortos e desaparecidos políticos a partir de 1964”, disponível em <<http://www.dhnet.org.br/dados/dossiers/dh/br/dossie64/br/dossmdp.pdf>>.

entre os membros da sociedade e das mudanças simbólicas que ocorrem entre eles. Para Thompson (2001) o fenômeno da ideologia ganha um novo sentido e complexidade quando passa a ser visto como parte da circulação das formas simbólicas, viabilizadas pela mediação da cultura moderna.

Na questão metodológica o exame teve duas etapas, uma quantitativa e uma qualitativa. Na primeira foi realizada uma análise geral de todas as primeiras páginas, em que se buscaram os temas mais recorrentes e se estavam relacionadas ao âmbito local ou nacional.

Para essa coleta se definiu como tema as seguintes categorias: (1): Política, em que classificou as notícias ou títulos relativos às ações do agente político – visitas e pronunciamentos – política de estado, política social como, por exemplo, a aplicação do censo nacional, a ampliação dos serviços do Instituto Nacional de Seguridade Social, evocações de uma personalidade política que já falecida, a realização de uma operação por parte do exército nacional; polícia – crimes e acidentes –, economia, internacional, esportes, saúde, educação, social – atividades sociais do clube, distinções, visitas – que não sejam de políticos, concurso de beleza, atividades culturais; *fait divers* e outros – temas correspondentes a inaugurações de casas comerciais, aposentadorias, questões do próprio jornal – compra de novos equipamentos, aniversário, celebrações religiosas ou chegada de religiosos, embelezamento da cidade. Assim se classificou porque os mesmo estão relacionados às editarias tradicionais que constituem os jornais em geral. Como âmbito distinguiu-se: (2) Local – apenas de São Borja, regional – São Borja e outras cidades do Estado – nacional – Brasil – e internacional – Brasil e outros países ou países estrangeiros exclusivamente.

Já na etapa qualitativa da análise, que se constituiu da observação mais detalhada das capas dos anos de 1970 a 1973, definiu-se uma amostra mais reduzida, a partir do seguinte critério: elegeu-se a capa que trazia o tema que mais se destacou nas tabelas sinópticas anuais. Por exemplo, em março de 1970 o conteúdo de destaque foi economia, então das cinco edições do mês, a do dia 24 era a que mais trazia questões de economia. Por este método selecionou-se quarenta e quatro (44) capas. Desse conjunto obtiveram-se os exemplos que ilustram a análise sócio-histórica apresentada neste artigo.

Considerando a maneira como as formas simbólicas estão estruturadas, e as condições sócio históricas em que elas estão inseridas, foi necessário enquadrar o fenômeno em um referencial mais profundo. Portanto, as edições do jornal foram analisadas a partir da metodologia da Hermenêutica de Profundidade que, segundo Thompson (2009, p. 355), “coloca em evidência o fato de que o objeto de análise é uma construção simbólica significativa, que exige uma interpretação [...]”, ou seja, ela viabilizou a interpretação do objeto que decorre das construções simbólicas que se estruturam de variadas maneiras, levando em consideração a contextualização social na qual estão envolvidas (THOMPSON, 2009).

A hermenêutica, para Veronese & Guareschi (2006), permite analisar o contexto sócio-histórico e o espaço temporal que cerca o fenômeno, e, empreender análise discursivas, de conteúdo ou de qualquer esquema formal que seja necessário. Esse referencial serve como um enquadramento amplo que permite guiar a análise de formas simbólicas ou de um fato comunicacional qualquer.

A perspectiva metodologia de Thompson (2009) ocorre através da tríplice análise, composto por três fases distintas, ainda que complementares: análise sócio-histórica, análise formal o discursivo, e interpretação/reinterpretação. Conforme Thompson (2009) a Hermenêutica de Profundidade permite que a análise avance para o campo ideológico e permite entender como as formas simbólicas se entrecruzam com relação ao poder, ou seja, de que maneira o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação.

Contexto do governo de Médici

Neste item a análise serve para contextualizar o jornalismo que se fez na cidade através da produção jornalística no âmbito local, identificando as relações entre o discurso do jornal da Folha de São Borja e do governo.

Thompson (2009) indica que as formas simbólicas são produzidas por pessoas respondendo a contextos e situações que são típicas de um período. A produção da Folha de São Borja realizou-se dentro de condições sócio-históricas peculiares. Quando o jornal surge em 1970 fazia alguns meses que Médici tinha assumido como presidente de Brasil. No entanto, em seu governo continuam as características de regime autoritário. Mais especificamente deu-se continuidade ao modelo econômico implantado no país desde a chegada dos militares ao poder: uma política que visava o crescimento econômico, tendo como principal idealizador o ministro da fazenda Antonio Delfim Netto, que atuava desde o governo Costa e Silva (1967/1969).

O crescimento econômico nos primeiros quatro anos do ciclo militar não foi significativo, caracterizando uma fase de pouco desenvolvimento, decorrente da política gradualista de combate a inflação adotada o governo Castelo Branco. No período entre 1968 e 1973 – governo Medici – chega a níveis expressivos, registrando taxa anual média de 11,2%. Outros indicadores confirmavam o bom desempenho da economia, entre eles o da inflação em declino com taxa média anual menor que 20%. (Brum, 2010)

Outra característica do modelo econômico nos anos 60 e 70 foi a inflação, um fenômeno complexo, cuja estabilidade da moeda dependia principalmente da solidez da economia, da confiança da sociedade no país, da cultura econômico financeira da população, da capacidade e da eficiência das autoridades no gerenciamento das políticas macroeconômica, do comportamento dos agentes econômicos e do grau maior ou menor de normalidade das relações econômico financeiras internacional.

Durante alguns anos – entre 1968 e 1973 – conseguiu-se conciliar um alto crescimento econômico com taxas inflacionárias declinantes, principalmente pela conjuntura mundial favorável à elevada entrada de capital externo e à contração salarial da classe trabalhadora.

O modelo econômico de forma geral do período apresentava dois conjuntos de características básicas, segundo Brum (2010): periférico-sócio-dependente (plano externo) e elitista-concentrador e excludente (plano interno). No cenário do capitalismo mundial havia três atores com papéis distintos: os países centrais, altamente industrializados e ligados os grandes centros econômicos; as corporações multinacionais, com sede nos países centrais, mas cuja ação se entendia por todos os continentes; e os países periféricos, compreendidos como em subdesenvolvimento ou em desenvolvimento.

A característica de associado é porque o país aceitava e estimulava a entrada e a atuação de empresas estrangeiras, apoiava a associação das nacionais com as estrangeiras e procurava estreitar os vínculos com o centro do capitalismo internacional, expõe Brum (2010). A associação ao capital estrangeiro traz algumas facilidades e também problemas. Entre as facilidades destacam-se a possibilidade de uso imediato da tecnologia oriunda do exterior, a entrada do capital do exterior, acesso a créditos dos bancos multinacionais, exportação e geração de empregos. Quanto aos problemas tem-se: a transferência dos centros de decisão sobre importantes setores da economia para o exterior, onde estavam as matrizes e os laboratórios das empresas; e, a inadequação de muitas tecnologias importadas para o nível de desenvolvimento que o país apresentava. Os aspectos elitistas-concentradores e excludentes, perspectiva mais negativa da política econômica, foram de natureza social, segundo Brum (2010), enquanto valorizavam-se os empregos, acentuou-se a contradição entre o crescimento econômico e o avanço industrial, como também aumentou a degradação ambiental.

Brum (2010) afirma que o regime militar não teve sensibilidade para reorientar a estrutura industrial de Brasil, isso porque os governos militares desconsideraram a oportunidade histórica de repensar os hábitos de consumo recentemente introduzidos na sociedade e imprimir mudanças profundas na industrialização brasileira. Com isso, o modelo de desenvolvimento vigente no país ao longo do ciclo militar manteve a característica centralizadora, porque beneficiou a grande empresa em detrimento da média e da pequena, estimulou a fusão de empresas, favoreceu a concentração de renda e da propriedade de terra, possibilitou a expansão econômica nos estados e nas regiões mais ricas, privilegiou o interesse do capital em detrimento dos ganhos do trabalho.

Assim, pode-se constatar que transformações estruturais na economia e mudanças na divisão do trabalho já ocorriam, também já se estabeleciam distinções sociais no trabalho, bem como, era evidente o crescimento de atividades secundárias e terciárias, a substituição da atividade de artesanato pela industrial e a criação de novos tipos de serviço. No entanto, a distorção na distribuição de renda fez-se mais transparente. Os salários tinham peso importante neste processo, não obstante o agravamento do per-

fil da distribuição de renda decorreu da política perversa implementada pelo governo que, conforme Brum (2010), fixava os índices de reajustes sempre inferiores às taxas de inflação.

A realidade econômica colocou os grupos familiares, muitas vezes, em situação de pobreza e de miséria. Delas decorram a carência alimentar, as dificuldades na escolarização, os obstáculos à ascensão social e as barreiras e os limites na participação política, a deficiências na saúde, moradia, mortalidade infantil. Com isso, o processo de marginalização no Brasil acabou por agravar velhos problemas sociais já existentes.

Segundo Santos (2012), em meio à posse de Médici se percebia aspecto de continuísmo, se na economia a tendência era a mesma, na questão política houve uma acentuada repressão, desencadeando perseguições, prisões, tortura e morte a todo aquele que fosse considerado inimigo do sistema. Médici deu continuidade ao quadro instaurado desde 1964 e que, naquele momento, não demonstrava sinais de mudança na austeridade governamental.

Para Romancini & Lago (2007, p. 120-121) ao lado de mecanismos estritamente autoritários e de força direta, teve uma pressão econômica, particularmente importante num momento em que o Estado começou a assumir um papel mais central ainda nas atividades econômicas. Neste aspecto, há um favorecimento aos grupos de comunicação ligados à televisão principalmente à Rede Globo, devido à realização de uma política de integração nacional, que envolve grande aporte de recursos financeiros e tecnológicos por parte do Estado, considerando o caráter estratégico com que era visto este meio.

Resende (2008) avalia que os sucessivos governos no Brasil buscaram o controle dos meios e conseqüentemente da opinião pública e que o faziam mediante o controle da informação, exercido através da censura – empresarial, econômica e política. O que sempre ocorreu, afirma o autor, foi que o poder não querer ouvir verdades – ou pelo menos não desejava que elas fossem divulgadas. Com isso, evitam a manifestação da cidadania, que se dá, em primeiro lugar, mediante o conhecimento da realidade do país e do que nele acontece. A informação, neste caso, é imprescindível para que o espaço de manifestação dos cidadãos exista.

Estratégia nacional/local na Folha de São Borja

A partir do contexto sócio histórico em que a *Folha de São Borja* estava inserido, caracterizado no item anterior, se apresenta a análise em que há a explicitação de como atuou o discurso jornal frente às peculiaridades da década de 1970.

No caso da produção da *Folha de São Borja* existe uma adaptação à conjuntura política da época. O texto, a seguir, por exemplo, assinalou a exaltação ao Brasil, pela vitória na Copa do mundo de futebol e o desenvolvimento econômico através do anúncio publicitário, em que se enaltece a força do trator que impulsiona a economia. Essa estratégia aproxima o que está distante – o futebol – ao que está próximo – a produção

agrícola que se expande no município em uma lógica que responde ao interesse local/nacional, indicando que a planificação para o Brasil também estava na cidade. Assim como o orgulho de ser brasileiro, que além de ser trabalhador, era naquele momento, vitorioso pela conquista do mundial.



Figura 1 – Texto destaca êxito de Brasil no futebol – 23/06/1970
 Fonte: Arquivo Folha de São Borja

A adesão popular ao projeto governamental era considerada condição básica para a consecução dos objetivos nacionais. No seu pronunciamento como candidato à Presidência, Médici assegurou não acreditava em plano de governo que não correspondesse a uma ação nacional. Ele afirmou que, na marcha para o desenvolvimento, o povo deveria ser o protagonista e não somente espectador (MATOS, 2008 p. 175).

Brum (2010, p. 324) explica que a capitalização do sucesso desportivo em México, juntamente com a divulgação de um bom desempenho na econômica tinha por objetivo transformar o país num lugar mais atraente aos investimentos estrangeiros, o que realçava a política econômica do governo Médici, comandada por seu ministro Delfim Neto.

Segundo Matos (2004, p. 173),

[...] o clima de ufanismo disseminado no período Médici foi alimentado por dois fatores básicos: a explicação da vitória do Brasil na Copa do Mundo [de 1970] como consequência do apoio do governo à seleção ‘canarinho’, aproveitando a paixão do brasileiro pelo futebol, e o uso da propaganda para a construção da imagem de país em acelerado crescimento econômico.

Os elementos de composição jornalística – título, texto e publicidade – são instâncias para explicar como o discurso do jornal era construído. Tinha um predomínio de

notícias e manchetes locais nas páginas – como se demonstrou no quadro sinóptico abaixo.

Quadro 1: Quadro sinóptico dos anos analisados

Ano Edições	Manchetes	Âmbito	Notícias	Âmbito	Anúncios
1970	Política	Local	Economia	Local	Nacional
Total 46	16	25	26	89	5
1971	Política	Local	Social	Local	Local
Total 49	13	31	36	169	9
1972	Política	Local	Outro	Local	Local
Total 51	21	37	35	158	14
1973	Social	Local	Política	Local	Nacional
Total 46	6	18	11	77	2

Porém, há uma ênfase nacional, ou seja, repercutem-se ações locais que são realizadas ou são vivenciadas localmente em função da atuação nacional do governante. Na notícia de 26/05/1970, a prioridade local é enfatizada pelo interesse nacional, porque a rodovia 285 a que o texto destaca circunda as cidades da região, ainda que a expansão econômica a que o texto faz refere relaciona-se com o país.

Nas páginas do jornal há a repercussão das gestões na esfera macro da sociedade, ou seja, a notícia federativa que chega à cidade do interior, implementando assim uma proximidade que a primeira vista é temática, mas que na realidade é simbólica. A proximidade que se estabelece é social, como indica Fontcuberta (2011), há uma vinculação do reconhecimento.

Este aspecto pode ser assinalado quando a informação jornalística está relacionada a um acontecimento local, ainda que este ocorra porque pertence a um fato mais amplo como, por exemplo, as comemorações cívicas em honra à independência de Brasil ou as homenagens aos símbolos nacionais como a bandeira. No texto publicado em 12/09/1972 é referente às atividades do sete de setembro, que tiveram como localização a praça XV, principal espaço público de São Borja. O destaque é para a parada cívico-militar, evento importante porque integrava a programação das comemorações dos 150 anos da independência do Brasil.

O texto que acompanhava a manchete “Parada de 7 de Setembro foi o clímax do Sesquicentenário” (FSB, 1972) mencionava a emoção na avenida que os expedicionários da FEB causaram a população presente e a curiosidade que as tropas do exército e da marinha suscitaram nas pessoas por seu uniforme, disciplina, técnica e armas apresentadas no desfile. Além disso, destacava que e autoridades estrangeiras, no caso da

argentina, prestigiaram o atividade, o que promoveria um sentimento de cooperação internacional e reconhecimento da importância do evento. Com esses apontamentos se delinea o ambiente no qual se desenvolveu o fato. Conforme Fontcuberta (1998, p. 120), *“todo ellos son elementos que contribuye a explicar con más profundidad los hecho”*.

A proximidade nacional/local ocorre não só com os temas relacionados ao Brasil como nação, mas também com outros assuntos que permitem o reforço da unidade que o governo nacional estava procurando implementar. A análise quantitativa das capas dos jornais, por exemplo, evidenciou uma tendência nas manchetes pelo tema política. No entanto a questão política a que o jornal noticiava não era a partidária, visto que em o período estava em vigor o bipartidismo que se efetivou com a edição do Ato Institucional N° 2 (AI-2) ainda em 1965, no governo de Castelo Branco. Em função da imposição a formação partidária foi artificialmente engendrada no Congresso nacional, o que determinou a coexistência em um mesmo partido de políticos que em outra situação eram adversários. Para Fleischer (2004, p. 254) as regras para a formação dos novos partidos neste período eram relativamente simples, sendo necessário somente “arregimentar 120 deputados federais e 20 senadores. Em tese, poderiam ter sido organizados três partidos novos, mas na prática foi difícil até mesmo construir dois.”

Por isto que no Brasil tinha dois partidos: a Aliança Renovadora nacional (Areia), de direita; e Movimento Democrático Brasileiro (MDB), de oposição. O bipartidismo foi um dos elementos que garantiu a criação de uma aparente normalidade e legalidade no país, importante para a imagem do governo.

Fleischer (2004) explica que a Arena se formou relativamente fácil devido as ações governamentais. Enquanto o MDB “teve dificuldade em juntar os 20 senadores e contou com uma pressão discreta do presidente Castelo Branco para convencer dois senadores a filiar-se temporariamente ao MDB”. (FLEISCHER, 2004, p. 254)

O jornal apresentavam as ações principalmente dos integrantes da Arena, que pela disputa eleitoral de 1966 tinha 67,5% da câmara dos deputados, contra 32,5% do outro partido político. Nos textos de 18/08/1970 e 25/01/1972 se evidencia a tendência. No primeiro se informa a formação de um novo diretório partidário, já o segundo, elenca algumas reivindicações apresentadas pelo prefeito da cidade ao futuro governador do Estado do Rio Grande, que em comitiva visitava a região.

Nesse contexto a política, não se caracterizou pela disputa pelos debates de ideias dada a centralizada de poder que o governo militar implantou. Matérias sobre política surgem como notas oficiais dentro de colunas como é o exemplo encontrado em “De minha & Janela” assinada por Dom Siri, um apelido. A coluna apresenta além da nota sobre as eleições, atos do governo municipal referentes à realização de obra nas estradas e área urbana do município. O Destaque está na dúvida do autor quanto à eleição ser impositiva ou facultativa, visto as circunstâncias políticas de vigência de um ato institucional que cerceava os direitos políticos e a liberdade de expressão, se somando ao fato de que muitos cargos sejam preenchidos por eleição indireta, inclusive indicação

da presidência da República ou das Forças Armadas. No caso de São Borja a questão é mais delicada ainda por ser a região de segurança nacional, o que impõe, por exemplo, a eleição indireta ao executivo municipal. No entanto, as dúvidas e possíveis críticas se alinham às tendências vigentes. A política se concentrou na ação do dirigente como se observa nas manchetes abaixo:

Figura 2 – Manchetes do jornal: temática Política

Exército vai ativar a pesquisa Tecnológica como estímulo à Indústria

FSB – 21/04/1970

Barragem do Itú: prefeito Alvarez pediu ao Presidente uma solução

FSB – 10/11/1970

Cmte. do III Exército esteve em São Borja

FSB – 12/12/1970

Políticos arenistas e o futuro governador estiveram em São Borja na semana finda

FSB – 18/08/1970

Presidente Médici não permitirá que os ânimos dos tricultores fiquem abatidos

FSB – 14/11/1972

Alvarez avistou-se com o Pres. Médici

FSB – 16/01/1973

Fonte: arquivo Folha de São Borja

A ênfase das manchetes recaí na figura do ocupante do cargo público que atua positivamente para manter a ordem e contribuir para o desenvolvimento do país, segundo a informação do jornal.

Apesar dos temas políticos que predominaram nas manchetes, a Folha de São Borja apresentou nas notícias uma diversidade de tópicos que se comprova na análise quantitativa que se realizou nas capas e que se explicita no quadro sinóptico a seguir:

Quadro 2: Quadro sinóptico dos anos analisados – temática das notícias

Ano	Total de edições	Notícias
1970	46	Economia 26
1971	49	Social 36
1972	51	Outro 35
1973	46	Política 11

Apesar da variedade, têm-se muitas matérias sobre as questões econômicas, isto porque essa área, no governo de Médici, apresentou uma expansão considerável, visto que o produto interno bruto (PIB) teve aumento e ocorreu a consolidação de uma nova classe média com alto poder aquisitivo. Nesse período o país estava sob a influência do Milagre Brasileiro que “estendeu-se de 1969 a 1973, combinando o extraordinário crescimento econômico com taxas relativamente baixa de inflação. A inflação média anual não passou de 18%” (Bosi, 2002, p. 268), isto porque tinha disponibilidade de recursos financeiros para empréstimos externos e investimentos de capital estrangeiro. A política financeira do governo militar ditou o ritmo de um acelerado processo de industrialização, baseado então numa grande quantidade de capital estrangeiro.

Brum (2010) explica que essa política tinha como referencial o padrão de produção e consumo da sociedade norte-americana. No entanto o Brasil antes de garantir a todos acesso aos bens no padrão de uma economia forte, “buscou-se uma sintonia entre os interesses de expansão das grandes empresas” e se priorizou, sobre tudo o setor industrial, a atenção ao consumo da população de rendimentos mais altos, cerca de 20% dos brasileiros. (BRUM, 2010, p. 342)

Considerações finais

A partir da análise sócio histórica aponta-se que na Folha de São Borja, não há uma distinção entre a esfera local e nacional, porque para o jornal a cidade de São Borja tinha uma importância e uma proximidade com as autoridades e personagens nacional que a colocavam no centro das atenções, principalmente pela ênfase que se dá à questão econômica, identificando o município como capital da produção. Assim, pelo menos anuncia em seu discurso.

Também se ressalta que o jornal ao destacar a cidade, faz como se o semanário estivesse um alcance e uma circulação nacional. Assim, explica-se que fatos locais tenham relação com o âmbito nacional, porque se considera São Borja como Brasil em escala menor e que reproduz também os atributos que naquele período eram destacados ao país. As características podem ser sintetizadas por três adjetivos: força, modernidade e civismo. A primeira, herdada na tradição e história dos povos jesuítas, assim como o Brasil, que destaca um passado heroico, apropriado aos portugueses e bandeirantes. A segunda realça o desenvolvimento e a modernidade por mérito da produção agrícola, que lhe confere apelido de capital da produção, e, esse desenvolvimento econômico a colocaria supostamente na dianteira do desenvolvimento, como que a guiar a cidade/Brasil no caminho do progresso. Os condutores desse processo são homens públicos de valorosos, salvadores – que se empenham e se sacrificam por sua comunidade. O último atributo está no civismo da comunidade que honra sua terra e a demonstra nas diversas oportunidades, principalmente nas manifestações públicas de homenagem a pátria brasileira ou ao estado do Rio Grande do Sul.

Essas propriedades configuram e afirmam um imaginário que reflete a busca pela legitimação em que, como indica (Thompson, 2009, p. 83), acordos institucionais que servem aos interesses de alguns, são apresentados como servindo a todos.

Além disso, é um discurso dissimulado em que se toma a parte pelo todo – a cidade e seu desempenho político, social e econômico como representativo do país. Segundo Cerri (2002, p. 1), é o que se pode chamar de ideologias geográficas do regime militar, assim como seu nacionalismo em general, pode ser compreendido também como ferramenta de ajustamento social, pois reforça o sentimento de pertencimento a uma nação que pode não ser necessariamente onde se tenha nascido ou se esteja naquele momento porque esse lugar “é, genericamente, o Brasil. [...] Sua compensação imaginária é pertencer a um Estado-nação [...]”

Do estudo que se empreendeu ao material disponível da Folha de São Borja, encontrou-se uma superficialidade e uma descontextualização da informação jornalística que gerou uma imagem fragmentada de sociedade, o que consolidou uma prática que ficou no meio do caminho entre a observação da técnica jornalística e a intuição para sobreviver em ambiente hostil. Essa incapacidade de oferecer um panorama, ainda que de forma preliminar, dos acontecimentos da atualidade à sociedade, que se observou na produção da Folha de São Borja, foi uma das principais críticas que os jornais norte-americanos sofreram, quando o mundo se viu frente a uma Segunda Guerra Mundial em meados do século XX.

Dessa crítica que se reitera se aponta uma constatação: a realidade não se modificou, seja nos grandes centros ou em cidades do interior. Pode ser encontrada uma explicação para isto nas palavras de Lage (2001) para o qual o mundo fragmentário dos jornais apresenta a realidade em segmentos, mas não decomposta. O autor explica que no ato de informar, os jornais informam a guerra, por exemplo, e por partes todo o processo que se compõe pelo combate, vitória e rendição, avanço e recuo, no entanto nesses

procedimentos está contida uma estratégia, uma política, que dá sentido e totalidade ao momento-guerra. Estas não ficam evidentes, necessariamente, quando se expõe as partes. Na Folha o mosaico composto pelo progresso, economia, política e modernidade ou pelo vai-e-vem de deputados, militares e governadores não deu conta da totalidade do momento, no entanto a composição exibida foi suficiente para apresentar um real que estava alinhado e engajado ao poder vigente.

Além disso, o periódico teve uma visão distorcidas de si mesmo, porque se via como produção jornalística que desempenhava um papel social na comunidade, mas foi a representante de um enquadramento. A distorção resulta do poder (ideal) e do dever (real): o poder de dizer o que julgar ser melhor e mais importante para aquela sociedade – por seu papel jornalístico –, e, o dever para quem a financia. O jornal contribuiu para a construção de uma proximidade social de São Borja com o Brasil e ajudou a reforçar um ufanismo e um nacionalismo que ignorava aos índices e números dos analistas independentes que apresentavam os custos do milagre econômico e do projeto Brasil Potência. Assim como os jornais não tem saída por seu caráter ideológico, com indica Lage (2001), também não tem solução por sua perspectiva submissa.

Referências

BRUM, A. **Desenvolvimento econômico brasileiro**. 24. ed. Petrópolis: Vozes, 2010. CERRI, L. **Ensino de História e Nação na Propaganda do Milagre Econômico**. Revista Brasileira de História. vol.22 n. 43. São Paulo, 2002.

CODATO, A. **História política recente no Brasil (1974-2002)**. Disponível em: <http://www.ifcs.ufrj.br/~lemp/imagens/textos/Historia_politica_recente_no_Brasil.pdf>. Acesso em 14/05/2012

COLLIER, D (org.). **O Novo Autoritarismo na América Latina**. Rio de Janeiro: Revista Eletrônica Boletim do Tempo, Ano 4, n. 19, 2009.

FONTCUBERTA, M. **La Noticia** – Pistas para percibir el mundo. Barcelona: Paidós, (2011).

LAGE, N. **Ideologia e técnica da notícia**. 3. ed. Florianópolis: Insular-Edufsc.2001.

MATOS, H. **Governo Médici: discurso oculto na comunicação institucional – o caso AERP**. In: História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área [recurso eletrônico] / Cláudia Peixoto de Moura (Org.). –Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008.

RESENDE, L. **A censura contra a cidadania: o caso do Brasil**. Acesso em 23/8/2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=17>.

ROMANCINI & LAGO. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

SANTOS, R. **Propaganda política do governo Médici**. Disponível em: <<http://falandoteologiaehistoria.blogspot.com.br/2012/01/propaganda-politica-do-governo-medici.html>>. Acesso em 18-06-2012.

SILVA, R. **A Ideologia do Estado Autoritário no Brasil**. Chapecó: Argos, 1998.

THOMPSON, J. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2009.

O histórico papel do Jornal de Santa Catarina na cobertura das enchentes do Vale do Itajaí¹

Moisés Cardoso²
Clóvis Reis³

Resumo: Esta pesquisa analisa o papel do Jornal de Santa Catarina, com sede em Blumenau (SC), na cobertura das principais enchentes ocorridas no Vale do Itajaí, região do Estado historicamente assolada por desastres de forte impacto econômico, social e ambiental. Com 42 anos de história, o veículo detém vários prêmios nacionais de jornalismo pela qualidade do seu trabalho, incluindo condecorações pelo relato realizado durante as cheias. O jornal surgiu com a ambição inicial de ter circulação nos principais centros urbanos do país, mas a trajetória mercadológica o levou à segmentação e à regionalização, focada no entorno de Blumenau, maior município da mesorregião. A partir da análise dos dados, é possível observar que ao longo dos anos o jornal experimentou uma modernização no que se refere à cobertura das tragédias, com o emprego intensivo de tecnologias que permitem romper as barreiras do tempo e do espaço durante as intempéries climáticas da região. Tais condições estabelecem novos paradigmas para o jornalismo na cobertura de desastres ambientais, assim como seus desdobramentos, influenciando no cotidiano da sociedade.

Palavras-chave: Jornal de Santa Catarina, enchente; jornalismo; Vale do Itajaí, desenvolvimento regional.

Blumenau e a ligação com a imprensa

O jornalismo impresso em Blumenau iniciou em 1850, antes da fundação da colônia. Seu colonizador, Dr. Hermann Bruno Otto Blumenau, utilizava da mídia impressa para comunicar nas metrópoles europeias as ações realizadas na região Sul do Brasil. Os

1 Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestrando em Desenvolvimento Regional, jornalista e publicitário, professor do Departamento de Comunicação da Universidade Regional de Blumenau (FURB) – <beiocardoso@gmail.com>.

3 Doutor em Comunicação, jornalista, professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Desenvolvimento Regional da Universidade Regional de Blumenau (FURB) – <clovis@furb.br>.

jornais serviam como ferramenta de comunicação entre os colonos e a família e amigos de sua terra natal, os animadores da imigração financiavam algumas publicações, por diferentes interesses (SILVA, 1977, p. 3). Entre os anos de 1961 e 1970, o município teve seu clímax do jornalismo impresso com 44 novas publicações. Tal crescimento deve-se ao fortalecimento do comércio, da indústria e a crescente população. Esse cenário deu origem à imprensa operária, jornais das fábricas, que “eram uma estratégia para distrair a classe operária dos acontecimentos nacionais” (PETRY, 2006, p. 9).

A cidade foi pioneira nas comunicações, teve a primeira rádio e televisão do Estado (Rádio Clube de Blumenau, em 1929; TV Coligadas, em 1969), mas ainda não tinha um jornal impresso diário e relevante, produzido no município. Por sua vez, a capital detinha influência sobre a opinião pública e a tradição do jornal O Estado, fundado em 1915, o mais remoto em circulação em Santa Catarina, até 2008. Ele foi pioneiro na década de 1960 por modernizar a área gráfica com a impressora *rotoplana*.

Em Joinville, o jornal *A Notícia*, lançado em 1923 estava em crescimento. Em Blumenau, o único representante capaz de projetar a cidade no Estado, era o diário A Nação, inaugurado em 1943 por Honorato Tomelim. Posteriormente, foi incorporado aos Diários Associados, de Assis Chateaubriand. Em dezembro de 1970 os empresários Wilson de Freitas Melro, Caetano Deeke de Figueiredo e Flávio de Almeida Coelho, diretores da TV Coligadas, rascunhavam a possibilidade de criar um jornal estadual dando pistas que uma ambiciosa concepção estava por surgir. O projeto se concretizou em 1971, dando origem a um importante veículo na história de Santa Catarina, com destacada participação na cobertura de eventos históricos para o Vale do Itajaí, entre os quais, as enchentes que frequentemente assolam a região. Neste sentido, o presente trabalho tem o objetivo de analisar o papel do Santa na cobertura das cheias do Vale do Itajaí. Para isso, realiza uma pesquisa básica (quanto à natureza do estudo), qualitativa (quanto à abordagem do problema) e exploratória (no que se refere aos objetivos). Quanto aos procedimentos técnicos para a realização do trabalho, emprega-se a pesquisa bibliográfica. As principais fontes de consulta foram Bacca (2000); Frank (1995); Fernandes (2005); Mattedi (1999), Reis e Zaboenco (2010).

Jornal de Santa Catarina, 40 anos de informação

Os relatos aqui descritos sobre a história do Santa e seu compromisso na cobertura das cheias no Vale do Itajaí, utilizaram como referência à edição especial do próprio veículo, em comemoração aos seus 40 anos de publicação (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2013). Em 22 de setembro de 1971, o grupo de empreendedores citados anteriormente, deu origem ao Jornal de Santa Catarina. A manchete da primeira edição revelava que, que até então, apenas Florianópolis e Lages tinham rede de esgoto entre os 197 municípios do Estado. O título já demonstrava um forte compromisso com a comunidade regional e com as demais batalhas que viriam pela frente. Nessa década,

a população era de 100.281 blumenauenses. A economia estava no auge da indústria têxtil, com empresas inserindo novos equipamentos para o incremento da produção, visando o mercado externo (ACIB, 1989). Nesse período da história, o Brasil vivenciava a Ditadura Militar, a censura da imprensa, a vigência do AI-5⁴ e das repressões a manifestações que destoassem do regime militar.

Com publicações diárias e de abrangência estadual, suas pautas eram baseadas nos acontecimentos do município de Blumenau e sucursais espalhadas pelo Estado. No início da década de 1980 foi o primeiro do Estado a usar impressão *offset*, seu formato *standard* e a diagramação eram inspirados na *Folha de S. Paulo*. A redação era formada por 40 jornalistas, dos quais aproximadamente 20 vieram de Porto Alegre, “onde os cursos de Jornalismo da Universidade Federal e da Universidade Católica já tinham 20 anos de tradição” (FERNANDES, 2005, p. 9). A equipe totalizava 200 funcionários, entre técnicos em fotografia, fotógrafos, gráficos e operadores de rotativa. Pelo telex, notícias internacionais chegavam à redação direto de uma central em Nova York. As fotos das agências nacionais e internacionais, por sua vez, utilizavam a “radiofoto”, um aparato que codificava as imagens em sinais de rádio. A decodificação de cada foto durava em média sete minutos. Em 31 julho, desse mesmo ano, são dados os primeiros passos para a edição colorida, aplicando-se tons da cor azul em boxes e retrancas.

Na enchente de 1983, o Santa publicou um suplemento especial, que só chegou às mãos da população oito dias após o início da catástrofe, narrando o drama vivido pelos catarinenses. “Parte da equipe passou dias ilhada na sede [...], na rua São Paulo. Os funcionários se alimentavam através de doações. Foram quase duas semanas na cobertura” (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2013). A publicação lhe rendeu o primeiro Prêmio Esso. Na sequência, o veículo lançou uma campanha com a finalidade de motivar os munícipes atingidos pelas cheias, organizado em torno do lema: “Catarinenses! Vamos nos unir para reconstruir”, que passou a circular impresso nas suas edições.

A volta das cheias, em 1984, novamente impediu a circulação do jornal, que dessa vez publicou uma edição composta pelos quatro dias em que não pode ser distribuído. Essas duas enchentes foram um dos fatores que resultaram na criação da Oktoberfest. Dois anos após a criação da festa, o Santa lança o Oktoberzeitung, um caderno sobre o evento que aos poucos ganhava uma maior dimensão. Além de mostrar os benefícios do efeito Oktober pós-tragédia, o jornal também criticava e questionava o preço dos ingressos e do chope. Essa década também é marcada pelo encarte “JSC Criança”, que promovia concursos, oferecia jogos e entretenimento para o público infantil. Na década de 1990, uma tragédia no Distrito do Garcia marcou o veículo com uma edição extra. A cobertura da enxurrada contabilizou os estragos que “atingiu 1.310 casas, das quais 286

4 O Ato Institucional Número 5 foi o quinto de uma série de decretos emitidos pelo regime militar brasileiro nos anos seguintes ao Golpe militar de 1964 no Brasil. Sobrepondo-se à Constituição de 24 e janeiro de 1967 e às constituições estaduais, dava poderes extraordinários ao Presidente da República e suspendia várias garantias constitucionais, como o direito de expressão.

foram danificadas e 66 foram totalmente destruídas, 754 pessoas ficaram desabrigadas”. (BACCA, 2000, p. 43)

Em 1992, o jornal se incorporou ao Grupo RBS – Rede Brasil Sul, sendo o segundo jornal do grupo no Estado e representando “um grande portal de entrada da RBS naquele importante mercado de anunciantes e leitores” (FERNANDES, 2000, p. 84). No mesmo ano, entrou em uma nova era tecnológica, ao informatizar sua redação. Lançou o “Caderno de Informática”, que informava sobre as novidades e a democratização das novas ferramentas. Em 1994, adotou a impressão totalmente em cores e modernizou o projeto gráfico, explorando mais as fotografias. Foi pioneiro ao disponibilizar uma versão online em 1996, inaugurando seu *site* (www.santa.com.br). No entanto, o espaço não foi aproveitado para explorar as ferramentas midiáticas do jornalismo digital. Sua circulação, em 2000, abrangia 46 municípios, com uma tiragem média diária de 20 mil exemplares. Acompanhando a tendência dos demais veículos do mundo, o jornal muda seu *layout* até então *standart* e, em 2004, adota o formato tabloide.

Na tragédia de 2008, a maioria dos colaboradores do veículo não conseguiu chegar à sede do jornal. Os poucos que vieram, tiveram que dormir na redação durante o fim de semana. A entrega da publicação foi prejudicada e não chegou a todos os leitores. Mesmo assim, o engajamento da equipe na cobertura da catástrofe resultou em mais um Prêmio Esso. A *home page* do Santa na internet passa a adotar textos com as características da webjornalismo, e insere os primeiros *hyperlinks* apenas em maio de 2009.

O ano de 2010 é marcado pela adesão às redes sociais virtuais Twitter e Facebook, realizando coberturas em tempo real e se aproximando do leitor, que tem a possibilidade de comentar e é convidado a participar das publicações. O jornal passa a ser disponibilizado para leitura online em *tablets* e *smartphones*. Em setembro de 2011, as cheias do Rio Itajaí Açu marcaram o *site* do jornal, que teve um papel importante na atualização, com 24 horas de informações sobre o nível do rio e prestando serviços à comunidade. As edições impressas valorizaram as chocantes imagens da enchente. Pela primeira vez na história, o Santa usou uma única foto na capa e contracapa. Atualmente o jornal circula de segunda a sábado, com uma edição conjunta no fim de semana. Abrange toda a região do Vale do Itajaí e Litoral Norte de Santa Catarina, com um caderno especial lançado em 2012, O Sol Diário.

Blumenau, uma geografia propicia aos desastres

Os desastres que acontecem no Brasil, notadamente, são climáticos. Na bacia do Rio Itajaí-Açu, se manifestam através de enxurradas, enchentes e escorregamentos de encostas. Esses eventos se associam à degradação de áreas frágeis, ao desmatamento e à ocupação irregular do espaço. As catástrofes naturais, no senso comum, estão vinculadas a um evento natural destrutivo, de fatalidade, o qual provoca calamidades, tragédias ou catástrofes. Entretanto, os resultados são gerados ou potencializados pelo homem,

que opera sobre um ecossistema vulnerável. As condições naturais e sociais se unem para formar os desastres, como os observados em 2011 no Vale do Itajaí. Nesse sentido, tais desastres deveriam denominar-se socionaturais ou socioambientais, pois a natureza por si só não provoca desastres. Sua intensidade está ligada à interferência humana. (MATTEI, 2000)

Sendo assim, é necessário contextualizar-se importantes particularidades da cidade de Blumenau, que está situada no Nordeste de Santa Catarina, a 21 metros acima do nível do mar. Ela é o centro da região metropolitana do Vale do Itajaí, composta por 16 municípios. A cidade é praticamente toda montanhosa, tem clima temperado e úmido, com a possibilidade de no verão chegar a picos de 40°. Faz fronteira ao Norte com os municípios de Massaranduba e Jaraguá do Sul, ao Sul com Guabiruba, Botuverá, ao oeste com Indaial e Pomerode e a leste com Massaranduba, Luiz Alves e Gaspar.

Seu território é de 519,8 km², com acessos pela Rodovia Jorge Lacerda (BR 470) e pela Rodovia Guilherme Jensen (SC 474), que liga Blumenau a Massaranduba, Guarimirim e Jaraguá do Sul. A BR 470 atravessa o município no sentido Leste/Oeste e faz ligação, para Leste, com os municípios de Luis Alves, Navegantes, Itajaí e BR 101. Para Oeste, com Pomerode, Indaial, Timbó e o restante dos municípios do Vale do Itajaí, e com o Planalto Catarinense. Seu relevo possui faixas de terrenos com atributos distintos, com evidência na região Sul para as serras e no Norte até os vales, onde desenha um conjunto ao longo da Bacia do Rio Itajaí-Açu e de Massaranduba. Os principais morros presentes na região e suas respectivas divisas são: Santo Antônio (970m); Spitzkopf (920m); Do Cachorro (830 m); e Da Cruz (700m).

O município é uma ampla depressão, composta por morros e serras, cortada pelo Rio Itajaí Açu, no passado o principal meio de transporte da região. Kormann (1994) subdividiu a cidade em quatro vales: Garcia, Itoupavas, Velha e o Teste do Salto. O tipo de solo, da região de Blumenau exibe quatro tipos distintos: PVL_a (Podzólico, Vermelho-Amarelo Latossólico álico); Ca (Cambissolo álico); Cd (Cambissolo distrófico) e HGP_d (Glei Húmico distrófico). Apresentam uma admirável quantidade de volumes, que se diferenciam entre si por sua organização, constituição e comportamento. A vegetação principal do Vale do Itajaí, segundo Siebert (1996), é composta pela Mata Atlântica (Floresta Ombrófila Densa), formada por diversos e distintos agrupamentos, já que as encostas apresentam declividade, resultando em vales profundos e estreitos. A região direcionou a topografia para a utilização do solo agrícola ou pastoril, o que ocasionou que em 1986 já tivesse 70% de área desmatada (BACCA, 2000).

Ocupações irregulares, tais como os loteamentos Tubarão (Rua São Boaventura); Morro Hadlich (Garcia), Morro do Arthur e do Jerônimo Correia (Progresso) e o Morro Dona Edithe (Velha), causam, além do desmatamento, a contaminação por falta de saneamento básico e entulhos domésticos, que afetam a composição do solo e este por sua vez influenciam o tipo de vegetação (BACCA, 2000, p. 43). Tal realidade, somada a ocorrência de chuvas, provoca a destruição dos solos, a ausência da camada protetora

de folhas e árvores, faz com que as águas sigam seu curso livremente e levem o que tiver no caminho. Esta conjuntura geográfica oportuniza enchentes, deslizamentos, enxurradas e erosões.

A Tabela 1 lista os picos de todas as enchentes registrados na Bacia do Rio Itajaí-Açu durante os anos em que o Santa realizou a cobertura dos eventos climáticos⁵.

Tabela 1 – Principais enchentes desencadeadas no Vale do Itajaí de 1971 a 2011

Ano	Data	Apiúna	Blumenau	Brusque	Gaspar	Ibirama	Indaial	Rio do Sul	Salto	Timbó
1971	10/06	4.8	10.1			4.46	5.32	7	13.5	3.5
1972	29/08	5.58	11.07			4.1	5.5	9.15	14	4
1973	25/06	5.58	11.05			5	5.76	6.6	14.3	4.9
1973	22/07	3.94	9.1			3.55	4.74	7.15	12.7	5.6
1973	29/08	5.8	12.24			4.65	6.1	8.1	15.1	6.28
1975	04/10	6.5	12.4			5.7	6.34	7.88	15.4	6.07
1977	18/08	4.75	9.25			3	4.96	8.85	13.1	2.9
1978	26/12	5.6	11.45			4.9	5.94	6.75	14.7	5.5
1979	10/05	4.7	9.75			4.4	5.32	5.6	13.5	5.15
1979	09/10	6.12	10.2			6.05	5.64	5.9	13.8	4.7
1980	22/12	7.85	13.02			5.5	7.1	7.2	16.4	6.46
1983	04/03	5.34	10.35			5.2	5.58	5.8	13.95	5.1
1983	20/05	7.12	12.46			6.35	6.72	7.35	15.6	6.7
1983	09/07	8.46	15.34		11.67	7.15	7.76	13.58	18.6	8.7
1983	24/09	6.14	11.5			5.48	6.06	7.6	14.9	5.55
1984	7/08	8.96	15.46		11.55	6.65	8.04	12.8	18.75	7.75
1990	21/07	4.42	8.82		7.28	4.13		6.92		5.7
1992	29/05	6.55	12.8		9.92	5.87	7.12	7.92	16.7	9.75
1992	01/07	5.9	10.62		8.58	4.98	6.14	8.36	14.8	6.16
1997	01/02	5.88	9.44		7.48	3.6	5.49	8.72		6.2
2001	01/10	7.96	11.02		8.24		6.54	9.1		7.95
2008	24/11		11.72							8.22
2010	26/05	5.75	8.64			4		6.92		7.11
2011	31/08	6.06	8.7			3.81	5.83	8.76		6.21
2011	09/09	8.54	12.8	10.21	9.42	4.97	7.6	12.98		9.86

Fonte: Dados do CEOPS – Centro de Operação do Sistema de Alerta. Disponível em <http://ceops.furb.br/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=42>. Acessado em 8 de novembro de 2013.

5 Encontram-se referências alusivas às enchentes do Vale do Itajaí em publicações relativas a distintas temáticas, tais como Butzke (1995); Frank (1995); Lago (1983), Mattedi (1999); Pellizzetti (1985); Pompílio (1990); Renaux (1987) e Silva (1972).

A história dos desastres do Vale do Itajaí leva em conta três fatos interligados. O primeiro diz respeito à colonização e à identidade étnica; o segundo ao desenvolvimento social e econômico, que teve como base a indústria têxtil e o consequente processo de urbanização do território; e por fim a intensificação da depredação ambiental e a problemática dos desastres. Em relação ao processo histórico, é fato que a colonização do Vale do Itajaí foi fundamental para a abertura da comunicação entre o litoral e o planalto. Contudo, a expansão urbana associada à ocupação de áreas inundáveis e a ocupação das encostas, desencadeou um intenso histórico de tragédias, identificando o Vale do Itajaí, em especial Blumenau, como um território de vulnerabilidade. Consta-se o crescente número de enchentes a partir de 1910, período que coincide com o princípio do desenvolvimento da colonização em toda bacia hidrográfica. (FRANK, 1995)

As inundações são parte da história da cidade e marcam sua capacidade de superar tragédias naturais e valorizar a cultura local. Com grandes precipitações pluviométricas, seu território forma um canal de passagem das águas, o que se torna uma condição incontrolável em épocas de grandes chuvas (BELZ, 2000). Com quase todos os morros transformados em residências e a quantidade de chuvas superior ao estimado como normal, descem por suas encostas lama que inunda e leva diversas casas, vidas e sonhos de uma cidade.

A cobertura das enchentes

Em desastres como os descritos anteriormente, os meios de comunicação cumprem um papel social ao prestar um serviço de interesse público junto da comunidade, ao informar e orientar sobre os acontecimentos pertinentes ao assunto. O rádio em Blumenau e no Vale do Itajaí detém um histórico de coberturas a enchentes e catástrofes naturais no período das cheias nos anos de 1983 e 1984, além da trágica enxurrada de 1990, que atingiu o sul do município, destacadas por Darolt e Reis (2009). O rádio atendeu essa demanda por informação com a participação dos ouvintes, prestando informações essenciais nestes períodos de crise (ROSEMBROCK; MULLER, 2009)⁶. Atualmente, o município de Blumenau possui 13 emissoras de rádio, sendo cinco AM's comerciais, seis FM's comerciais, uma FM educativa e uma FM comunitária.

As enchentes de 1983 e 1984 isolaram parte da cidade. A falta de energia elétrica e a interrupção de linhas telefônicas comprometeram a cobertura do Santa, assim como a sua distribuição na cidade. Posteriormente, a qualidade trabalho desenvolvido pelo jornal em apurar os detalhes do acontecimento rendeu o primeiro Prêmio Esso para o veículo.

No grande desastre socioambiental de 2008, a afinidade entre o desenvolvimento regional e o meio ambiente fica explícita. A soma desses fatores comprometeu a cober-

6 Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

tura e conseqüentemente a distribuição do Santa, que não explorava o potencia do seu *website*. Sequer *links* eram oferecidos nas matérias e tampouco o texto era adaptado para a leitura *online*. O veículo também tinha perfis em redes sociais virtuais, que começaram a ganhar adeptos e a serem utilizadas por alguns municípios que detinham habilidades na plataforma. Eles concentraram e distribuíram informações fazendo parte do papel que deveria ser dos veículos oficiais. Um diferencial tecnológico nesse caso foi a telefonia móvel, que permitia a transmissão de dados através de SMS (sigla em inglês para *Short Message Service*). Vale destacar que essa modalidade surgiu de 1999 para o ano 2000. Muitos atingidos fizeram uso desse recurso para se comunicarem durante o ocorrido. No passado, os telefones de linhas fixas eram distantes uns dos outros e não eram acessíveis para todos, dependendo do cabeamento da rede para funcionar.

Um destaque deve ser atribuído ao blog *Alles Blau*⁷, que reuniu todo o conteúdo que era divulgado nas redes sociais e nas emissoras de rádios que conseguiam operar durante o caos que se instaurou na cidade, fenômeno estudado por Reis e Zaboenco (2010). Ele serviu como fonte para muitos profissionais e conseqüentemente case de comunicação, debatido e estudado por diversos acadêmicos.

Em setembro de 2011, as cheias do Rio Itajaí-Açu marcaram mais uma vez a cidade fundada pelo farmacêutico Dr. Blumenau. A população, as autoridades e os veículos de comunicação já estavam familiarizados com a utilização das mídias digitais e souberam tirar proveito delas para cumprir o papel onde os meios tradicionais não conseguiam operar.

Entretanto, as cheias na região permitiram o acesso às informações de uma maneira mais abrangente que nas enchentes de 1983, 1984 e 2008, graças ao desenvolvimento das mídias tradicionais de massa, os avanços tecnológicos e a ascensão de novas mídias. As notícias se propagaram pela Internet em portais como Terra, G1, UOL, *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo* etc. Nos *sites* de relacionamento, o assunto também se propagou em *blogs*, Twitter, Facebook e Youtube. Uma característica desse evento foi que partes da cidade permaneceram isoladas mas com energia elétrica, sinal de internet e TV a cabo. Isso deu a condição de que as informações produzidas pelo Jornal de Santa Catarina fossem replicadas e compartilhadas pela população com a finalidade de fazer ecoar na rede mundial de computadores os acontecimentos que assolavam a cidade.

Considerações finais

O presente trabalho buscou descrever e analisar o histórico papel do Jornal de Santa Catarina na cobertura das enchentes no Vale do Itajaí. O Santa é o principal veículo de comunicação da região, que historicamente é assolada por eventos climáticos. A realização deste trabalho permitiu identificar que de 1971 a 2013, o jornal cobriu 25

7 ALLES BLAU disponível em: <<http://allesblau.wordpress.com/2008/11/24/enchente-blumenau-alles-blau-no-estado/>>. Acessado em 22 mai. de 2013.

enchentes, com picos que variaram de três a 18,75 metros de altura. Neste contexto, os eventos mais importantes foram as enchentes de 1983 e 1984, a enxurrada de 1990, a grande catástrofe de 2008 e as cheias de 2011.

Ao traçar esse quadro foi possível identificar que em tal percurso o jornal foi incorporando diferentes tecnologias na cobertura dos fatos. Em 1983 e 1984, o rádio foi um grande aliado do veículo, graças à sua mobilidade e à participação dos ouvintes, que supriram as necessidades do Santa pelas dificuldades inerentes ao desastre. Em 1990, o panorama não se alterou muito.

A mudança na cobertura dos eventos climáticos e na adoção de novas tecnologias ocorre a partir da grande tragédia de 2008. Nesse ano, nota-se o emprego de algumas plataformas digitais e de redes sociais virtuais, como *blogs*, MSN, Orkut, Twitter (com tímidas participações), *smartphones* e demais aparelhos de telefonia móvel. Tais meios de comunicação foram utilizados por populares e deram mobilidade e agilidade à distribuição das informações, o que permitiu romper os limites de tempo e espaço na cobertura jornalística. Entretanto, ainda nesse período é possível identificar que o Santa não explorava todas as potencialidades dessas novas mídias.

Nesse sentido, se pode afirmar que a enchente de 2011 constitui um marco para a cobertura do jornal de Santa Catarina no que se refere à incorporação de novas tecnologias. Ao explorar seu *site* e utilizar *hyperlinks*, vídeos, galeria de fotos, infográficos, atualizações em tempo real, *blogs* e redes sociais virtuais, o veículo cria um novo paradigma para a cobertura de enchentes no Vale do Itajaí.

Atualmente, o jornal acompanha a velocidade da tecnologia, mantém perfis atuais no Twitter e Facebook, além de oferecer recursos digitais que possibilitam o acompanhamento em tempo real de notícias, como transmissões esportivas, audiências judiciais e eventos climáticos.

Graças à compreensão e utilização de tais recursos midiáticos, o jornal passa a ter presença e relevância *online*, ambiente em que a “comunicação de massa, passou à segmentação, adequação ao público e individualização, a partir do momento em que a tecnologia, empresas e instituições permitiram essas iniciativas” (CASTELLS, 2010, p. 422). E assim o veículo supera os possíveis transtornos operacionais que poderiam surgir e influenciar na distribuição física do mesmo.

Por um lado, temos todos esses recursos avançados sendo empregados. Porém, em outro extremo, vale destacar que o processo de inserção tecnológica no Brasil não segue uma ordem cronológica de vivência, familiaridade e consumo de tecnologia. Um indivíduo dificilmente adota uma escala crescente de consumo: *desktop*, *notebook*, *smartphone* e *tablet*. A popularização dos valores para se adquirir produtos tecnológicos atualizados, somada às formas parceladas de realizar os pagamentos, resulta no cenário onde o primeiro contato com a *web* é realizado diretamente em um aparelho celular com conexão 3G.

Esses diferentes grupos sociais passam a se incorporar com os demais, como se estivessem em uma grande teia. Primo e Recuero (2003) afirmam que essas tecnologias viabilizam a constituição de uma “*web viva*”, pois passa a ser redigida e interligada pelos próprios usuários.

A despeito disso, o Santa cumpre um importante papel na cobertura de tragédias dessa natureza, quando passa a ser o porta-voz oficial de grande parte das informações, uma vez que seus profissionais aprofundam e apuram todos os dados desconexos na grande rede, organizando-os dentro da ética do jornalismo. Essa postura reafirma seu compromisso com a sociedade e tal procedimento contribui para qualificar os conteúdos que circulam em plataformas digitais.

Referências

- ACIB, Associação Comercial e Industrial de Blumenau. ACIB Blumenau 90 anos de memória. Blumenau: Fundação Casa Dr. Blumenau, 1989.
- BACCA, Lauro Eduardo. Considerações e opiniões sobre a questão ambiental: o caso de Blumenau, SC. **Dynamics: Revista Tecno-científica**, v. 8, n. 33 – parte II, p. 36-56, out./dez. 2000.
- BELZ, Egon. Exposição de motivos para a agilização do planejamento urbano de Blumenau. SC **Dynamics: Revista Tecno-científica**, v. 8, n. 33 – parte II, p. 36-56, out./dez. 2000.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. v 1. 13. reimpr. Trad. Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- DAROLT, E.; Reis, C. A contribuição da Internet para a cobertura das emissoras de rádio de Blumenau/SC durante o desastre socioambiental de 2008: Uma análise a partir da percepção dos profissionais do meio. **Linguagens: Revista de Letras, Artes e Comunicação (FURB)**, v. 3, p. 313-324, 2009.
- FERNANDES, Mario Luiz. **A força do jornal do interior**. Itajaí: Ed. da Univali, 2003.
- FERNANDES, Mario Luiz. A mídia no Vale do Itajaí. In: BALDESSAR, M.J., CHRISTOFOLETTI, R. **Jornalismo em perspectiva**. Florianópolis: UFSC, 2005.
- FRANK, Beate. **Uma abordagem para o gerenciamento ambiental a Bacia Hidrográfica do Rio Itajaí, com ênfase no problema das enchentes**. Tese. Florianópolis, 1995.
- KORMANN, Edith. **Arte, cultura e as histórias de sua gente (1850-1985)**. Blumenau: Florianópolis: Paralelo 27, 1994.
- MATTEDI, M. A.. Subsídios para a análise das relações da sociedade: Natureza no Vale do Itajaí. In: THEIS, I. M.; MATTEDI, M. A.; TOMIO, F. R. L. (org.). **Nosso passado (in) comum**. Contribuições para o debate sobre a história e a historiografia de Blumenau. Blumenau: Edifurb/Ed. Cultura em Movimento, 2000. p. 215-241.
- MULLER, C. B. Entrevista concedida. Blumenau, 20 mai. 2009.
- PETRY, Sueli Vanzuita. A Imprensa em Blumenau. In: SEMINÁRIO SOBRE A HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO EM SANTA CATARINA, 1., 2006, Blumenau. [Blumenau : s. n.], 2006. p. 5-17.

PRIMO, Alex, Recuero, Raquel. Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos blogs e da Wikipédia. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 22, dezembro 2003 (quadrimestral), p. 55-57.

REIS, C.; Zaboenco, G. A. (2010). **O relato do desastre socioambiental de novembro de 2008 em Blumenau (SC) nas redes sociais da internet**. Florianópolis: V Encontro Nacional da Anppas.

ROSENBROCK, J. R. Entrevista concedida. Timbó, 21 mai. de 2009.

SIEBERT, C. **Estruturação e Desenvolvimento da Rede Urbana do Vale do Itajaí**. Blumenau: EDIFURB, 1996.

SILVA, José Ferreira da. **A Imprensa em Blumenau**. Florianópolis: IOESC, 1977.

Historiografia da Mídia

Propaganda e Democracia: delineando a pesquisa histórica¹

Maria Berenice da Costa Machado²

Resumo: Delineamento de pesquisa cujo objeto será a comunicação política no Rio Grande do Sul no período entre 1982 e 2014, denominado democracia recente, pois sucede ao da última ditadura militar brasileira. Como recorte privilegiaremos as campanhas e a propaganda dos nove candidatos eleitos governadores. Pretendemos produzir conhecimento e contribuir com os campos da Comunicação, da Política e da História ao articular as estratégias discursivas e a estética do texto-imagem das peças publicitárias com os resultados, indicadores da alternância partidária no executivo estadual até 2010. Considerando o conjunto, questionaremos se haveria argumento comum entre as mensagens veiculadas nas campanhas vencedoras ou se poderíamos creditar seu êxito justamente à mudança de discurso. A fundamentação teórico-metodológica segue orientações do método documental e da história oral, recupera o contexto sociopolítico e busca embasamentos nos conceitos de propaganda e democracia. O material empírico será visto a partir dos preceitos da Semiótica e das Análises de Conteúdo e de Discurso.

Palavras-chave: propaganda; democracia; governador; Rio Grande do Sul.

Articulando Propaganda e Democracia

Esta proposta de pesquisa, apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação/ UFRGS neste ano tem como objetivo articular propaganda e democracia, dois dos pilares sociais e políticos. A democracia por garantir o exercício legítimo do poder político, sistema de governo considerado dos mais civilizados, embora nascido marginalmente na história, ao lado dos impérios despóticos, das tiranias, das aristocracias, dos sistemas de castas, e que permanece marginal, a despeito da universalização da

1 Trabalho apresentado no GT de Historiografia da Mídia integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Professora e pesquisadora da UFRGS, organizadora do livro *Publicidade e Propaganda: 200 anos de história no Brasil* (2009), presidenta da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), vice-presidente da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom) e integrante do Comitê Regional Sul da Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2). E-mail: <mberenice.machado@ufrgs.br>.

aspiração democrática. A trajetória da democracia moderna, tal como observamos em relação ao Brasil, é produto de uma história incerta, que comporta avanços e recuos, na qual emergiram, se firmaram e se desenvolveram seus princípios: liberdade, justiça, igualdade, justeza, equidade, soberania do povo, obediência às leis e regras, e a transferência periódica de soberania a eleitos (THOMPSON, 1998; MORIN, 1995; HELLER, 1998).

Argumento a favor do sistema democrático deve-se ao fato deste buscar promover a cidadania, o desenvolvimento social e econômico de um país. O retrospecto temporal mostra que o País experimentou ciclos democráticos intercalados por golpes civis e militares desde a Proclamação da República. O intervalo ditatorial mais recente foi também o mais longo; iniciado em 1964, com a deposição do presidente João Goulart, manteve o comando sob o domínio militar por mais de vinte anos, recorrendo, inclusive, ao mecanismo das eleições indiretas via Colégio Eleitoral.

A atual democracia brasileira segue modelo clássico de exercício do poder político com escolha periódica de representantes e dirigentes pelo voto direto, processo precedido de campanhas disputadas pelos diversos candidatos que informam e propagam as suas propostas. Eleições são verdadeiras “guerras” travadas em diferentes *fronts*, todas permeadas por processos comunicacionais, na sua maioria, protagonizados pelos candidatos e as mídias. Estas, em seus espaços publicitários e editoriais, divulgam e fazem repercutir as promessas desses que precisam conquistar apoios, patrocínios, eleitores e votos. Campanhas eleitorais, a propaganda e os candidatos ao cargo de governador do RS serão o objeto desta pesquisa.

Denominamos democracia recente o recorte temporal deste estudo, entre 1982 e 2014. Importa observar que a redemocratização começou, efetivamente, com a abertura política nos últimos anos do regime. Instituições basilares deste processo foram a reforma partidária e a volta dos partidos políticos, em 1979, seguidas da aprovação pelo Congresso de eleições diretas para o executivo estadual. Apesar de redutos conservadores em algumas unidades da Federação, os resultados do primeiro pleito, realizado em 1982, mostraram a força da oposição, a mesma que clamaria em seguida por “Diretas Já” para a presidência da República.

Sufocadas nos anos de ditadura, a comunicação e a propaganda são importantes vetores para a democracia, pois fazem a ligação e aproximam candidatos, governantes e cidadãos/eleitores. O Rio Grande do Sul antes do período ditatorial já havia experimentado a força da comunicação midiática com a “Campanha da Legalidade”, empreendida pelo governador Leonel Brizola, em 1961, para denunciar e reverter o quadro golpista que se instalara com a renúncia do então presidente Jânio Quadros. A posse do vice, João Goulart, restabeleceu a ordem democrática; no ano seguinte houve eleições estaduais, Ildo Meneghetti sucedeu Brizola.

O golpe militar concretizou-se no início de 1964 e interrompeu o ciclo de eleições por sufrágio universal em todos os níveis dos poderes executivo. No RS, Meneghetti

não chegou a completar seu mandato; foi substituído um ano antes por governador indicado em convenção da Aliança Renovadora Nacional (ARENA) referendada pela Assembleia Legislativa. A eleição indireta de governadores via Assembleia Legislativa ou Colégio Eleitoral, repetiu-se por mais três mandatos, totalizando vinte longos anos sem a participação do povo. Coincide com a suspensão das práticas eleitorais.

As campanhas políticas oficialmente devem durar em torno de 90 dias e se caracterizam por um “conjunto de atividades legais, organizadas ou desenvolvidas pelos partidos, coligações ou comitês de eleitores e candidatos, com o objetivo de arrecadar votos para que determinados políticos possam ocupar, por representação, os cargos públicos” (GOMES, 2000: 14). Tais atividades acontecem no período que antecede ao pleito democrático, regulamentado pela legislação eleitoral e balizado pelas confrontações políticas (MACHADO e GIORDANO, 2011).

São muitas as táticas possíveis dentro do mix estratégico da comunicação eleitoral: há a participação em programas no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) no rádio e na televisão abertos, os comícios, as carreatas, a publicidade impressa (jornal, *folders*, santinhos, placas de rua etc.), o corpo a corpo, as intervenções no cotidiano dos eleitores. A própria trajetória profissional e/ou política do candidato pode lhe conferir publicidade, angariar simpatias que, aliadas às condições e ao contexto político-eleitoral, contribuem e/ou determinam o resultado das urnas.

Exatos vinte depois da campanha eleitoral de Meneghetti, em 1962, o mesmo cargo de governador é o primeiro do poder executivo a recuperar o status “eleito pelo voto direto e popular”. Desde então, foram oito os governadores do RS: Jair Soares / PDS em 1982, Pedro Simon / PMDB em 1986, Alceu Collares / PDT em 1990, Antônio Britto / PMDB em 1994, Olívio Dutra / PT em 1998, Germano Rigotto / PMDB em 2002, Yeda Crusius / PSDB em 2006 e Tarso Genro / PT em 2010³. Em 2014, teremos e acompanharemos a nona campanha eleitoral para o executivo estadual.

Esta investigação é necessária e oportuna, pois irá sistematizar materiais e informações sobre as campanhas para o governo do RS. A motivação veio de uma busca minuciosa que fizemos no acervo de Publicidade e Propaganda do Museu de Comunicação Hipólito José da Costa, localizado no centro de Porto Alegre. Encontramos apenas algumas poucas peças sem catalogação soltas em um gavetão. Ou seja, faltam registros, contexto e memória sobre as campanhas eleitorais. Paralelamente, procuramos na Internet e fizemos um levantamento bibliográfico preliminar (compõe as referências na parte final); igualmente, é possível constatar a escassez de estudos nas temáticas Comunicação e Política, tanto no período da ditadura militar no Rio Grande do Sul, quanto em relação à democracia recente. São poucas as publicações ligadas à Ciência Política e menos ainda à Comunicação, situação que nos leva a propor esta investigação uma

3 PDS – Partido Democrático Social, PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro, PDT – Partido Democrático Trabalhista, PT – Partido dos Trabalhadores, PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira.

vez que não identificamos similar. Desejamos ser abrangentes: olhar, investigar e refletir sobre cada uma e articular o conjunto das nove campanhas eleitorais vencedoras nas disputas pelo governo do estado do RS entre 1982 e 2014.

Contribuições à História

Entendemos a Comunicação como ferramenta necessária e auxiliar às estratégias políticas e eleitorais; seu caráter interdisciplinar e transversalidade obrigam-na a dialogar e a buscar referências no contexto histórico, social, cultural, político, econômico e tecnológico. Assim, estudar e compreender campanhas eleitorais, como as nove que estamos propondo, significa produzir sentidos sobre a democracia recente, instalar um lugar de memória, publicizar os materiais de propaganda que ora se abrem à opinião pública, deixar registros para as futuras gerações e proporcionar, inclusive, outras e novas visões-versões dos acontecimentos históricos.

Como primeiro e substancial resultado desta pesquisa, publicaremos capítulo com análise da campanha de Jair Soares para o cargo de governador do RS em 1982 em livro organizado pelo Grupo de Pesquisa Histórica da Comunicação (GPHC) da Fabico/UFRGS com foco na comunicação durante o período da redemocratização.

Escolhemos os processos de disputa e captura de votos para o cargo de governador, pois foi este o que restaurou o exercício do sufrágio universal e direto⁴ no Brasil após a ditadura de 1964. A delimitação em nove campanhas, e nas que lograram êxito para o executivo gaúcho entre 1982 e 2014, segue critérios qualitativos e de acessibilidade aos materiais e às fontes.

Com a volta das eleições diretas para o governo do estado, em 1982, as campanhas políticas também foram retomadas. A partir das peças de propaganda eleitoral de cada um dos candidatos vencedores daquele ano até 2014, ensejamos compreender as estratégias discursivas, as promessas e a estética de texto-imagem que impactaram e conquistaram a maioria dos votos dos gaúchos.

Questão emergente da visada inicial do conjunto de governadores eleitos nesta democracia recente, e que será articulada junto ao contexto sócio-histórico, é a alternância partidária no comando do Estado. Pelo menos nos processos eleitorais entre os anos 1982 e 2010, nenhum dos governadores conseguiu fazer sucessor do mesmo partido, tampouco ser reeleito quando a legislação assim o permitia. Haveria argumento comum entre as mensagens veiculadas nas campanhas vencedoras, ou poderíamos creditar o êxito à mudança do discurso?

4 O processo eleitoral para presidente do Brasil foi interrompido por 29 anos, entre 1960 e 1989. Para as prefeituras das capitais dos estados, a última eleição antes do Golpe Militar foi em novembro de 1963 e a retomada 22 anos depois, em 1985.

Os caminhos teórico-metodológicos

Os fundamentos teórico-metodológicos privilegiam autores da Comunicação, da Propaganda, da Política e da História; seguiremos as orientações da histórica documental e da história oral, a abordagem será qualitativa com uso de fontes primárias e secundárias. O roteiro inclui recuperar, reunir, organizar e refletir sobre as narrativas e peças de propaganda das campanhas eleitorais vencedoras para o governo do Rio Grande do Sul, entre 1982 e 2014, nesta ordem: Jair Soares / 1982, Pedro Simon / 1986, Alceu Collares / 1990, Antônio Britto / 1994, Olívio Dutra / 1998, Germano Rigotto / 2002, Yeda Crusius / 2006, Tarso Genro / 2010, Candidato vencedor / 2014 (ano em curso).

Diante da dificuldade para localizar anúncios de propaganda eleitoral, principalmente dos quatro primeiros, a etapa inicial será entrevistar os governadores do RS eleitos e/ou seus assessores, na busca de relatos, detalhes e acervos particulares e/ ou de seus partidos. Traçamos roteiro semiestruturado, com questões abertas para provocar a memória dos entrevistados:

- 1 Comente sobre o contexto político que levou à sua candidatura (considerando a volta das eleições diretas para governadores dos estados em 1982).
- 2 Como foi a sua campanha eleitoral?
- 3 Comente sobre a experiência de ser candidato ao executivo estadual.
- 4 Qual o projeto político seu e do seu partido para o RS?
- 5 Qual o posicionamento da sua candidatura?
- 6 E a estratégia da sua campanha para conquistar votos?
- 7 Quais foram os argumentos/ mote da sua comunicação?
- 8 Com qual mensagem buscou cativar os eleitores?
- 9 O que distinguiu a sua campanha da dos seus concorrentes?
- 10 Chegou a fazer pesquisas para saber os interesses/ anseios do eleitorado?
- 11 Se sim, esses interesses/ anseios transformaram-se nas promessas da campanha?
- 12 Houve pesquisas de intenção de votos para monitorar a campanha?
- 13 Em relação às fotografias usadas nas peças publicitárias – anúncios, cartazes, santinhos – que imagem elas deveriam representar?
- 14 Quanto tempo durou a sua campanha?
- 15 Quais mídias foram usadas? Jornal, rádio – TV (HEPG), outras (por ex. bottons, banners)
- 16 Estrutura operacional, logística – comitês eleitorais.
- 17 Fale sobre a militância.
- 18 Regras Lei Eleitoral – debate(s)?
- 19 Como foi montada a equipe de campanha?

- 20 Quais e quem foram os profissionais – publicidade/ jornalismo, cientistas políticos, fotógrafos, agências?
- 21 Tipos de peças produzidas, onde e como veicularam? (impressos – distribuídos / anúncios – veicularam em quais veículos?)
- 22 Tem arquivo desses materiais ou poderia indicar onde os encontraríamos?
- 23 Como foi a participação/ apoio durante a campanha:
 - do seu partido?
 - da mídia?
 - de outros setores da sociedade, por ex. da iniciativa privada
- 24 E os militares durante a campanha?
- 25 Custo e financiamento da campanha – lembra?
- 26 Chegou a percorrer o interior do estado? Carreatas, comícios?
- 27 Relate eventos e curiosidades do período da campanha.
- 28 Deseja acrescentar alguma outra informação/ detalhe.

O *corpus* será composto por publicidade impressa – santinhos, folders, folhetos, flyers, cartazes, anúncios veiculados em jornais – usada para a divulgação e a promoção das candidaturas que alcançaram êxito, bem como os depoimentos dos próprios candidatos e/ou de seus assessores gravados em encontros presenciais. Para dar sentido e articular o material empírico, seguiremos técnicas mistas orientadas pela Semiótica e pelos métodos de Análise de Conteúdo e de Discurso.

Tanto as entrevistas quanto as peças publicitárias serão digitalizadas e, posteriormente, publicadas em *site* próprio da pesquisa, estruturado com áreas específicas para cada uma das campanhas estudadas, junto com nossas análises. Estas devem render artigos a serem apresentados em eventos nacionais e internacionais; além dos anais, encaminharemos os mesmos para publicação em periódicos científicos.

Os materiais audiovisuais arrecadados serão tratados e também disponibilizados para acesso público nos ambientes digitais da UFRGS (repositório Lume, Centro de Documentação e Acervo Digital da Pesquisa – CEDAP e outros). Ao final, pretendemos editar um livro reunindo os textos-análises e demais achados da pesquisa. Todos esses registros – impressos e digitais – deverão contribuir com a história e a memória da propaganda política e eleitoral do Rio Grande do Sul.

Vislumbramos ainda a integração da pesquisa ao ensino e à extensão nos campos da Comunicação, da História e da Política, para citar os principais. De imediato, teremos mais e novos subsídios para a disciplina Propaganda Política ministrada na graduação; pretendemos envolver estudantes na iniciação científica e, se possível, orientar pesquisas monográficas (TCCs) dentro da temática, palestrar e expor o material em eventos acadêmicos, científicos e midiáticos.

Exercício preliminar: análise de um outdoor da campanha Rigotto 2002

A título de ensaio a esta pesquisa escrevemos o artigo “Campanha VIPOLU: Rigotto 2002 governador RS”, apresentado no GT de História da Publicidade e da Comunicação Institucional e constando nos anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia⁵. O texto analisa um outdoor⁶ veiculado no segundo turno da disputa. O formato da peça foi escolhido pela característica de síntese do conceito criativo⁷ da campanha⁸.

Oportuno tecer breves comentários sobre o contexto dessa disputa política: do início de 2002 até meados de setembro, as pesquisas publicadas no jornal *Zero Hora* apontavam a liderança do candidato Antônio Britto, do PPS, e a disputa polarizada entre ele e o representante do PT, Tarso Genro. Entretanto, o excesso de farpas trocado entre ambos na estreia da campanha dividiu os eleitores. As pesquisas mostraram, também, elevado percentual de indecisos. Rigotto, com baixos índices de rejeição, representava o PMDB, partido forte e com boa estrutura no Estado, poderia ser a terceira e alternativa via para os muitos insatisfeitos com os candidatos do PPS e do PT. O comando da campanha de Rigotto identificou precisamente o clima de guerra e lançou, ainda no primeiro turno, a coligação de partidos “União pelo Rio Grande”⁹ (MACHADO, 2004).

Embora a peça estudada tenha sido um outdoor veiculado na etapa final, necessário mencionar o processo que orientou a criação do conceito e o posicionamento da comunicação de Rigotto no primeiro e no segundo turnos. A base para definir a estratégia criativa foram pesquisas qualitativas realizadas antes do início da propaganda gratuita no rádio e na televisão. Os resultados indicaram que naquele momento os gaúchos estavam cansados da bipolarização direita x esquerda protagonizada por Britto/PPS e Tarso/PT, e não queriam ver brigas e críticas nos programas de campanha eleitoral (BIANCAMANO, 2003). Rigotto, representando a coligação “União pelo Rio Grande”, seria a “alternativa” entre os dois extremos. No primeiro turno, a campanha incorporou, com sucesso, a participação de todos, principalmente através do convite do *jingle* “Vem”¹⁰.

Outra estratégia, além de mostrar Rigotto como uma terceira via, foi valorizar a imagem do candidato. As peças, como o outdoor estudado, e as demais ações de co-

5 Alcar, Ouro Preto/2013. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos>>.

6 Em 2002, a Lei Eleitoral ainda não havia imposto restrições ao uso desta mídia em campanhas eleitorais.

7 Conceito é a ideia que encaminha o processo criativo e a solução do problema de comunicação.

8 Campanha política e eleitoral é o esforço para trabalhar a imagem de candidatos a postos eletivos e dos próprios governos a fim de divulgar suas propostas e projetos, corrigir impressões negativas divulgadas pela concorrência e por parte da sociedade. Campanhas caracterizam-se por constituírem um conjunto de peças, interrelacionadas, integradas entre si, as quais podem ser veiculadas em diferentes meios com um mesmo objetivo em comum: apresentar uma marca, um produto, serviço, um ponto de venda, uma ideia, uma candidatura, uma promoção (TOALDO e MACHADO, 2012).

9 PMDB, PHS, PSDB (PHS- Partido Humanista da Solidariedade, PSDB- Partido da Social Democracia Brasileira).

10 Vem, pra fazer mais. Vem, traz a paixão (ALVARENGA, 2010).

municação teriam e cumpriram os três requisitos sintetizados na sigla “VIPOLU”: ser Vibrante, Popular e Luminoso (BIANCAMANO, 2003).

Conceitualmente, a campanha do postulante pelo PMDB baseou-se, desde o início, no tema “paixão”, compatível com Vibrante, Popular e Luminoso. Sob a retórica da paixão foram acoplados outros elementos como a união e o amor ao Rio Grande do Sul, formando o elo imaginário de identificação do candidato com o eleitor:

Esses elementos estão presentes na logomarca, nos *jingles* e programas da campanha, e também constituem a própria imagem do candidato. Assim, coaduna com o fator principal de toda campanha de propaganda, que é a permanência do conceito unida à multiplicidade de apresentação (BRITTOS e BANDEIRA, 2011).

A campanha adotou, inicialmente, o tom propositivo da união pelo Rio Grande e no segundo turno apelou ao coração; apresentou-se como terceira via, entre Tarso (PT) e Britto (anti-PT); usou, sem citar visualmente, a estrutura do PMDB, como foi possível observar na peça estudada. Rigotto havia largado na quarta posição nas pesquisas (4%, de acordo com o IBOPE, em julho de 2002), superou Britto e junto com Tarso disputou o segundo turno, saiu vencedor elegendo-se governador do RS. Em um Estado cuja natureza histórica sempre foi a dicotomia, a campanha bem sucedida para o governo em 2002 sugere poder haver sim lugar para uma terceira opção. Estes detalhes sobre o processo político e comunicacional no RS, observados na análise e desenvolvidos no paper referenciado, corroboram com o principal objetivo do projeto Propaganda e Democracia e serão a ele integrados.

Considerações finais

Esta pesquisa está em fase de implantação; além do exercício anteriormente citado, trabalhamos em parceria com a professora de fotografia, Andréa Brächer, em texto para o livro sobre a redemocratização no RS. O foco são anúncios e fotografias da campanha eleitoral de Jair Soares, em 1982.

O estudo seguinte se deterá sobre quatro relatórios de pesquisas desenvolvidas pela MPM Propaganda para a campanha de Jair Soares. Dois deles com carimbo *confidencial* trazem dados sobre o cenário adverso que o candidato do PDS enfrentou em 1982. O trabalho está sendo proposto para o V Pró-Pesq PP – Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade – ABP2. A intenção é explorar esses documentos para depreender dos seus conteúdos, até então privados, informações que balizaram as tomadas de decisão e a condução da campanha eleitoral daquele ano. Inferimos que as técnicas da propaganda e da publicidade, empreendidas pela agência gaúcha, rever-

teram o quadro favorável à oposição exibido pelas pesquisas, sendo decisivas para a vitória de Jair Soares.

Referências

- ALVARENGA Leticia da Silva Santos. **Breve gesto de leitura: os jingles** da Campanha Rigotto sob o viés da Análise do Discurso Francesa. 2010 Disponível <www.uel.br/revistas/uel/index.php/entretextos/article/.../6943>, acesso 15/3/2013.
- ALVES, Maria Helena Moreira. **Estado e Oposição no Brasil (1964-1984)**. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.
- ARCONADA, Mario Herreros. **Teoria y Técnica de la Propaganda Electoral**. Barcelona: PPU, 1989.
- ARISTÓTELES. **A Política**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- BAQUERO, Marcello (*et al.*). **A lógica do processo eleitoral em tempos modernos**. Porto Alegre: La Salle, 1997.
- _____. **Abertura Política e Comportamento Eleitoral nas Eleições de 1982 no RS**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1984.
- _____. **Transição, Eleições e Opinião Pública**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1995.
- _____. **Surpresa na Praça da Matriz**. *Jornal da Universidade*, nº 57, ano VI, 2002. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/jornal/novembro2002/pag04.html>>, acesso 15/3/2013>.
- BARRETTO, L. **As pesquisas de opinião pública no processo eleitoral brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 1997.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Edições 70, 1977.
- BARTH, Fernanda. **Comunicação Política**. Disponível em <<http://politicaeleitura.blogspot.com.br/2010/03/eleicao-para-governo-do-estado-do-rio.htm.l>>, acesso 15/3/2013.
- BIANCAMANO, P. da R. **O marketing político nas eleições para governador do Estado do Rio Grande do Sul em 2002: o caso do candidato Germano Rigotto**. 2003. 95 f. Monografia (Graduação em Administração), UFRGS, [2003].
- BRITTOS, Valério Cruz; BANDEIRA, Francine. **Propaganda, estratégias e controle**. *Observatório da Imprensa*, Ed. 638, 2011. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/imprimir/21409>>, acesso 15/3/2013.
- BUENO, Ricardo, MISKULIM, Karim. **Recontando a história do Rio Grande do Sul: os governos e governantes pós-redemocratização**. Porto Alegre: Instituto Voto, 2013.
- BURKE, Peter. **A fabricação do Rei: a construção da imagem pública de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.
- CAMPOS, Maria H. R. **O Canto da Sereia: uma análise do discurso publicitário**. Belo Horizonte: UFMG, 1987.
- CARDOSO, Rodrigo. **Ele pode vencer o PT**. Isto é, 2002. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoegente/169/reportagens/germano_rigotto.htm>, acesso 15/3/2013.
- CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

- CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHOMSKY, Naom. **Propaganda e Consciência Política**. Bauru: EDUSC, 2003.
- COLLARO, Antonio Celso. **Produção visual e gráfica**. São Paulo: Summus, 2005.
- CONEGLIAN, O. **Propaganda eleitoral**. Curitiba: Juruá, 1992.
- DIONÍSIO, Pedro; BROCHAND, Bernard; LENDREVIE, Jacques; RODRIGUES, Joaquim Vicente. **Publicitor**. Lisboa, Portugal: Dom Quixote, 1999.
- DOMENACH, J. M. **Propaganda Política**. São Paulo: DIFEL, 1959.
- DONDIS, Dondis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DREIFUSS, René Armand. **1964, a conquista do Estado: ação política, poder e golpe de classe**. Petrópolis: Vozes, 1981.
- DURANDIN, G. **La Mentira en la Propaganda Política y en la Publicidad**. Barcelona: Paidós, 1995.
- FERRAZ, Francisco. **Manual completo de campanha eleitoral**. Porto Alegre, RS L&PM 2008.
- FIGUEIREDO, Ney Lima. **Como Ganhar uma eleição: Lições de campanha e marketing político**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1990.
- FIGUEIREDO, Rubens. **Manual prático de marketing político**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, [19--].
- GARCIA, N. J. **O que é Propaganda Ideológica**. São Paulo: Brasiliense, 1992.
- _____. **Propaganda: ideologia e manipulação**. Disponível: <<http://www.ebooksbrasil.org/eLisbr/manipulacao.html>>. Acesso 27 de agosto de 2010.
- GERMANO RIGOTTO. Disponível em <<http://germanorigotto.com.br/>>, acesso 20/3/2013.
- _____. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2013. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Germano_Rigotto&oldid=34442085>, acesso 20/3/2013.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- GOMES, Neusa Demartini. **Formas persuasivas de comunicação política: propaganda política e publicidade eleitoral**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.
- GOMES, Wilson, MAIA, Rousiley. **Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas**. São Paulo, SP Paulus, 2008.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo, SP Paulus, 2004.
- HELLER, Agnes. **A Condição Política Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.
- IASBECK, Luiz Carlos. **A Arte dos Slogans**. São Paulo: Annablume; Brasília: Upis, 2002.
- LADEIRA, Julieta de Godoy. **Contato imediato com criação de propaganda**. São Paulo, Global, 1997.
- LOPEZ, Luiz Roberto. **História do Brasil contemporâneo**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1997.
- MACHADO, Maria Berenice da Costa e GIORDANO, Natália Carvalho. **Publicidade eleitoral no jornal: a campanha de 2010 no RS**. IV Encontro da Compolítica, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011 (anais).

MACHADO, Maria Berenice. **Estratégias híbridas de ação política e mercadológica**: Estudo dos discursos normativo, jornalístico e publicitário do jornal *Zero Hora*, no período 1998-2004. Porto Alegre: PUCRS, 2004. Tese (Doutorado em Comunicação Social).

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.

_____. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Campinas: Pontes/Ed. UNICAMP, 1997.

MANHANELLI, Carlos. **Estratégias Eleitorais**: Marketing político. São Paulo: Summus, 1988.

MELO, José Marques de (org.). **Comunicação e transição democrática**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985.

MORIGI, Valdir; COELHO, Marja; VANZ, Samile; GALDINO, Karina. **Vem, pra fazer mais. Vem, traz a paixão**: Processos discursivos e estratégias de captura do cidadão no horário de propaganda eleitoral gratuita. Disponível em <http://webserver.univates.br/files/files/univates/editora/arquivos_pdf/revista_signos/ano24_n1_2_003/Vem_pra_fazer_mais.pdf>, acesso 20/3/2013.

MORIN, Edgar e outros. **Cultura e Comunicação de Massa**. São Paulo. FGV, 1972.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX** (O espírito do tempo). São Paulo: Forense, 1969.

_____. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (orgs.). **Para navegar no Século XXI**. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 1999a.

_____. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

_____. **O Método 3 – Conhecimento do conhecimento**. Porto Alegre: Sulina, 1999b.

_____. **Terra-Pátria**. Porto Alegre: Sulina, 1995.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

NEVES, Manoella M. P. Moreira das. **Marcas da política da Administração Popular na Prefeitura de Porto Alegre, 1989 a 2002**. Dissertação de mestrado em Comunicação e Informação. PPGCOM/UFRGS, Porto Alegre, 2002.

OLIVEIRA, Stella Máris Valenzuela de. **O jornal Zero Hora e as eleições de 2002**. Disponível <www.portcom.intercom.org.br/pdfs/8557120044766284664620594929986934554.pdf>, acesso 20/03/2013.

ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso**: Princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2002.

PADRÓS, Enrique Serra *et al.* **A ditadura de segurança nacional no Rio Grande do Sul (1964-1985)**: história e memória. O fim da ditadura e o processo de redemocratização. Porto Alegre: CORAG, 2010.

PARRAMÓN, José Maria. **Publicidade**: Técnica e Prática. Barcelona: Parramón, 1974.

PEREZ, Clotilde e BARBOSA, Ivan Santo. **Hiperpublicidade 1 e 2**. São Paulo: Editora Cengage Learning, 2007.

PETERSEN, Aurea; PEDROSO, Elizabeth. *et al.* In: **Ciência política**: textos introdutórios. Porto Alegre: Mundo Jovem, 1988.

PINTO, Milton José. **Comunicação e Discurso**: Introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker, 1999.

PRATKANIS, A.; ARONSO, E. **La Era de la Propaganda**: Uso y abuso de la persuasión. Barcelona: Paidós, 1994.

QUALTER, Terence. **Publicidad y Democracia en la Sociedad de Masas**. Barcelona: Paidós, 1994.

QUEIROZ, Adolpho; MANHANELLI, Carlos. **Breve história dos slogans políticos nas eleições do Brasil republicano**. Revista Signos do Consumo – V.1, N.2, 2009. P. 101-122.

QUINTERO, Alejandro Pizarroso. **História de la Propaganda**. Madrid: EUEDEMA, 1993.

ROIZ CELIX, M. **Técnicas Modernas de Persuasión**. Madrid: Eudema, 1994.

RUBIM, Antonio Albino. **Comunicação e Política**: conceitos e abordagens. São Paulo: Hacker, 2000.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 1996.

SANTOS, Gilmar. **Princípios da Publicidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

TCHAKHOTINE, Serge. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**: Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

TOALDO, Mariângela Machado e MACHADO, Maria Berenice da Costa. **A longevidade de uma campanha publicitária**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012 (anais).

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Disponível <www.tse.gov.br>. Acesso 11 novembro 2010.

Prêmios em Jornalismo: A Cultura Meritocrática Premiativa dentro da Cultural Profissional Jornalística¹

Robson Dias²

Resumo: a cultura profissional em Jornalismo compartilha valores relativos ao profissionalismo e ao status do que é (ou não) legítimo na atividade jornalística. O artigo trata da cultura meritocrática premiativa que estabelece um novo padrão de conduta e normas de comportamentos (1); determinando um sistema paralelo e extraorganizacional de recompensa profissional (2). Este fato incorre no profissionalismo (Soloski) não a partir das rotinas produtivas e processo de produção da notícia (modo direto), mas via cultura meritocrática premiativa dentro da cultura profissional, mirando a subjetividade e a cosmovisão do jornalista. Se os definidores primários mantém uma investida direta sobre as rotinas produtivas e o processo de produção da notícia via Agenda Setting e *Newsmaking*; aqui, o foco é a partir dos prêmios, num esforço indireto, via cultura meritocrática premiativa e cultura profissional jornalística.

Palavras-chave: Jornalista, Meritocracia, Prêmios, *Newsmaking*

Introdução

Muito se estuda a partir do esforço das organizações em influenciar as *rotinas produtivas* (Tuchman) e o *processo de produção da notícia* (Molotch e Lester), de modo direto via *Fábrica de Notícias* (Newsmaking). Entretanto, existe um esforço dos *definidores primários* (Hall *et al.*) no sentido de gerar premiações que possam agir sobre a cosmovisão dos jornalistas, incorrendo na certificação extraorganizacional de uma prática exemplar na profissão, muito além do controle do trabalho (Breed), meritocracia, hierarquia, ação pessoal (Lewin), filtro (White) e constrangimentos (Schlesinger).

1 Trabalho apresentado no GT Historiografia da Mídia do V Encontro Regional Sul de História da Mídia.

2 Doutor em Comunicação, formado pela Universidade de Brasília (Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação, PPGFAC/UnB) a partir do vínculo com os seguintes projetos de pesquisa credenciados no CNPQ: A ideia do pós-Jornalismo (2010-2013), O Jornalismo como Teoria Democrática (2006-2010) e Como o Terceiro Setor pauta a mídia (2003-2006). Atualmente, é professor titular do mestrado Stricto Sensu em Comunicação da Universidade Católica de Brasília (PPGSSCOM/UCB): <r.ucbprofessor@gmail.com>

Essa investida atua de modo indireto, via *cultura profissional*. A cultura meritocrática premiativa estabelece um novo padrão de legitimidade do que é jornalismo com base nos *definidores primários* e não em relação às organizações noticiosas. Neste sentido, o objetivo se torna influenciar não somente as redações, mas a própria visão de mundo dos jornalistas, no que foi chamado de rotinas cognitivas (SOUSA, 2003) e limites cognitivos (TRAQUINA, 1993).

Para tratar deste tema, é necessário regatar a questão da *Objetividade* como valor implícito ao *profissionalismo* (Soloski), que dá os contornos da *cultura profissional* (Schudson), a ser acessada pelas assessorias a partir de estratégias organizacionais (prêmios em Jornalismo) que fomentam modelos jornalísticos, prescrevendo o que é legítimo (ou não) aos olhos dos *definidores primários* (HALL *et al.*) como o bom ou mau Jornalismo.

Quanto à *Objetividade*, entende-se que seja um pressuposto, referencial ou conjunto de critérios a serem adotados (ou não). Bem, não se trata de um conceito, mas de uma pragmática. Por meio dessa ideia/técnica e, com base nela, está baseada toda a estrutura do que conhecemos como *profissionalismo* ou processo de profissionalização da atividade jornalística. Trata-se de uma ideologia que tenta esconder um jogo de poder

(1) e a própria ideologia que existe na relação entre jornalistas e ambiente organizacional (2), além de uma pragmática na qual é baseada no status de verdade (ou cientificidade) do discurso jornalístico (3). Em suma, “a ideologia dominante no campo jornalístico”, Traquina (2001, p. 65).

O pressuposto gira em torno de limites. Quais?

Os pressupostos de *Objetividade* aplicados ao campo do jornalismo têm um enquadramento ético, ideológico, epistemológico e filosófico. Santana (2001) problematiza a discussão em torno do termo da seguinte forma:

Na discussão ética, a negação assume o caráter de inabilidade. Jornalistas deveriam ser objetivos, mas (muitos) não conseguem ou por deliberada postura aética, ou por desconhecimento dos requisitos mínimos para o cumprimento do dever jornalístico.

Na discussão ideológica, tomando ideologia como autoengano ou alienação, a negação assume o caráter de inconsciência. A *Objetividade* não é possível por causa de evitáveis injunções ideológicas, reflexo de posições de classe invisíveis aos seus integrantes. Jornalistas ou jornais estariam presos, portanto à estrutura do poder, de que seriam apenas representantes. Do contrário, num processo de autoconsciência estariam livres para emancipação? O problema de teses como essa é muitas vezes localizar na opinião o posicionamento ideológico, deixando a “informação” como o campo neutro.

Na discussão epistemológica, os jornalistas são marcados pela impropriedade da consideração neste campo profissional. Negando ao jornalismo a cientificidade, ou um dos seus aparatos, como formação intelectual, disciplina acadêmica ou rigor metodológico, reserva-se a consideração do ser-objeto a lotes impenetráveis para os jornalistas.

Uma postura mais filosófica alega incapacidade. Ser objetivo só poderá ser, portanto consideração em tese: uma vez que a realidade humana não a permite, já que necessariamente estamos envolvidos em crenças, hábitos, ou distantes do real-em-si. A *Objetividade*, o abandono completo e definitivo, da interferência ou inferência subjetiva, não é possível para o jornalista pelo simples fato de ele próprio ser... um homem, que vive numa realidade que sempre será construída (SANTANA, 2001, p. 51-52).

As quatro discussões identificadas por Santana (2001, p. 52) não esgotam os limites dos pressupostos de *Objetividade*. Contudo, o conceito estabelece contornos dentro do campo jornalístico. O autor considera que a questão dos referenciais objetivos goza de um *status quo* “insuperável” e até “vicioso”.

Para Santana (*ibidem*), a discussão dos pressupostos de *Objetividade* circunda frequentemente as mesmas argumentações. No plano ético (1), ideológico (2), epistemológico (3) e filosófico (4), respectivamente, ocorre de tal forma:

- 1 – “Há *Objetividade*”, “mas os jornalistas, que deveriam, não a praticam” [antiéticos]
- 2 – “Há *Objetividade*”, “mas os jornalistas, inconscientes, não a alcançam” [inaptos]
- 3 – “Há *Objetividade*”, “mas não são os jornalistas que podem praticá-la” [inviável]
- 4 – “Há *Objetividade*”, “mas não ao alcance do homem e do jornalista” [utopia] (*Ibidem*).

Santana afirma que as quatro argumentações negam a *Objetividade*, mas não conseguem vencer a circularidade, típica das melhores discussões. O autor considera que é melhor esquecer as intrigas, pois remetem ao paradoxo do jornalista ter que se convencer do que não existe de fato (*Objetividade*), além de trabalhar em prol desse paradigma. (*Ibidem*).

Ressalta-se que os jornalistas não aceitam a premissa epistemológica da adoção dos critérios de *Objetividade*:

A ideologia jornalística defende uma relação epistemológica com a realidade que impede quaisquer transgressões de uma fronteira indubitável entre realidade e ficção, havendo sanções graves impostas pela comunidade profissional a qualquer membro que viola essa fronteira. (TRAQUINA, 2001, p. 66).

O que é um paradoxo: essas “crenças pessoais como códigos profissionais” (Idem). E também um fato inviável, pois se “há *Objetividade*”, “não são os jornalistas que podem praticá-la”, apesar de puxarem para si tal atribuição de cientificidade ao discurso e método jornalístico de comprovação da verdade (apuração dos fatos).

A Cultura Profissional como zona obscura no Jornalismo

Há certa ênfase da *Teoria Interacionista* em estudar os agentes sociais em Molo-tch e Lester (*News Promoters, New Assemblers e News Consumers*) e as codificações de preceitos intraorganizacionais (*Manuais de Redação e Estilo, linha editorial*), mas não existe a mesma preocupação com interações extraorganizacionais, aquelas pulverizadas na amplitude do termo: cultural profissional, muito utilizado para apontar um lócus, mas não para nominar os elementos compartilhados nesse contexto, como os prêmios. Traquina (2001, p. 112) entende que, para os teóricos interacionistas, o acesso dos promotores aos meios de comunicação configuraria um contexto de economia política da sociedade, o que incorreria em uma das questões do *Terceiro Setor*, a julgar pelo fato de que: “os movimentos sociais com poucos recursos têm dificuldades em ver os seus acontecimentos transformados em notícia. Se pretendem jogar no tabuleiro do xadrez jornalístico, precisam ajustar o seu modo de interação organizacional aos modos das organizações estabelecidas”, pela tribo dos profissionais da notícia.

Essa expressão “cultura profissional”, mais do que um conceito em Schudson, talvez seja a caixa de pandora ou um termo guarda-chuva onde se jogam todas as coisas que saíam do foco da *Sociologia dos Emissores (Newsmaking)*. A cultura meritocrática premiativa é um sistema de normatividade extraorganizacional com vistas ao acesso à cultura profissional jornalística. Nesta investida, os preceitos do *profissionalismo* foram desenvolvidos a partir de modelos jornalísticos e das demandas dos *definidores primários* (assessorias). Existe a intenção de se ter controle da base cognitiva do profissional em Jornalismo através dessa normatividade dos prêmios a ser compartilhada na *cultura profissional* pelos premiadores, premiados (vencedores dos certames) e, inclusive, pelos premiáveis (inscritos e concorrentes dos certames). Nesta corrida pelo mérito, os jornalistas buscam a distinção e as organizações as práticas exemplares. O intuito de protocolar como exemplar dada prática é tão grande que, uma vez que haja vencedores e algum concorrente não tenha condições de vencer, há a modalidade de mérito chamada menção honrosa.

Na mira dos prêmios: a cosmovisão dos jornalistas nas rotinas cognitivas

A própria organização da informação jornalística obedece a uma condição de cognição e conhecimento, vide as matérias por seções previamente estabelecidas: como internacional, política, esporte etc. (Hall *et al.*, 1993, p. 224).

Sousa (2002, p. 40) chama o universo da *cultura profissional* e extraorganizacional de fatores “ecossistêmicos” que levam os jornalistas, submetidos à pressão do tempo e a uma quantidade enorme de informações, a construírem *rotinas cognitivas* para organizá-las. Assim, para o autor, ao adotar formas rotinizadas e estereotipadas de pensamento, o jornalista tende a fabricar informação padronizada e a “selecionar sempre como tendo valor noticioso o mesmo tipo de acontecimentos”. Ele conclui que, embora mescladas a outras forças, as notícias sempre têm algo da ação pessoal de quem as produz³.

Traquina (1993) trabalha a questão dos *limites cognitivos* em relação aos jornalistas diante do excesso de acontecimentos, quando as redações de grande porte recebem diariamente material suficiente para fechar diversas edições ao longo da semana e não um montante para apenas um dia. O autor fala dos *limites cognitivos* em vista dos critérios dos jornalistas na avaliação das fontes, além da dependência dos profissionais a esses fornecedores de matéria-prima. Metaforicamente, podemos entender que: dentro da *Fábrica de Notícias*, a manufatura da notícia fosse dependente de matéria-prima pré-trabalhada pelos fornecedores, canais de rotina. Neste sentido, Traquina desenvolve que o próprio saber profissional se vincula também à capacidade de conhecer formas rotineiras de processar diferentes tipos de informação e adequá-los a determinados padrões cognitivos, tais como: o uso dos exemplos didáticos e comparativos com “a cratera era do tamanho de 7 campos de futebol”, “o dinheiro desperdiçado equivale a 300 carros populares”, “o vilão da cesta básica em relação à inflação do mês é o tomate”, “o dinheiro apreendido equivale a 200 salários mínimos”, “apagão dos aeroportos”, “apagão da energia”, “índices reajustados pelo leão da inflação”. Sabe-se que, Traquina (2001, p. 112-113) vê o polo político e o econômico da *Teoria da Notícia*. As fontes provêm, sobretudo, da estrutura do poder estabelecido e, por isso, as notícias tendem a apoiar o status quo. E elas agem de forma indireta com dispositivos diluídos no que se convencionou chamar de *cultura profissional*. Esses organismos não relatados nas instâncias de produção de Molotch e Lester (*News Promoters, News Assemblers e News Consumers*), com relação a prêmios, é o que chamamos de cultura meritocrática premiativa, como elementos da *cultura profissional* jornalística. Em momento algum propomos uma pretensa “teoria premiativa da mídia”.

Prêmio Esso e a cultura meritocrática premiativa

O *Prêmio Esso*, por mais que postule os preceitos do *Jornalismo Informativo* (anulação do sujeito: isenção, impessoalidade e imparcialidade), além de evitar entrar na

3 A teoria do *gatekeepers* pode até ser insuficiente como explicação definitiva do papel individual do jornalista, mas é muito operacional com relação ao entendimento das fontes no processo de produção da notícia. A expansão das perspectivas estruturalista, construcionista e etnoconstrucionista (ou interacionista) levam em conta essas partes que são válidas para o conhecimento e as que são superadas. A própria designação etnoconstrucionista enfatiza que ela valida muito do postulado construcionista. Alguns autores adotam o nome interacionista, somente. Para Traquina (2001, p. 77), “o resultado de processos de interação social têm lugar dentro da empresa jornalística”.

questão da ideologia, acaba esbarrando nesta categoria. É desta forma que o próprio *Prêmio Esso*, em sua gênese, nos anos 1950, não via o jornalista como um “*office boy*” (MEDINA, 1982, p. 156) ou “pombo-correio da notícia” (PENA, 2006, p. 41): na entrega de um pacote lacrado e isolado, sortido de informações, para o leitor consumir. Entretanto, sabe-se que era importante defender esse discurso de autoridade para legitimação da profissão.

É sobre este ponto de contato que o artigo trabalha o *Prêmio Esso* e seus pontos de contato com a *Teoria da Notícia*, principalmente no tocante à *Teoria do Espelho*. Sobre este fato, cita-se a preocupação de teóricos:

O ethos dominante, os valores e as normas identificadas com um papel de árbitro, os procedimentos identificados com o profissionalismo, fazem com que dificilmente os membros da tribo jornalística aceitem qualquer ataque à teoria do espelho. A legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão assentes na crença social que as notícias refletem a realidade, que os jornalistas são imparciais devido ao respeito às normas profissionais, e pelo trabalho de recolher a informação e relatar os fatos, sendo simples mediadores que reproduzem o acontecimento na notícia” (TRAQUINA, 2003: 67-68).

A *Teoria do Espelho* é determinista, tributária do positivismo, e referenda a *Objetividade* jornalística. Tem como pressuposto o fato de que o jornalista realmente não participa do processo de produção da notícia, o que historicamente até se justifica numa tentativa de autoafirmação do status de verdade da narrativa e da informação jornalística, do profissionalismo e dos mecanismos de apuração. Entretanto, Barros Filho (1995, p. 23) considera-a uma estratégia de legitimação de um tipo de produto dentro de um campo jornalístico em formação: de um lado, o jornalismo do passado (sensacionalista, marrom, panfletário); de outro, o jornalismo moderno (isento, imparcial, impessoal, objetivo).

As técnicas jornalísticas que configuraram a cientificidade, profissionalismo e a credibilidade do texto jornalístico, desde a instauração do modelo de *Jornalismo Informativo*, até hoje, são as mesmas (*lead*, *copy desk*, *pirâmide invertida*) e ainda circundam o cotidiano dos profissionais. Contudo, sabe-se que essa concepção não é definitiva e que, sim, o jornalista se relaciona com o social.

Até mesmo, no início do *Prêmio Esso*, nos anos 50, já havia um esforço nos regulamentos para reconhecer atributos subjetivos:

É interessante notar que a reportagem mantém um estatuto diferenciado dentro do concurso jornalístico. Enquanto os julgadores conferem o Prêmio Esso de Jornalismo ao trabalho de melhor qualidade dentre todos os inscritos, o Esso de Reportagem transforma-se em uma categoria que representa, de certa forma, a essência da atividade jornalística. A leitura do (...) do regulamento do concurso demonstra como os valores construídos em torno da ideia do repór-

ter como aquele que descobre as novidades e denuncia as mazelas escondidas da sociedade são reconhecidos pelo campo e contribuem para a formação de uma certa identidade profissional. Descreve o documento que o Prêmio Esso de Reportagem “será conferido, preferencialmente, ao trabalho em que ficar evidenciado o esforço acima do comum por parte do repórter ou de equipe de jornalistas para obtenção das informações utilizadas na matéria”. O regulamento atual acrescenta que o objetivo é reconhecer a “coragem, determinação, perseverança, senso de oportunidade e isenção”, dentre outras virtudes pessoais e profissionais do repórter. (CASTILHO, 2009, p. 7)

Tais critérios não se afastam muito dos pressupostos que orientavam a atuação da imprensa ainda na virada do século XIX para o século XX, sobretudo no Rio de Janeiro. Atributos como “coragem”, “capacidade”, e “competência” do repórter remontam a postura combativa assumida por muitos diários a partir da Proclamação da República. Essa autoimagem construída sobre a profissão constitui uma marca de autoridade fundamental do campo jornalístico (Idem). As estratégias de distinção e de certificação de mérito do *Prêmio Esso* estão ligadas a estes valores, tendo em vista a análise e o reconhecimento por pares dentro do grupo de jornalistas tidos como “profissionais”, como forma de legitimação da própria atividade. Castilho (2010) retoma inúmeros jornalistas famosos que fizeram parte dos juris:

Nos primeiros anos, a comissão era formada por profissionais que detinham forte capital específico e institucional na imprensa brasileira nos anos 1950 e início dos anos 1960 – emblemático nesse sentido foi a participação de Herbert Moses, presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), na comissão julgadora de 1956 a 1961. Outros nomes importantes do jornalismo, particularmente no Rio de Janeiro, também fizeram parte dessas comissões nos anos 1950: Danton Jobim (1956), Pompeu de Souza (1957) e Luiz Paulistano (1959 e 1960), todos do Diário Carioca, Otto Lara Rezende (1956 e 1957) e Carlos Castello Branco (1958), ambos da revista Manchete, Antônio Callado (1956 e 1957), do Correio da Manhã, e Odylo Costa Filho (1959, 1960, 1962 e 1963), do Jornal do Brasil e da Associação Brasileira de Relações Públicas.

A partir dos anos 1960, constam na lista de julgadores jornalistas que começaram a adquirir *status* na carreira ao conquistar, eles próprios, o Esso: João Máximo (premiado na categoria principal em 1967 e jurado em 1971); Perseu Abramo (premiado na categoria regional em 1961 e jurado em 1962); o fotógrafo Alberto Ferreira (premiado em 1963 e jurado em 1964); Tácito Lopes Costa (destaque especial em 1962 e jurado em 1964); Mino Carta (premiado na categoria regional em 1964 e jurado em 1967) e Luiz Orlando Carneiro (premiado na categoria Equipe em 1965 e jurado em 1971, 1974 e 1975) (CASTILHO, 2009, p. 4).

O *Prêmio Esso* instaura a cultura meritocrática premiativa na cultura profissional jornalística ao certificar práticas ditas “exemplares” dentro de um protocolo de valores e procedimentos pertencentes a dado modelo jornalístico. Este tipo de distinção faz emergir no grupo profissional um extrato de trabalhadores que possuem um status reconhecido pela elite da profissão (os pares, profissionais no topo da carreira, notório saber).

O *Prêmio Esso* é o marco inaugural dos prêmios em Jornalismo, no Brasil, mas, em cinco décadas de existência, outras premiações foram criadas e outros modelos jornalísticos também foram fomentados. Na seção, a seguir, a abordagem é sobre os prêmios que valorizam a subjetividade e flexibilizam o determinismo da *Objetividade*, com a anulação do sujeito (isenção, impessoalidade e imparcialidade).

Prêmios e o fomento de modelos jornalísticos

A instauração de cada modelo de Jornalismo, no Brasil, está diretamente ligada criação de um prêmio fomentador deste conjunto de saberes e fazeres:

Prêmio Esso como marco do *Jornalismo Informativo* em 1955;

Prêmio Aberje com a lógica de *Jornalismo Empresarial e Comunicação Empresarial*⁴ que depois seria revista como *Jornalismo Institucional* em 1974;

Prêmio José Reis de Ciência e Tecnologia quanto ao modelo de *Jornalismo Científico* em 1980;

Prêmio CNH de Jornalismo Econômico em 1993, dentre modalidades mais específicas.

Com a emergência da questão dos direitos humanos e do modelo de *Jornalismo Público*, nos anos 90, surgem os prêmios com enfoque na cidadania:

Prêmio Ayrton Senna, por exemplo, configura um dos pioneiros relativos ao *Terceiro Setor*, em 1997;

Prêmio Jornalista Amigo da Criança, na questão da criança e do adolescente, em 1996;

Troféu Mulher Imprensa sobre direitos relativos ao gênero, em 2003.

A expansão do cenário instaurado pelo *Prêmio Esso* (nos anos 50) é percebida também nos valores distribuídos aos vencedores das premiações. Em 2012, o *Prêmio BNB de Jornalismo em Desenvolvimento* foi o que mais investiu neste tipo de estratégia: R\$ 171 mil, seguido de *Prêmio Embratel* (R\$ 166 mil), *Prêmio Esso* (R\$ 92 mil), *Prêmio*

4 Em Cândido Teobaldo de Souza Andrade (Relações Públicas) e Francisco Gaudêncio Torquato do Rego (*Jornalismo Empresarial e Comunicação Empresarial*).

Allianz Seguros (R\$ 90 mil), *Prêmio Itaú de Finanças Sustentáveis* (R\$ 80 mil), *Prêmio Estácio* (R\$ 68 mil), *Concurso Tim Lopes de Jornalismo Investigativo* (R\$ 65 mil). O *Prêmio Esso*, apesar de ser o mais tradicional e conhecido na imprensa brasileira, investiu quase metade do valor de outra organização (DIAS, 2013).

Há uma diversificação das premiações, não sendo todas em dinheiro. Apenas metade dos prêmios costuma ter recompensas em dinheiro (53%), seguidos dos que trabalham com honorárias simbólicas (33%), bolsas subsídio (2%), vale-compras (2%). As ferramentas de trabalho estão inclusivas nas honorárias simbólicas (Idem).

Percebe-se também o aumento de prêmios para jornalistas profissionais com categorias para estudantes, além dos exclusivamente estudantis. Alguns nomes que podem ser citados: *Prêmio Esso*, *Prêmio Internet Segura*, *Prêmio AGERGS/ Banrisul*, *Prêmio BNB*, *Prêmio Gandhi de Comunicação*, *Concurso Tim Lopes Jornalismo Investigativo*, *Prêmio CBN de Jornalismo Universitário* e *Prêmio Jovem Fernando Pacheco Jordão* (Idem).

As formas de adesão aos prêmios também mudaram, sendo por indicação; monitoramento; e por candidatura. Os prêmios que trabalham com indicação costumam ter uma rede de associados ou um colégio de responsáveis que elencam premiáveis (trabalho, profissional ou empresa). Essa modalidade trabalha também com votação frente a uma lista de indicados a ser compartilhada entre os membros do grupo de referência. Os que trabalham com monitoramento investigam uma rotina ou noticiário na busca de um perfil. Costumam ser os que têm os critérios de seleção com menor transparência, pois não são revelados e nem mesmo há uma comissão formal e pública que julga os premiáveis. É de caráter bem institucional. Já a grande maioria trabalha com adesão por candidatura: mediante o lançamento de um regulamento normatizando o processo de premiação fazem as chamadas para inscrições e candidaturas (DIAS, 2013). O objeto de premiação não é mais somente a matéria jornalística, mas também a personificação do jornalista exemplar e da empresa fomentadora deste exemplo. As três categorias são objetos de mérito: a matéria, o jornalista e a empresa jornalística.

Os prêmios mais antigos e marcados pela ênfase na adoção dos critérios de *Objetividade* tendem a ter como premissa a questão da anulação do sujeito. Sendo assim, premiam apenas as matérias. Já os prêmios que flexibilizam a isenção, imparcialidade e, principalmente, a impessoalidade em favor da atuação social, tendem a também premiar os próprios jornalistas e as empresas nas quais trabalham, até mesmo por os verem como sujeitos de direito (*Democracia Participativa*).

Atualmente, o *Prêmio Esso* ainda valoriza a perspectiva do *cão de guarda* (*Democracia Representativa*), mas se abriu para práticas em jornalismo imbuídas na questão da responsabilidade social. Nesse sentido, o *Jornalismo Público* também explica a premiação ao levar em conta a ressignificação do sujeito (atuação social) dentro da função democrática a qual essa tipologia dá ênfase (democracia participativa: jornalista responsável social pelas demandas de cidadania).

A abordagem trata das grifes instituídas com a cultura meritocrática premiativa para retomar a questão do sujeito mais à frente, ao abordar o modelo de *Jornalismo Público* com mais ênfase.

O status de grife de uma nova elite profissional

É importante ressaltar que, a partir dos anos 90, com o neoliberalismo e novos atores sociais como os organismos do *Terceiro Setor*, expandiram e multiplicaram o número de prêmios em Jornalismo no Brasil. Pereira (2005) declara que os prêmios em Jornalismo instauram um tipo de meritocracia, como efeito da premiação a jornalistas. Em sua análise:

Ao mesmo tempo em que esses prêmios são um estímulo para a produção de textos sobre o tema, também são uma forma de dar um certificado de “bom” ou “mau” jornalista, pois atribuem uma espécie de selo e de qualificação ao profissional (ter o título de Jaca é diferenciar-se na redação), contribuindo para a formação das “grifes” de jornalistas. São uma categorização e uma medida de eficiência e eficácia do profissional, mencionado por essas organizações como um divulgador, ou seja, aquele que dissemina as iniciativas que contribuem para a solução de problemas sociais. O termo *divulgador* é recorrente nos comunicados das organizações citadas [ANDI e Instituto Ayrton Senna]. Às vezes, o jornalista também é tratado pelo termo *fonte disseminadora*, o que provoca certo deslocamento de papéis: posiciona-se a fonte como “repórter” e o jornalista como “fonte”. (PEREIRA, 2005, p. 5)

Os prêmios, oriundos do *Terceiro Setor*, tentam criar campanhas humanitárias que perpassam o Jornalismo com base nas causas que cada organização defende. Andrade (2001) entende a campanha humanitária como um tipo de “cruzada moral”, na qual profissionais de reconhecimento e prestígio social “se transformam em verdadeiras grifes”. Para o autor,

As cruzadas morais, ao se revestirem de um espírito humanitário, esperam que as normas defendidas por elas sejam seguidas, pois elas buscam promover o bem daqueles que são objeto da atenção de seus cruzados. Além do mais, a legitimidade dos agentes de uma cruzada está associada à sua posição moral (uma vez que agem em nome do bem) e à sua posição superior na hierarquia social. São aspectos importantes também que os cruzados se interessam menos pelos meios que pelos fins e que as cruzadas morais podem angariar adesão de interesseiros em busca de vantagens (ANDRADE, 2001, p. 28).

Freitas (2004) estuda a crescente associação entre setores empresariais, *Organizações Não Governamentais* e governamentais cuja ação vincula-se à defesa dos direitos da

criança e do adolescente. Para a autora, as “cruzadas morais” identificadas por Andrade (2001) assumem formas distintas e agregam setores conforme alcem suas bandeiras em favor do bem. Em sua análise:

Tais associações ganham maior visibilidade particularmente quando empresas do setor midiático compõem a cruzada moral. Esta tem sido a estratégia atualmente buscada por ONG’s, organizações multilaterais e governos para ampliar o raio de difusão e penetração de diversas campanhas, muitas delas denominadas de “interesse público”. Por outro lado, a mídia (empresa e profissionais) encontra interesses em participar nessas campanhas.

Assim, ao mesmo tempo em que a veiculação de temas e campanhas humanitárias facilita o fluxo de notícias ao público leitor divulgando a causa, reforça a credibilidade do veículo e de seus profissionais. Portanto, os idealizadores e adeptos das campanhas (individuais e institucionais), os próprios ideais e símbolos das campanhas e empresários e profissionais da mídia saem fortalecidos (FREITAS, 2004, p. 112).

Andrade (2001, p.138) afirma que há a instituição de uma grife com a titulação feita pelos prêmios⁵. Segundo o autor, o profissional conquista espaço e prestígio no mercado profissional, advindo não apenas de sua remuneração, mas do valor simbólico associado a seu nome, ou seja, uma “matéria sobre determinado tema ganha destaque quando publicada sob a grife de jornalista de renome”.

No plano institucional das ONG’s [o uso de grifes de Direitos Humanos] ocorre de modo similar ao plano dos profissionais em jornalismo. Na década de 1990 foram criadas instituições (ONG’s) por personalidades de prestígio, como atletas profissionais (Ayrton Senna, Raí, Guga) ou empresários e profissionais de outros setores, como Oded Grajew (Abrinq, Ethos e assessoria do Governo Federal em 2003), Gilberto Dimenstein (ANDI, Projeto Aprendiz e Folha de S.Paulo), ou por instituições do setor econômico/financeiro que emprestaram seu prestígio criando fundações ou institutos (Banco Itaú, Unibanco, Monsanto, Telesp Celular e outros). Tais instituições ganharam prestígio com ações sociais humanitárias, associando-se a ONG’s e aos organismos internacionais (Unicef, Unesco, OIT, e outros) que, por sua vez, ampliaram o prestígio daqueles que a constituíram ou que lá ocuparam cargos (FREITAS, 2004, p. 114-115)

As grifes jornalísticas se organizam em torno de um olimpo de saberes, fazeres, ethos e procedimentos tidos como exemplares dentro do escopo de um prêmio. Pelo jornalista ser defensor dos direitos humanos, os prêmios que evocam a cidadania têm

5 A instituição de grife, tida pelo autor, é no campo da Comunicação, especificamente no Jornalismo. A sua tese foi produzida pela área de conhecimento da Psicologia Social, mas versando sobre a questão da ideologia e estigmatização da prostituição infanto-juvenil na mídia.

tido muito êxito em fazer uso do modelo de *Jornalismo Público* para disseminar valores organizacionais a serem compartilhados na cultura profissional jornalística.

O Jornalismo Público como modelo fomentador do sujeito

O *Jornalismo Público* não chega a ser antagônico ao *Jornalismo Informativo* na questão dos pontos de contato com a *Teoria da Notícia*, pois também referenda a adoção dos critérios de *Objetividade*, divergindo apenas quanto à questão do sujeito (isenção x atuação), valores-notícia (ou valores-serviço⁶) e fluxo de agendamento (contra-agendamento e coagendamento)⁷. Desta forma, utilizando os mesmo princípios de estruturação e produção da notícia, incorre também em controle do seu trabalho (Breed) nas rotinas produtivas (Tuchman), a questão da ação pessoal e seleção de notícias (Lewin) por um filtro (White, Senra), o profissionalismo (Soloski), sofrimento com a pressão do tempo (Schlesinger), relacionamento entre fontes e os jornalistas (Molotch e Lester), além de questões relativas à visão de mundo e à cultura profissional (Schudson, Hall *et al.*). O grande contraste entre *Jornalismo Informativo* e *Jornalismo Público* é a concepção burguesa mercantil (a partir do cão de guarda das instituições na *democracia representativa*) e a concepção social cidadã (a partir do Jornalismo como instrumento de cidadania na *democracia participativa*). Resumidamente, o *Jornalismo Público* está situado dentro das teorias construcionistas da notícia (TRAQUINA, 1999; SOUSA, 2002), num contexto sensível de construção social da realidade.

O modelo de *Jornalismo Informativo*, dos critérios de *Objetividade*, posicionava o Jornalismo como *Quarto Poder*, o *Cão de Guarda* vigia da *democracia representativa*. A partir da adoção dessa perspectiva, os jornalistas passaram a estar em estado permanente de alerta e crítica às instituições públicas. Uma ideia quase militante de oposicionismo. A postura jornalística de contestação e contra-argumentação do

Quarto Poder se tornou central. Com isso, o noticiário perdeu abertura para outros temas relevantes da vida democrática, tornando em si apenas uma lógica de mercado como citado por Joseph Pulitzer nos seguintes termos: “com o tempo, uma imprensa cínic, mercenária, demagógica e corrupta formará um público tão vil como ela mesma”. O modelo de *Jornalismo Público* recupera o aspecto positivo e construtivo da notícia, deslocando o Jornalismo para a arbitragem da fiscalização do cidadão em relação ao Estado e da prestação de contas deste ao cidadão.

Silva (2004) considera o modelo de *Jornalismo Público* vocacionado para a mudança para o qual a notícia e as informações que lhes são acrescidas são constitutivas de uma práxis. E considera que os temas cívicos necessitam ser compartilhados simbolicamente no *Espaço Público*. Neste sentido, o autor retrata os principais objetivos de iniciativa de ação social relativos ao agendamento de notícias na mídia:

6 Oliveira (2008).

7 Silvan (2004).

É preciso destacar que, em geral, grandes “ações sociais” demandam, para além do agendamento das estratégias nos planos das políticas sociais e das políticas públicas, um agendamento específico com relação à mídia, de forma a se obter junto à mesma três tipos de respostas:

- a publicação de notícias;
- a publicação de notícias, acrescidas de serviços: informações de utilidade pública e instruções quanto a procedimentos a serem adotados pelos públicos;
- o estabelecimento de parcerias com a mídia, o que, por vezes, implica em alguma coisa a mais do que a simples sensibilização (SILVA, 2007).

Tal fato vai de encontro ao que Peruzzo (2003) considera ser o acesso do cidadão ao *Espaço Público* e à participação nas instâncias de produção de conteúdos informativos e noticiosos. Em sua análise:

A questão da liberdade de acesso aos meios de comunicação não se refere apenas ao alcance dos meios a que o cidadão tem direito – o que quer dizer poder receber as mensagens transmitidas pela mídia, mas também à sua participação ativa como sujeito em todas as fases do processo de comunicação (PERUZZO, 2003, p. 251).

A grande assertiva do *Jornalismo Público* está no fato, como exposto em Peruzzo (2003), do conceito de *democracia participativa* ser estendido também ao processo de comunicação, para além da luta política. O que é o interesse da pesquisa e também o grande cuidado quando consideramos pouco produtivo entrar em questões de ideologia e lutas de classe. Ora, os dois modelos abordados, *Jornalismo Informativo* e *Jornalismo Público*, são imersos em lutas, convicções e simbolismos ideológicos. Para Silva (2012), no Brasil, a forma de *Jornalismo Público* que possivelmente mais prosperou foi essa que resulta de parcerias informais entre ONGs e redações.

Conclusão

Neste artigo, trata-se da cultura meritocrática premiativa como um elemento pouco estudado na ciência em Comunicação: Cassol (1997), Santos (2004), Magno (2006), Passos (2007), Carvalho (2007), Mora (2008), Dias (2008), Gonçalves (2010) Castilho (2010) e Dias (2013). No Brasil. Alguns autores têm se dedicado ao assunto tentando desvendar e identificar atores e elementos constituintes da *cultura profissional*. De imediato, a contribuição ficam em torno dos *promotores da notícia* ou *definidores primários* sobre este esforço de prescrição de um novo padrão de conduta e normas de comportamentos, além da identificação de um sistema paralelo e extraorganizacional de recompensa profissional. Caso o leitor se interesse por mais informações, além dessas

pesquisas na ciência, existe, inclusive, um *Centro de Memória dos Prêmios de Jornalismo do Brasil* (apoiado por Shell, Gerdau, Ambev, Embraer; e criado em 2011), que faz o *Ranking Jornalistas & Cia*, com base em quase 70 prêmios em Jornalismo, nacionais e estrangeiros. Por hora, neste formato artigo, prezamos pela circulação deste conhecimento em bases indexadas e em periódicos científicos fazendo circular na comunidade científica esses novos aspectos e desdobramentos dos estudos em Jornalismo e Comunicação.

Referências bibliográficas

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na comunicação**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

BREED, W. Controle social na redação. Uma análise funcional. p. 152-156. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993

CASSOL, Ivone. **Prêmio Esso e as transformações da reportagem**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação), PUC/RS. 1997

CASTILHO, Marcio. “Um patrimônio dos próprios jornais” – as escolhas do campo jornalístico sob a ótica do Prêmio Esso. In: **VII Encontro Nacional de História da Mídia**, 2009, Fortaleza. VII Encontro Nacional de História da Mídia, 2009.

_____. **A presença da Esso na imprensa brasileira. Rumores – Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias**. Vol. 2, N. 1 (2008). Edição 3. Julho-Dezembro de 2008

DIAS, Robson. **Prêmios em Jornalismo: Paradigmas em transição**. (Tese, Doutorado em Comunicação), UnB. 2013

HALL, Stuart, CHRITCHER, Chas, JEFFERSON, Tony *et al.* A produção social das notícias: o “mugging” nos media. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa, Vega, 1993

MAGNO, Ana. **A agonia da reportagem: das grandes aventuras da imprensa brasileira à crise do mais fascinante dos gêneros jornalísticos: uma análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso de Jornalismo**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação, UnB). 2006

MOLOTCH, Harvey e LESTER Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico dos acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: Questões, teorias, estórias**. Lisboa (Portugal) Vega. p. 34-53.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico**. Comunicação apresentada no Congresso da IAMCR. Porto Alegre, 2004.

OLIVEIRA, Daniel. **Jornalismo para além do valor-notícia: o valorconvergente como modelo para selecionar e inserir temas sociais na mídia**. (Dissertação, Mestrado em Comunicação), UnB. 2008

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

SILVA, Luiz Martins. Sociedade, esfera pública e agendamento. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia. (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

_____. Luiz. **Jornalismo Público**. O papel preventivo da imprensa. Observatório da Imprensa. Ano 17 - nº 731. Edição 687. Sexta-feira, 01 de Fevereiro de 2013. ISSN 1519-7670

SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa, Vega, 1993.

TRAQUINA, Nelson (org.). **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2001.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa, Vega, 1993, p. 74-90.

WHITE, D. M. O *gatekeeper*: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1993. p. 142-151.

Notícias no banco dos réus: liberdade de imprensa como objeto de disputa judicial¹

Alexandre Veiga²

Resumo: O artigo relata o projeto de pesquisa apresentado ao Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que pretende analisar os processos judiciais instruídos junto ao Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, relacionados aos chamados crimes de imprensa. Discorre sobre as características desses processos, bem como relaciona as circunstâncias dessa temática na contemporaneidade, discutindo aspectos como o conflito entre os direitos de informação e a garantia de privacidade, e sobre o acesso à informação judicial como fonte de conhecimento social. Examina também outras características desse tema, levantando aspectos relevantes para a configuração dos debates sobre o assunto, cada vez mais presente em nossa sociedade.

Palavras-chave: Historiografia da mídia, liberdade de informação, mídia e justiça

Notícias no banco dos réus

Este artigo relata o início de Pesquisa, em nível de doutoramento, que pretende mapear e analisar os processos judiciais relacionados aos chamados “crimes de imprensa”, que se constituem das ações cujo objeto são os litígios causados por informações veiculadas nos meios de comunicação (rádio, televisão, jornais impressos), e que foram consideradas ofensivas à honra ou à dignidade dos propositores da ação. Tais episódios, julgados pelo Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, constituem-se em fonte robusta para a compreensão do fenômeno midiático não só cada vez mais presente em nossos dias, mas que possui um longo histórico de conflitos e divergências, muitas delas resolvidas de modo violento, enquanto outras, mediadas pelo Judiciário.

Nesses processos, estão relatados episódios como o ocorrido em 1963, quando a edição do dia 23 de outubro daquele ano, do jornal Última Hora, estampou na sua manchete de capa uma denúncia contra o Chefe de Polícia do Estado do Rio Grande do

1 Trabalho a ser apresentado no GT Historiografia da Mídia.

2 Historiador e arquivista, Mestre em Comunicação e Informação e Doutorando do Programa de Pós-graduação em História, todos pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, é servidor técnico-científico do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. E-mail: <aleveiga@cpovo.net>.

Sul. Conhecido por seus métodos truculentos e sua aversão aos políticos de esquerda, dizia o jornal que este agente da lei estaria envolvido em um caso de espionagem internacional.

De acordo com a notícia, o policial teria repassado para agentes da Central Americana de Inteligência – a CIA – fichas do Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), contendo registros de ativistas de organizações sociais brasileiras, pertencentes a partidos políticos proscritos ou militantes de centrais sindicais. O alvoroço foi enorme, chamando a atenção não apenas para o episódio em si, mas porque fornecia uma comprovação contundente daquilo que depois se confirmou, sobre o envolvimento do governo americano no golpe perpetrado contra o Presidente João Goulart.

O evento, que poderia ter desdobramentos mais sérios, acabou sendo tratado pelo Poder Judiciário, chamado a decidir sobre os fatos, como mais um episódio corriqueiro. Acionada pelo acusado, a Justiça analisou os argumentos apresentados e, por força de diversos adiamentos, acabou encerrando o caso sem nenhuma decisão proferida, em que pese ter apresentado aspectos importantes para o debate sobre a importância da liberdade de imprensa, seus limites e abrangência. Um episódio que continha elementos de alta combustão política, recebeu, do ponto de vista dos procedimentos jurídicos adotados, o mesmo tratamento que centenas de outros analisados pela Justiça gaúcha.

Este caso, como vários outros registrados ao longo dos anos, chama a atenção para uma questão importante. É corrente, na literatura que trata do tema, a importância da liberdade de expressão para a consolidação de um regime democrático³. De modo geral, esse direito é sempre evocado principalmente pela mídia – rádio, televisão, o jornalismo impresso – por serem estes os principais meios de divulgação das informações de interesse coletivo. Embora a liberdade de expressão seja muito mais ampla, sendo um direito garantido a todos, a ação da censura impactou, de modo decisivo, a atividade jornalística.

Nos casos em que há questionamentos sobre os limites dessa liberdade, a divulgação de notícias por meio da mídia torna-se questão discutida na Justiça. Nesses processos, eventos de significativa importância social acabam sendo mediados pelo Judiciário, que vai examinar os argumentos das partes. Tal tipo de questão não se constitui em novidade no panorama jurídico, de modo geral, mas também não se trata de algo corriqueiro, que faça parte, por assim dizer, do dia a dia do sistema judicial.

As ações envolvendo crimes de imprensa, em sua maioria, tornam-se rumorosos, com grande repercussão midiática, e justamente em função disso – embora nem sempre – acabam sendo questionados nas barras dos Tribunais. Nesses casos, muito mais do que as questões envolvendo disputas particulares, o que deveria importar seriam

3 Esse tema está presente, por exemplo, nos seguintes livros: GARDNER, M. A Luta pela Liberdade de Imprensa; KUSHNIR, B. Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988; PASQUALINI, R. O devido processo legal e a liberdade de imprensa; NOBRE, F. Imprensa e liberdade: Os princípios constitucionais e a nova legislação; ALDÉ, A. A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa, dentre outros.

suas características relevantes, do ponto de vista social, em função dos argumentos das partes.

Essa disputa ainda hoje é comum e, não raro, controversa. Em notícia recente, um episódio envolvendo as novas mídias demonstra sua atualidade:

Após mandar prender o principal executivo do Google no Brasil, o juiz da 35ª Zona Eleitoral de Campo Grande (MS), Flávio Saad Peron, afirmou que “liberdade [de expressão] tem limites”. “Eu sou totalmente favorável à ampla liberdade [de expressão], jamais tenho interesse em cercear. A liberdade é tão importante que é garantida na Constituição, mas ela tem limites, dentro da própria Constituição”, afirmou o magistrado nesta quarta-feira (26).⁴

Outro aspecto desse fenômeno diz respeito às políticas da chamada transparência governamental, que apontam para um maior conhecimento das ações dos governos. No Brasil, a Lei 12.527, denominada “Lei da Transparência”, impõe ao Poder Público a divulgação como norma, tornando o sigilo exceção. Esse princípio decorre da característica do acesso à informação como um direito da cidadania (ALDÉ, 2004; GENTILLI, 2005, BITTAR, 2011). Isso se dá, sobretudo, porque nos últimos anos, com o avanço dos princípios democráticos – eleições livres com disputas eleitorais periódicas, ampliação e envolvimento da cidadania nas ações do governo, liberdade de imprensa – há uma busca do modelo político do “poder visível”, que significa o poder exercido à vista de todos, com pleno acesso aos seus procedimentos, tanto por parte da imprensa, quanto pelos cidadãos preocupados com o bem comum (BOBBIO, 1987, p. 83).

A importância desse acesso tem sido ressaltado ao longo dos anos, não somente em discursos e obras de reflexão, mas também por meio de conjuntos normativos legais. A Suécia, país em que tal liberdade atinge graus elevados, possui uma legislação sobre isso desde o século XVI (MENDEL, 2009, p. 25.). A França revolucionária fez publicar uma lei que garantia, em seus primeiros artigos, o pleno acesso dos cidadãos aos documentos recolhidos aos depósitos públicos, sendo esta prescrição considerada a matriz dos arquivos nacionais, depois estabelecidos em outros países (COMBE, in SALOMON, 2011, p. 20.). E a Constituição americana tratou de incluir o assunto na Primeira Emenda, considerando-a imprescindível numa sociedade democrática (NOBRE, 1988, p. 22).

Por outro lado, observa-se um renitente interesse por eventos relacionados à vida das celebridades, flagradas em momentos íntimos. Essa curiosidade fez aumentar as críticas à violação da privacidade de pessoas públicas, que não conseguem manter um espaço individual, longe dos olhares da chamada imprensa “marrom”, pródiga em divulgar imagens e notícias sem nenhuma outra motivação para isso além da mera curiosidade.

4 Notícia veiculada através do sítio na internet do jornal Folha de São Paulo, a respeito da decisão judicial que determinou a detenção do Diretor do Google no Brasil, por descumprir ordem de suspender vídeos contra políticos em campanha. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/1159913-liberdade-de-expressao-tem-limites-diz-juiz-que-mandou-prender-executivo-do-google.shtml>>. Acesso em 28/09/2012.

No entanto, a divulgação de notícias, informações ou casos bizarros, nos diversos meios de comunicação, volta e meia é contestada pelos envolvidos (SILVEIRA e NUNES, 2000, p. 11). Há inúmeros exemplos dessas disputas sobre fatos que, verdadeiros ou mentirosos, produziram efeitos danosos. A solução desses conflitos, em vários casos, deu-se através de palavras de baixo calão, ou mesmo pela pura e simples violência pessoal⁵.

Mídia, Justiça e processos judiciais

Num outro sentido, vários episódios colocaram em posições antagônicas os meios de comunicação, o poder público e o chamado interesse coletivo nas informações divulgadas. Não foram poucas vezes em que a ação da mídia resultou na desonra pública dos cidadãos citados, em função da exposição pública de que foram vítimas. A falta de controle da imprensa, nesses casos, levou ao debate sobre os limites dessa liberdade de informação, pois como afirma DARNTON, (2010), a mídia, em geral, segue o seguinte lema: “toda notícia que couber, a gente publica” – mesmo que seja uma notícia falsa.

Nesse dilema entre a necessidade de informação e o direito à privacidade, quando a opção para mediar o conflito se dá através da estrutura do Estado, a Justiça torna-se o destino dos litígios, como vimos no episódio inicial, envolvendo o jornal Última Hora. No Brasil, inclusive, essa opção é a mais utilizada pelos que se declaram vítimas da imprensa, pois ao contrário do que acontece em outros países, a mídia brasileira não dá muito espaço para as respostas dos envolvidos (NOBRE, 1987, p. 25). Assim, resta aos ofendidos buscarem, pela via jurídica, a reparação dessas acusações.

A partir do momento em que os processos são instaurados no sistema judicial, com o recebimento da denúncia, ocorrem ações procedimentais visando reunir as provas e os argumentos dos envolvidos, com a função de demonstrar ao magistrado as razões da acusação e da defesa. Tais ações são consubstanciadas através de documentos específicos, que permanecem reunidos, sob a forma de um “dossiê”⁶. Ali também será registrada a manifestação do juiz, proferida na decisão, concluindo o julgamento do feito.

Como resultado desses procedimentos, acabam recolhidos aos arquivos, ao longo dos anos, um conjunto significativo de informações, decorrentes desses embates.

São os chamados “processos judiciais”. Em tais registros, encontram-se os argumentos usados pelas partes, bem como a reflexão dos magistrados. Além disso, devido

5 Segundo o sítio da BBC Brasil, a ONU considerou uma “tendência preocupante” o fato de terem sido mortos quatro profissionais de imprensa no Brasil, em menos de quatro meses. Além desse episódio, o sítio relaciona outros episódios de assassinato de jornalistas em todo o mundo. Embora esses profissionais não tenham sido executados em função de disputas decorrentes de fatos análogos aos que vão ser analisados nesse projeto, o significado desses eventos é o mesmo: tentativas de cercear o trabalho da imprensa. Consulta: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/04/120427_jornalista_onu_rn.shtml>, (03/10/12).

6 Segundo o Dicionário Brasileiro de Terminologia Arquivística, dossiê é uma “Unidade de arquivamento constituída de documentos relacionados entre si por assunto (ação, evento, pessoa, lugar, projeto)”. <<http://www.portalan.arquivonacional.gov.br/Media/Dicion%20Term%20Arquiv.pdf>>. Acesso em 15/09/2012.

a sua configuração, os autos de um processo judicial incorporam outros documentos, tornando-se uma fonte riquíssima de pesquisa (BACELLAR, *in* PINSKY, 2005, p. 37).

O tema que enseja esta proposta é recorrente, e diz respeito, num contexto mais amplo, à liberdade de pensamento, à livre circulação de ideias e de informações, e à amplitude do alcance dos registros efetuados por cidadãos em todo o planeta. Essas questões são debatidas há séculos, pois desde a invenção da imprensa por Gutenberg, no século XV, o tema da liberdade de informação tem sido objeto de disputas (CUN-DARI, 2006, p. 60), tanto através da própria imprensa, espaço de trabalho voltado para essa atividade, como pelos citados meios legais.

Esse é, portanto, um terreno onde continuam brotando conflitos. O crescimento exponencial da potencialidade comunicacional e de circulação de informações e conhecimentos, através da internet, tornou possível superar arraigados modelos de controle da informação, ampliando seu alcance. Tal situação também tem pressionado os poderes públicos por mais transparência, colocada como premissa para uma qualificação democrática da sociedade, no sentido de ampliar a dimensão da cidadania. Por outro lado, há uma percepção de que a sociedade está cada vez mais vigiada, seja por motivos aceitáveis – como conter a criminalidade, por exemplo – seja por razões absolutamente fúteis, conforme mencionado.

Isso significa que a compreensão do tema está longe de ser pacífica. Ao longo dos anos, os embates entre a liberdade de informação e seus limites produziram crises significativas. Ora resolvidos pela força, ora mediados pelos sistemas legais, essa questão propiciou episódios singulares, e não foram poucas as vezes em que se argumentou, por exemplo, que a incapacidade da população em lidar com determinada informação indicaria a necessidade de que esta fosse controlada. Em outros momentos, o sinal foi invertido, e notícias catastróficas, divulgadas de modo irresponsável, produziram malefícios que nem a mais volumosa quantia financeira conseguiu corrigir.

Num outro exemplo dessa disputa, observa-se o uso dos processos judiciais contra a imprensa como instrumento para impedir seu trabalho e calar jornalistas. Por diversas vezes, o Judiciário não só se manifestou contra a liberdade de imprensa, como também impôs valores significativamente altos como pagamento dos danos pretensamente causados pela mídia. Dessa forma, acabou cerceando o trabalho da imprensa, pois o custo das demandas judiciais poderia inviabilizar financeiramente o réu⁷.

Em todas essas situações, equilibram-se forças antagônicas, que buscam discutir os meandros do exercício da liberdade de informação e comunicação. Se, de um lado, a plenitude de acesso ao conteúdo informacional é condição *sine qua non* para a participação dos cidadãos na sociedade (BITTAR, 2011) – vide a amplitude das campanhas

7 No sítio da internet do “Observatório da Imprensa”, que discute questões relacionadas à atuação da mídia, há informações sobre uma “avalanche de ações judiciais contra jornalistas”, que estariam estrangulando financeiramente as agências de notícias. Mais detalhes estão no seguinte endereço, acessado em set/2012: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/avalanche_de_acoes_judiciais_contra_jornalistas>.

políticas e seus desdobramentos na mídia – por outro lado o poder destrutivo de uma notícia equivocada é evidente, como já se pôde discorrer aqui. Isso porque o valor considerado, para determinado tipo de imprensa, é o caráter “mercantil” da notícia (MORAES, 2004), e não seu valor informacional.

Em função disso, como deve se comportar o Poder Judiciário, instância constitucional específica onde devem ser dirimidos os conflitos? Qual a interpretação jurídica que pode atender às ponderações de ambas as partes envolvidas? De que modo se compreende, à luz dos preceitos de cada época, um valor como a liberdade de informação? Será possível obter tal avaliação, sem o risco de se distorcer a compreensão do fenômeno? Essas questões, que estiveram na pauta da sociedade ao longo dos anos, caracterizam o tema de modo amplo, demonstrando sua abrangência. Para compreendê-lo melhor, pretende-se estudar os diferentes entendimentos sobre o significado da liberdade de informação, para o meio jurídico, em função do contexto histórico das disputas judiciais.

Crimes de imprensa

Para responder essas questões, é necessário conhecer com mais propriedade as ações relacionadas aos episódios evidenciados nas diversas mídias (rádio, jornal e televisão), no Estado do Rio Grande do Sul, apresentadas ao Poder Judiciário. Nesses processos, temos casos que seguem um determinado padrão, em função do trabalho dos jornalistas, os quais veiculam acusações infundadas, contra diversos cidadãos. São notícias sobre malversação de recursos públicos, negócios escusos, ou mesmo episódios nebulosos da vida privada dessas pessoas. Alguns deles, depois, acabam desmentidos, mas as consequências já se fizeram sentir.

Há causas, porém, que caracterizam acontecimentos singulares, como o descrito no início do texto. Em outra demanda, também interessante, foram litigantes duas grandes companhias jornalísticas gaúchas, que se enfrentaram nos tribunais, depois de se acusarem publicamente, através de seus veículos. Optando pela via judicial, ambas desconsideraram os argumentos correntemente apresentados sobre a liberdade de expressão, explicitando a diferença de discurso, quando a questão envolveu os próprios veículos de mídia.

Em todos os processos levados à Justiça, há uma robusta produção de argumentos, estruturados em seus conjuntos discursivos que, evidentemente, possuem uma lógica decorrente de diversos fatores, historicamente constituídos. São visões de mundo a serem examinadas à luz das suas perspectivas específicas, e por força disso, constituem um conjunto de análise altamente qualificado. Nesse sentido, deve ser considerada a função social do Judiciário, que vem sendo incrementada nos últimos anos, por sua intervenção em episódios sociais relevantes.

Em função dessas características, as relações da história e do direito tem sido muito profícuas. Contam-se às dezenas os trabalhos que usaram registros judiciais como fonte

para a compreensão dos fenômenos históricos. Temas como a escravidão (GRINBERG, *in* PINSKY, 1980), as relações de trabalho e situações do cotidiano, antes invisíveis à historiografia – quer por sua prática tradicional, superada com a Escola dos *Annales*, quer pela falta de registros alternativos àqueles mais acessíveis – passaram a ser desvendados, de modo sistemático, com o uso das fontes judiciais.

O uso desses documentos no estudo histórico, no entanto, não se dá de modo pacífico. Sempre se deve lembrar que os documentos do Judiciário não são neutros, pois resultam de um procedimento específico, destinado a um fim especial. Essa característica, evidentemente, permeia todos os tipos de fontes (GRINBERG, *in* PINSKY, 1980, p. 121), em aspectos que não temos condições de avaliar aqui. Mas no caso dos registros judiciais, são ainda mais explícitos, pois contêm manifestações constituídas para defender uma argumentação, com a pretensão de convencer o magistrado da veracidade desses fatos.

Nesse sentido, e de modo diverso do que ocorre com outros documentos públicos, de caráter administrativo, os quais resultam de procedimentos específicos – como a compra de materiais ou contratação de servidores, por exemplo – os documentos judiciais são o registro dessa argumentação, realizada pelas partes em litígio. Tal procedimento condiciona o texto, construindo um discurso elaborado de modo diverso daqueles redigidos para resolver procedimentos comuns do cotidiano administrativo.

É necessário, portanto, compreender essa dinâmica, para tornar possível o uso das fontes judiciais de modo efetivo. Em função desse interesse distintivo – o de argumentar em favor de um ou outro lado – os documentos reunidos pelo Judiciário revelam características importantes da dinâmica social. Demonstram como pensavam esses atores, de que modo interpretam as questões decorrentes dessas disputas, e como debatem os aspectos do litígio, embora sob uma ótica, evidentemente, bastante particularizada.

Liberdade de expressão e o direito à privacidade

O tema da liberdade de expressão tem sido analisado por diversos enfoques acadêmicos e institucionais. Por se tratar de um direito imprescindível, que permite a efetiva participação do cidadão nas escolhas políticas e na gestão social, sempre foi objeto de debates sistemáticos, discorrendo-se sobre elementos que vão de sua importância como ferramenta de ampliação da cidadania até os limites de sua atuação, com relação à invasão da privacidade dos cidadãos, notadamente das celebridades.

Trata-se, portanto, de um assunto que está sempre presente, sendo diversas vezes questionado. Seja pelas polêmicas que envolve, seja pelos conflitos decorrentes dos excessos na divulgação de um determinado episódio, ou quando sua atividade é cerceada, ou ainda porque uma das partes não concordou com o conteúdo divulgado, há uma recorrente disputa em torno do assunto.

Os episódios ocorridos ao longo dos anos, mediados pelo Judiciário, ensejam várias questões. Compreender esse fenômeno permitirá entendermos a dinâmica do processo histórico da liberdade de informação, e da busca por uma ampliação das possibilidades da comunicação ao longo da história, haja vista que tais processos judiciais contem, em suas páginas, as argumentações a esse respeito, as quais permitem analisar, à luz da reflexão historiográfica, os elementos que configuram esse importante mecanismo.

Os processos judiciais, por reunirem referências sobre o tema, são registros fundamentais para conhecer as lógicas de argumentação utilizados para discutir a prática de divulgação de informações. Outras questões possíveis giram em torno das características da liberdade de informação para o Direito, entendido este como produto da atuação tanto dos advogados das partes quanto dos magistrados, ou sobre a dinâmica do Judiciário para assimilar essa questão, ao longo dos anos. Também é interessante saber de que modo as questões subjacentes ao conceito de liberdade de informação foram historicamente reestruturadas, a partir das argumentações utilizadas pelas partes.

A força dos argumentos contidos nas demandas judiciais poderá ajudar a esclarecer essas dúvidas, contribuindo, de modo decisivo, para descrever as práticas sociais daí decorrentes. Há, como se disse, um intenso debate sobre o tema, pois é cada vez maior sua amplitude, configurada pelas novas tecnologias. A compreensão desse fenômeno, sob sua perspectiva histórica, deverá colaborar decisivamente para sua qualificação, na medida em que permitirá sua compreensão como fenômeno historicamente constituído.

Nesse sentido, pode-se afirmar que as possibilidades de compreensão do tema transitam facilmente entre diferentes campos do conhecimento. Conceitos como liberdade, informação, comunicação, tem como característica sua expressiva polissemia, decorrente dos múltiplos olhares sobre eles. Algumas vertentes teóricas poderão ver nestes conceitos referências definidas em sua relação com as classes dirigentes, ou com as elites, e farão suas leituras a partir disso. De modo diverso, as análises de pensadores de outra matriz vão conduzir a reflexões pautadas pelos aspectos individualizantes do tema.

Comunicação e história da mídia

Sendo um tema prolixo, a questão da liberdade de comunicação precisa ser compreendida dentro dos parâmetros tratados por autores como E. P. Thompson, Eric Hobsbawm ou Robert Darnton. A questão mais candente, analisada por estes autores, diz respeito à compreensão do mundo a partir do envolvimento com a sociedade. Em síntese, lembramos a famosa frase de Marx, sobre o fazer da história e suas circunstâncias⁸.

Compreender o conhecimento histórico, neste caso, significa incorporar essa lógica. Significa, sobretudo, avaliar o percurso histórico ao longo dos anos, discutindo suas

8 “Os homens fazem a sua própria história, mas não a fazem segundo a sua livre vontade; não a fazem sob circunstâncias de sua escolha, mas sob aquelas circunstâncias com que se defrontam diretamente, legadas e transmitidas pelo passado.” (MARX, 2008, p. 15).

configurações. A trajetória histórica da sociedade é um fenômeno inegável, basta que se faça uma comparação com nosso próprio percurso de vida. Ao estudar a história, estamos efetivamente interessados em saber o que aconteceu de fato (HOBSBAWN, 1997, p. 92), variando apenas as causas explicativas para cada fenômeno.

Evidentemente, essa leitura historiográfica não pode ser um mero encadeamento de episódios registrados nos documentos. Tal concepção de história, há muito ultrapassada, serve apenas como fio condutor do procedimento que direciona o estudo do tema, jamais sendo o resultado do trabalho proposto. A sistematização dos fatos é imprescindível para sabermos do que estamos tratando, ao analisar um determinado assunto, o que nos leva a discorrer sobre os aspectos contidos nos documentos de arquivo. Como disse Le Goff,

Os arquivos do passado continuam incessantemente a enriquecer-se. Novas leituras de documentos, frutos de um presente que nascerá no futuro, devem também assegurar ao passado uma sobrevivência – ou melhor, uma vida – que deixa de ser “definitivamente passado”. (p. 25)

Isso porque a ciência histórica se reforça, de acordo com a análise de dados empíricos – embora não somente em função disso – consubstanciados nos registros do passado recolhidos pelos locais em que se trabalha sua organização, análise e detalhamento: os arquivos, no caso de documentos escritos, e os museus e centros de memória, para os demais artefatos. São sinais do passado, que precisam ser compreendidos em toda sua extensão e profundidade. Frutos de uma determinada conjuntura, reflexos de uma intenção diversa daquela que depois será formulada pelo historiador, os acervos ali reunidos permitem compreender esses fenômenos, mas devem ser, também eles, historicamente compreendidos.

Assim, contribuições de autores oriundos de outras esferas do conhecimento não são apenas bem-vindas, mas absolutamente necessárias, como nos disse Darnton (1990, p. 76). O tema desse projeto transita – e precisa ser assim – por conceitos de áreas que possuem *corpus* teóricos de excelência, robustas em quantidade e qualidade. Tanto nos aspectos jurídicos, quanto nas temáticas comunicacionais, precisam ser incorporados conceitos para fazer avançar este estudo.

Lembramos, como exemplo disso, o que a historiadora Gislene Neder (1995) debate em “Discurso jurídico e ordem burguesa no Brasil”, onde avalia a construção da ordem burguesa em terras brasileiras, a partir do pensamento jurídico. A autora considera que o Direito desempenha um papel de destaque na construção do Estado Nacional no país, e entende o Direito como produto histórico, que assim deve ser estudado. Para ela,

A aproximação entre História e Direito deve tomar como referência a dinâmica de uma conjuntura histórica determinada, intercedida e intercedendo as transformações do Direito. Ou seja, tanto do ponto de vista do método histó-

rico quanto do Direito, a análise das normas jurídicas no acontecer social deve privilegiar o processo histórico, promovendo um recorte em sua conjuntura a fim de viabilizar a análise dos mecanismos de estruturação e de movimentação destas normas. (p. 25)

Num estudo próximo ao que se propõe realizar neste projeto, temos as perspectivas de trabalho de KUSHNIR (2004), citando o historiador francês François Bedarida, ao falar da história do tempo presente como um instrumental possível de uso na pesquisa historiográfica. Para essa autora, a definição dessa metodologia de história não é fazer um “inventário de respostas das conseqüências do passado sobre o presente”, mas apreender e explicar o passado a partir do presente, onde se encontram os olhos do historiador.

Essa percepção dos eventos como *acontecimentos*, em que os episódios revestem-se de importância em si mesmos, para além de seu significado histórico específico, traduzem bem as perspectivas do trabalho com os processos judiciais relacionados à liberdade de expressão. Em todos os casos envolvendo as polêmicas judicializadas, há uma narrativa que preza por tentar convencer o outro sobre quem fala a verdade, além do evento em si, transferindo essa noção de *acontecimento* para um ponto adiante daquele em que ocorreu, transfigurando-se em marco de tal momento.

Para obter esse resultado, será realizado um levantamento qualitativo dos processos, identificando-os de acordo com as temáticas que envolvem, tais como a liberdade de expressão ou de imprensa; calúnia e difamação; ofensas pessoais. Também deverá ser elaborado breve resumo de cada processo, contendo os nomes das partes, localidade do evento e as datas dos mesmos, relatando por último a decisão do magistrado. Outras temáticas e elementos informacionais poderão ser agregados nesse levantamento, a depender das condições objetivas do material e das possibilidades de avanço da pesquisa. Com este levantamento efetuado, será realizada uma análise qualificada, identificando procedimentos judiciais específicos, demandas referenciadas e a argumentação jurídica produzida.

A partir desse levantamento, deverá ser realizado um estudo sobre tais elementos, analisando-os em suas características intrínsecas, cruzando-se esses dados com os contextos históricos de seu período. Com isso, poderá ser constituído um conjunto de informações suficientes para a elaboração das reflexões sobre o tema. Considera-se, também, a possibilidade de realizar entrevistas temáticas com alguns dos atores envolvidos nos fatos, para subsidiar as análises. Além disso, será importante consultar os reflexos desses debates na própria imprensa, para comparar as diferentes leituras, acompanhando-se o desdobramento da disputa judicial nas notícias dos veículos envolvidos.

Por último, considera-se que o tema em questão reflete plenamente as propostas de trabalho concernentes às questões relacionadas não só ao campo historiográfico, mas também à própria historiografia da mídia, na medida em que busca compreender os

aspectos relacionados à citada liberdade de expressão, de comunicação, de imprensa. Esse direito à informação, considerado um “direito-meio”⁹ é, como vimos, instrumento pelo qual se constituem os cidadãos portadores dos demais direitos, civis, políticos e sociais.

Referências

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política**: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BITTAR, Eduardo C. B. **Democracia, justiça e direitos humanos**: estudos de teoria crítica e filosofia do direito. São Paulo: Saraiva, 2011.

BOBBIO, Norberto. **Estado, Governo, Sociedade**: para uma teoria geral da política. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

CUNDARI, Paula Casari. **Limites da liberdade de expressão: Imprensa e Judiciário no “Caso Editora Revisão”**. Tese (Doutorado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, 2006.

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette**: mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas**: jornalismo e cidadania. Estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2005.

GRINBERG, Keila. **Liberata**: a lei da ambiguidade – as ações de liberdade da Corte de Apelação do Rio de Janeiro, século XIX. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1994.

HOBBSBAWN, Eric. **Sobre História**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de guarda**: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

LE GOFF. **História e memória**. Campinas: Ed. da Unicamp, 2003.

MARX, Karl. **O 18 de brumário de Luis Bonaparte**. São Paulo: Martin Claret, 2008.

MENDEL, Toby. **Liberdade de Informação**: um estudo de direito comparado. Brasília: UNESCO, 2009. 2. ed.

NEDER, Gizlene. **Discurso jurídico e ordem burguesa no Brasil**. Porto Alegre: S.A. Fabris, 1995.

NOBRE, Freitas. **Imprensa e liberdade**: Os princípios constitucionais e a nova legislação. São Paulo: Summus, 1988.

PASQUALINI, Renata. **O devido processo legal e a liberdade de imprensa**. Porto Alegre: Ed. Sergio Antonio Fabris, 2009.

PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2010.

PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tania Regina de (orgs.). **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2009.

9 Ver, para essa configuração, GENTILLI, Victor (2005) e VIEIRA, Liszt (2001).

SALOMON, Marlon (org.). **Saber dos arquivos**. Goiânia: Edições Ricochete, 2011.

SILVEIRA, Carla. NUNES, Antonio. **Justiça, Comunicação Social e Poder**. Lisboa: Livros Horizonte, 2000.

THOMPSON, E. P. **Senhores e caçadores**: a origem da lei negra. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

VIEIRA, Liszt. Os argonautas da cidadania: a sociedade civil na globalização. Rio de Janeiro: Record, 2001.

Os Jogos Pan-Americanos como expressão do pan-americanismo nas páginas do jornal O Globo¹

Mariana Oselame²

Resumo: O presente artigo aborda o pan-americanismo, um movimento de integração entre os países das Américas que ganhou força sob a liderança dos Estados Unidos a partir do fim da Segunda Guerra Mundial. Esse movimento tinha como intenção primordial promover o intercâmbio cultural, científico, político e econômico entre os países do continente americano. Retomado diversas vezes ao longo da história sob o comando de variados líderes, o pan-americanismo se consolidou como política externa governo norte-americano. O objetivo deste artigo é identificar esse sentimento de cooperação (e de supremacia dos Estados Unidos, como líder desse processo) nas matérias veiculadas no jornal O Globo durante a realização dos Jogos Pan-Americanos de Buenos Aires, entre 25 de fevereiro e nove de março de 1951. Para efeitos de análise foram observadas quatro matérias jornalísticas publicadas durante o período de realização do evento.

Palavras-chave: O Globo; Jogos Pan-Americanos; pan-americanismo.

As origens do pan-americanismo podem ser situadas no período colonial, quando a maior parte do continente americano estava subordinada a metrópoles (Espanha, Portugal e Inglaterra). Segundo Aquino (1981, p. 129), “desde o século XVIII surgiram precursores dos ideais pan-americanos”, mas o desejo de união das Américas se tornou mais expressivo durante a luta pela separação das colônias. Foi diante da necessidade de fortalecer os territórios de independência recente frente à ameaça europeia da recolonização, no entanto, que o pan-americanismo atingiu o ápice. A partir desse momento, ele passou a ser entendido como um movimento pela solidariedade continental com o objetivo de manter a paz nas Américas, preservar a independência e autonomia dos estados e estimular a relação entre eles.

1 Trabalho apresentado no GT de Historiografia da Mídia, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestre pelo PPGCOM da Faculdade de Comunicação Social da PUC-RS, aluna da Graduação em História na PUC-RS, docente da Graduação em Jornalismo da UniRitter e editora de Esportes da RBS TV.

Diversos estadistas de vários países das Américas manifestaram o sentimento pan-americanista em discursos e documentos oficiais. “A América tem um hemisfério próprio. É a terra da liberdade”, proclamava Thomas Jefferson nos Estados Unidos; “É uma ideia grandiosa pretender-se tornar de todo o Novo Mundo uma só nação”, escrevia Simón Bolívar, o libertador dos países sul-americanos, em 1815; “A América é dos americanos”, afirmava James Blaine, secretário de Estado do governo de James Monroe (MELLO, 1956, p. 11).

É justamente essa afirmação – “a América é dos americanos” – o ponto de partida da presente análise; ela sintetiza a Doutrina Monroe e a perspectiva do pan-americanismo dos Estados Unidos. Antes de caracterizar a doutrina, no entanto, é preciso ressaltar a existência de outra vertente desse movimento: o viés latino americano idealizado por Simón Bolívar – e por isso também chamado de bolivarismo. Foi do líder dos processos de independência da Venezuela, Peru, Colômbia, Bolívia e Equador a iniciativa de convocar o Congresso do Panamá. O evento foi realizado entre 22 de junho e 15 de julho de 1826 com a presença de delegados de países do centro e do sul, além de observadores europeus (BUENO, 1997). O objetivo da reunião era claro: constituir uma confederação das jovens nações americanas.

Na prática, a ideia não prosperou – o projeto de uma *Gran Colombia* não passou de um sonho. Mais tarde, motivados por interesses econômicos, os Estados Unidos retomaram o pan-americanismo e o transformaram em um sistema político de cooperação internacional entre eles e os países americanos, especialmente as nações da América Latina e do Caribe.

As Origens: a Doutrina Monroe

Três anos antes do Congresso do Panamá, em dois de dezembro de 1823, o presidente norte-americano James Monroe havia feito uma mudança importante nos rumos da política externa dos Estados Unidos. Em sua tradicional mensagem anual ao Congresso, ele descreveu o que ficou conhecido como a Doutrina Monroe. O texto afirmava que os países do continente americano, por terem concluído os seus processos de independência e serem considerados livres da influência das metrópoles, não eram mais suscetíveis a, no futuro, serem colônias de nenhuma potência europeia. Em outras palavras, Monroe sustentava a ideia da “América para os americanos” – com a supervisão dos Estados Unidos, é claro, que a partir daquele momento passariam a se opor a qualquer tentativa de recolonização dos territórios perdidos. Além de afirmar que os países independentes das Américas não voltariam a ser colônias das metrópoles, a Doutrina Monroe trazia outros dois aspectos: 1) os Estados Unidos não iriam interferir nas questões internas dos países americanos recém-criados; 2) os Estados Unidos se comprometiam a não se envolver em assuntos internos e nem em guerras das nações da Europa – na prática, para Roper (2008, p. 59), as determinações não foram cumpridas.

Initially, Monroe's statement suggested that the United States had much in common with the republics that had fought for their independence from Spain, just as the Americans had successfully resisted the Britain. But in time, as the United States became more powerful, it ignored the principle of non-interference outlined in the doctrine as it sought to influence the politics of its neighbors to the south³.

Mais do que uma orientação dos rumos da política externa, a Doutrina Monroe sintetizou o espírito de uma época muito peculiar na história dos Estados Unidos.

[...] foi o ponto mais alto de uma era que celebrou a força, a prosperidade e a independência dos Estados Unidos. Autossatisfação, expansão geográfica e uma economia sólida foram as chaves mestras. O Velho Mundo estava desaparecendo de vista, à medida que a atenção dos americanos se concentrava nos assuntos internos (DIVINE, BREEN e FREDRICKSON, 1992, p. 214).

O cenário estava pronto: no norte, a Doutrina Monroe e o ideal da “América para os americanos”; no centro e no sul do continente, o sonho bolivariano de uma unidade entre as nações americanas. Era um terreno fértil para o desenvolvimento do chamado neo-monroísmo que marcou as Conferências Interamericanas – uma série de reuniões com a participação de delegados dos países americanos que começaram a ser realizadas a partir de outubro de 1889.

Neo-Monroísmo: as Conferências Interamericanas

Se à época do presidente James Monroe os Estados Unidos estavam voltados para as suas questões internas e viviam a plenitude da sua prosperidade econômica, em 1889, quando foi realizada a primeira Conferência Interamericana em Washington, o cenário era de preocupação com a necessidade de expandir o mercado externo. E se a América Latina antes era vista apenas como uma região a ser mantida fora do domínio das potências europeias, agora ela se tornava mercado estratégico para o crescimento econômico dos Estados Unidos.

Foi nesse contexto que o secretário de Estado norte-americano, James Blaine, convocou todas as nações das Américas, com exceção do Canadá, para a reunião que ocorreu entre 20 de outubro de 1889 e 19 de abril de 1890. “Blaine presidiu a primeira conferência pan-americana (...) e esperava que, por meio dela, a América Latina e os Estados Unidos se unissem numa união alfandegária e criassem um sistema de resolução de conflitos”, argumentam Divine, Breen e Fredrickson (1992, p. 464), ressaltando os objetivos da reunião.

3 “Inicialmente, o discurso de Monroe sugeria que os Estados Unidos tinham muito em comum com as repúblicas que haviam lutado pelas suas independências contra a Espanha – assim como os Estados Unidos tinham lutado contra a Inglaterra. Mas, depois, na medida em que os Estados Unidos foram ampliando o poder, o princípio da não interferência foi ignorado e a influência aos vizinhos do Sul foi estendida” (tradução livre).

Os 19 países presentes não aceitaram plenamente as proposições do governo norte-americano – especialmente a proposta de união aduaneira –, mas houve avanços no fechamento de acordos e na promoção do comércio. Além disso, foi criada a União Pan-Americana, uma entidade com fins de troca de informações políticas, científicas e culturais. O pan-americanismo sob a liderança dos norte-americanos, contudo, suscitava desconfianças.

A União Pan-Americana despertava, na época, receio entre os hispano-americanos. Vivia-se o momento dos “panismos” que acobertavam desejos de hegemonia, como (...) o pan-germanismo e o pan-eslavismo, atrás dos quais estavam, respectivamente, Alemanha e Rússia. O aparecimento (...) de um pan-americanismo patrocinado pelos Estados Unidos provocava nos latino-americanos a sensação de que este país procurava meios para exercer a hegemonia continental. Os Estados Unidos, ao necessitar da expansão econômica para além de suas fronteiras para atender às demandas postas pelo estágio em que se encontrava seu capitalismo no início do século XX (e na busca da consolidação e ampliação de um sistema de poder), quiseram envolver toda a América Latina em tomo de si, tratando-a como um todo. (BUENO, 1997, p. 237).

Entre 1889 e 1954 ocorreram dez Conferências Interamericanas em diversas cidades do continente. Ao longo deste período o pan-americanismo foi se consolidando como um sistema político baseado nos princípios de solidariedade continental, da cooperação interamericana, da segurança coletiva e da defesa do hemisfério contra as possibilidades de agressão por parte de outros países (MELLO, 1956). No plano econômico os delegados das Américas firmaram acordos comerciais, alfandegários e monetários; no âmbito legal as conferências discutiram questões de direito internacional público e privado; no que diz respeito à esfera da cultura as reuniões versaram sobre propriedade artística e literária. Assuntos relacionados à infraestrutura também foram discutidos e até mesmo a construção de uma rodovia pan-americana foi aventada (a rodovia, que na verdade é uma rede de estradas, faz a ligação entre o sul do Chile e o ponto mais ao norte do continente, o Alaska). Conferência após conferência, no entanto, tornava-se cada vez mais evidente o abismo existente entre a posição de supremacia dos Estados Unidos e a condição de subjugação dos países da América Latina.

A Política do Big Stick

O tom das Conferências Interamericanas começou a mudar por volta de 1904 como reflexo da alteração dos rumos da política externa dos Estados Unidos. Assim como Monroe havia feito em 1823, Theodore Roosevelt utilizou a mensagem anual ao Congresso em 1904 para determinar uma nova postura do país frente aos demais es-

tados americanos. O Corolário Roosevelt acrescentava um novo elemento à Doutrina Monroe: os Estados Unidos se declaravam dispostos a ocupar militarmente países que estivessem passando por uma crise devido ao não pagamento de sua dívida externa e que, portanto, fossem considerados “instáveis”. A origem da adoção dessa política está no episódio ocorrido com a Venezuela em 1902. Naquele ano, impossibilitado de pagar os credores, o governo venezuelano não reconheceu as suas dívidas; como reação imediata a Inglaterra, a Alemanha e a Itália enviaram navios para bloquear o país. De início os Estados Unidos reconheceram o bloqueio, mas essa postura mudou com a suspeita de que os europeus planejavam ocupar territórios da Venezuela e das Antilhas. A questão foi resolvida porque Caracas aceitou submeter o problema das dívidas ao Tribunal de Haia, mas para os Estados Unidos ficou uma lição: a ameaça europeia ainda existia e era preciso evitá-la de qualquer maneira (MOURA, 1990).

Do ponto de vista econômico, aquele era um momento mais do que oportuno para “oficializar” as intervenções (sempre atreladas os interesses comerciais norte-americanos) nos países da América Latina. Naquele período discutia-se, entre outras questões, a transposição dos oceanos por meio de um canal a ser construído no istmo. A obra⁴, que só foi possível após uma intervenção norte-americana para garantir a independência do Panamá, impulsionaria ainda mais a indústria e o comércio e colocaria os Estados Unidos em uma posição de supremacia mundial – além de inaugurar um novo momento da política externa do país.

O navio de guerra Nashville foi mandado para o istmo e desembarcou seus fuzileiros no dia 2 de novembro de 1903; no dia seguinte irrompeu a revolta da independência, ficando as forças militares colombianas bloqueadas pelas tropas americanas em Colón. Três dias após, Washington reconheceu a independência do Panamá e seu novo governo e nas semanas seguintes negociou um tratado para a construção do canal. [...] Os métodos utilizados por Roosevelt no episódio consagraram a expressão “política do *big stick*” que iria caracterizar sua política para a América Latina. (MOURA, 1990, p. 20).

A política do *big stick* – do grande porrete, na tradução para o português – foi por 20 anos o norte da relação dos Estados Unidos com a América Latina e o Caribe.

Uma grande variedade de situações definia a natureza e a duração da intervenção: presença de tropas para defender a propriedade e os bens de norte-americanos; “protetorado” financeiro com ocupação das alfândegas; apoio ou repulsa explícitos a políticos para favorecer interesses econômicos ou estratégicos americanos; e ocupação direta e a administração de países “instáveis” (MOURA, 1990, p. 21).

4 A construção do canal é considerada o marco da hegemonia econômica dos Estados Unidos no mundo. Cinquenta mil homens trabalharam para transpor os oceanos; 25 mil morreram na obra (PARKER, 2012).

O grande porrete foi adotado durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e perdurou até o fim dos anos 20, quando os Estados Unidos viveram a grave crise de 1929.

A Política da Boa Vizinhança

A partir da década de 20 o Departamento de Estado norte-americano procurou novos caminhos para seguir os objetivos tradicionais de dominação política e vantagens econômicas na América Latina (DIVINE, BREEN e FREDRICKSON, 1992). A forte presença militar foi substituída pelo aumento do comércio e da relação com os investidores nos países do sul do continente. A base ideológica para essa nova postura foi o memorando Clark publicado em 1930 pelo secretário de Estado norte-americano J. Reuben Clark. O documento, que repudiava o Corolário Roosevelt, afirmava que os Estados Unidos não tinham o direito de intervir nos estados vizinhos com base na Doutrina Monroe – a política tradicional para proteger as vidas e as propriedades americanas sob o direito internacional, evidentemente, estaria mantida.

O memorando “preparou o terreno” para a Política de Boa Vizinhança anunciada por Franklin Delano Roosevelt durante a Conferência Interamericana realizada em 1933 em Montevideú. “Roosevelt agiu rapidamente para solidificar e melhorar as relações e obter benefícios econômicos. Proclamou a política da boa vizinhança e ganhou boa vontade ao renunciar ao imperialismo do passado”, afirmam Divine, Breen e Fredrickson (1992, p. 590).

Na prática, a política do 32º presidente norte-americano afirmava que os Estados Unidos não fariam novas intervenções militares no continente; que a igualdade jurídica das nações americanas seria reconhecida; que haveria consultas internacionais sempre que os problemas de uma república ameaçassem tornar-se um perigo para as demais; que haveria cooperação “de todas as formas possíveis para elevar o bem-estar dos povos das Américas” (MOURA, 1990, p. 28). Por meio dessa política, vale ressaltar, os Estados Unidos não abriam mão da influência sobre os outros países do continente; pelo contrário: mudavam os métodos para garantir uma maior efetividade nos planos econômico, cultural, militar e ideológico.

A América Latina tinha adquirido uma dupla importância para os EUA na conjuntura dos anos 30. A primeira era o fato óbvio de que a recuperação econômica americana exigia um mercado externo crescente para sua indústria, assim como um suprimento crescente de matérias-primas e novas áreas de investimento. [...] A segunda dimensão era a importância política: amarrada ao isolacionismo do Congresso frente aos assuntos europeus, a América Latina tornou-se a mais viável área de “laboratório” de experimentos políticos para fortalecer a liderança dos EUA. (MOURA, 1990, p. 29).

Além da influência econômica e política, a América Latina também passou a ser uma importante esfera de influência cultural dos Estados Unidos durante o período de vigência da Política da Boa Vizinhança. Em 1940, para coordenar esse movimento, Roosevelt criou o Birô Interamericano, uma agência voltada para os assuntos culturais interamericanos de interesse dos Estados Unidos. “O Birô era uma parte integral dos preparativos do governo norte-americano para a guerra”, ressalta Moura (1990, p. 35).

Prova disso é o tom de guerra (e também de paz) do discurso emitido pelo presidente Roosevelt na época da criação da agência: “as Repúblicas americanas estão determinadas a trabalhar em união pela paz, precisamente como trabalham em união para nos defendermos de qualquer ataque. Armemo-nos para nos defendermos”, disse o líder dos Estados Unidos em 1940 (MELLO, 1956, p. 41).

Durante os seis anos em que existiu, o Birô Interamericano coordenou a aquisição de excedentes agrícolas latino-americanos por agências privadas e estatais americanas; participou de iniciativas econômicas em larga escala no continente; esteve envolvido em programas de saúde, sanitarismo e produção de alimentos; e, finalmente, concentrou esforços em promover a presença americana maciça na comunicação de massa por meio do rádio e do cinema.

Estados Unidos e América Latina no Pós-Segunda Guerra

As bases da presença dos Estados Unidos no continente americano já estavam lançadas quando teve início a Segunda Guerra Mundial. Durante o conflito, os Estados Unidos se valeram do apoio político, militar e econômico da América Latina para sustentar a posição assumida frente aos combates que aconteciam na Europa. Quando o conflito terminou, os países europeus estavam destruídos pelo esforço de guerra; os Estados Unidos, por sua vez, emergiam como a grande potência do mundo capitalista. Do outro lado, porém, despontava a potência antagônica, socialista: a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). Estava iniciado o período da Guerra Fria, que perdurou até a queda do Muro de Berlim, em 1989. Durante esse período a aproximação com a América Latina ficou em segundo plano:

Se durante a Segunda Guerra os EUA necessitavam da América Latina e por essa razão as relações entre as duas partes do continente se intensificaram, depois da guerra as coisas mudaram de figura. A partir de 1945, os EUA se tornaram uma superpotência imperial, organizando, representando e vigiando a totalidade do mundo capitalista. Face a um competidor político e ideológico de peso, a URSS, os EUA tinham ao mesmo tempo que controlar a instabilidade política e social das regiões mais afetadas pela guerra, que prenunciavam revoluções sociais iminentes. (MOURA, 1992, p. 39).

As preocupações dos líderes americanos estavam voltadas para a Europa destruída e para a Ásia; eram essas as duas grandes questões da política externa da nação no pós-Segunda Guerra. A presença norte-americana na América Latina continuaria sendo garantida pela circulação de produtos culturais dos Estados Unidos no contexto do desenvolvimento do rádio (década de 40) e da televisão (anos 50) nos países do sul; e também por mecanismos ideológicos de “integração das Américas” como os Jogos Pan-Americanos iniciados em 1951.

Jogos Pan-Americanos: o pan-americanismo nas páginas do jornal O Globo

No artigo *Presença americana na educação física brasileira: padrões culturais na imprensa periódica (1932-1950)*, Schneider e Assunção ressaltam que os Jogos Pan-Americanos resultaram de um processo que tinha como objetivo a cooperação no âmbito educacional e esportivo entre os países das Américas. A ideia era promover um evento que contribuísse para moldar e consolidar uma cultura esportiva entre os povos do Novo Mundo, celebrando periodicamente a sua união por meio do esporte. Uma primeira edição do evento teria sido realizada em 1942 se a Segunda Guerra Mundial não tivesse sido deflagrada em 1939. Como o conflito se estendeu até 1945, só foi possível promover o evento em 1951.

A origem dos Jogos Pan-Americanos está nos Jogos Centro-Americanos, um evento realizado em 1926 na Cidade do México envolvendo três países: Cuba, Guatemala e o anfitrião México. Alguns anos depois, durante os Jogos Olímpicos de Los Angeles-1932, representantes das delegações latino-americanas propuseram a realização de um evento esportivo regional para todo o continente americano (ODEPA, 2013). Em 1940, mesmo ano em que foi criado o Birô Interamericano, ocorreu um Congresso Esportivo Pan-Americano que elegeu Buenos Aires como a sede dos primeiros Jogos Pan-Americanos em 1942. Depois de ter sido adiado em razão da Segunda Guerra, o evento finalmente saiu do papel em 1951.

Os dados do *site* oficial da *Organización Deportiva Panamericana* (Odepa) indicam que houve boa adesão já na primeira edição do evento: participaram mais de 2,5 mil atletas de 22 países⁵. O espírito dos jogos era o mesmo espírito do ideal pan-americano, o de promover a solidariedade continental, a união entre as Américas, a paz e a segurança do continente.

Mas os Jogos Pan-Americanos também legitimavam, no plano esportivo, ações das esferas política, econômica, militar e cultural. Um exemplo claro dessa afirmativa é a versão brasileira do cartaz produzido em 1942 para a primeira edição do evento que acabou ocorrendo apenas na década de 50. A época era de aproximação cultural entre Brasil e Estados Unidos – os norte-americanos enxergavam nos brasileiros os inter-

5 O Canadá não foi convidado a participar da primeira edição do evento, mas quatro anos depois, em 1955, esteve na segunda edição dos Jogos Pan-Americanos realizada na Cidade do México.

locutores perfeitos para o diálogo com as outras nações do continente. No cartaz que estampou a edição n. 48 da Revista de Educação Física, periódico publicado no Rio de Janeiro, aparece uma representação artística do globo terrestre no qual se veem as Américas. O globo é circundado pelas bandeiras dos países americanos. Sobre o cartaz que ilustra a capa, a revista afirma:

[...] sente-se que a representação da parte do globo terráqueo onde aparece em relevo as Américas e o círculo de bandeiras que a envolve, traduz em expressão felicíssima, o desejo pan-americanista de manter os povos americanos em perfeita compreensão, unidos e serenos, diante das dificuldades e incertezas que avassalam o globo (A NOSSA, 1941, p. 8 *apud* SCHNEIDER e ASSUNÇÃO, 2013).

Na capa as bandeiras de Brasil e Estados Unidos estão lado a lado; a bandeira da Argentina, país sede do evento, está distante. É a representação no âmbito esportivo de uma realidade política daquele momento histórico. Para Schneider e Assunção, aliás, a análise dos periódicos da época comprova que “a Educação Física e os esportes parecem ter sido tomados como elementos catalisadores do ideário pan-americanista na década de 40” (SCHNEIDER e ASSUNÇÃO, 2013). Já nesta época os periódicos são vistos como um importante meio para a divulgação e circulação desse espírito pan-americano presente nos mais diversos setores.

Jogos Pan-Americanos de Buenos Aires-1951

Se no meio acadêmico os periódicos são importantes agentes de divulgação do ideário pan-americanista, fora da academia quem faz esse papel é a imprensa – especialmente a imprensa escrita, que cobriu *in loco* a primeira edição dos Jogos Pan-Americanos realizados na Argentina. Com o objetivo de mapear as características do pan-americanismo que permeiam a realização desse evento esportivo foram escolhidas, para efeitos de análise neste trabalho, quatro matérias jornalísticas publicadas nas páginas do jornal O Globo entre 25 de fevereiro e nove de março de 1951 (período de realização dos jogos em Buenos Aires).

A primeira matéria sobre o evento, intitulada *Inaugurados ontem os Jogos Pan-Americanos de Buenos Aires*, aparece na edição de 25 de fevereiro de 1951. Nesse texto escrito pelo enviado especial Augusto Rodrigues já pode ser observada uma primeira característica do pan-americanismo: o envolvimento das massas, o caráter de manifestação popular em torno da ideia de “uma grande festa” entre os países americanos. A reportagem afirma: “com o desfile suntuoso de hoje no Estádio Presidente Perón, do Racing Clube, foram inaugurados os primeiros Jogos Pan-Americanos. Mais de cem mil pessoas lotaram o estádio, ficando milhares do lado de fora por falta de espaço” (INAUGURADOS, 1951). A matéria traz detalhes sobre a cerimônia que marcou a inauguração

do evento como o desfile da tocha olímpica e a entrega de um buquê de flores para Eva Perón, esposa do presidente argentino Juan Perón. Desde a primeira edição dos Jogos Pan-Americanos houve o total cumprimento dos rituais também observados nos Jogos Olímpicos: desfile de delegações, acendimento do fogo pan-americano, juramento dos atletas e cerimônias de abertura e de encerramento.

Na segunda matéria coletada para este estudo, publicada no dia 27 de fevereiro de 1951⁶, é possível observar outro aspecto do pan-americanismo – a hegemonia dos Estados Unidos – percebido pela ótica brasileira. Na reportagem *Silvio Padilha aponta os norte-americanos como favoritos absolutos*, o coordenador da delegação brasileira que foi a Buenos Aires disputar os Jogos Pan-Americanos concede uma entrevista ao repórter do O Globo. Na conversa ele destaca o amplo favoritismo dos norte-americanos; a expectativa da delegação brasileira era de que eles conquistariam a maior parte das medalhas em jogo. “O diretor técnico da delegação brasileira mostra-se comedido, ou melhor, realista em suas apreciações, achando que devemos calcular nossos cotejos apenas em relação aos países sul-americanos, reconhecendo de antemão a indiscutível superioridade dos Estados Unidos” (SILVIO, 1951).

Tamanho era o sentimento de inferioridade em relação aos norte-americanos que o feito de um atleta brasileiro ganhou a capa da edição de O Globo de sete de março de 1951. A manchete: “Campeão do Pentathlon” (sic). No texto, a surpresa com a vitória do brasileiro:

O capitão Eric Tinoco Marques, do Brasil, foi o vencedor individual do pentathlon (sic), batendo os mais categorizados representantes pan-americanos. Os favoritos eram os atletas militares dos Estados Unidos, mas o capitão Eric Tinoco Marques surpreendeu-os nas provas da competição. (CAMPEÃO, 1951).

A partir desse exemplo, é possível em pensar em um terceiro aspecto desse pan-americanismo liderado pelos Estados Unidos em diversos segmentos da sociedade – inclusive nos planos simbólico e psicológico. Se por um lado existe uma indiscutível hegemonia norte-americana, por outro lado há uma espécie de “conformismo” dos países da América Latina e do Caribe, que nada mais podem fazer além de seguir a liderança norte-americana. É uma posição de subjugação, um sentimento de que não é possível vencer os Estados Unidos, portanto só resta “obedecer”. Quando a vitória acontece, portanto, ocorre a surpresa: afinal, como foi possível que nós, vindos de um país inferior, pudemos vencer os invencíveis?

Se no plano político a Argentina é um dos países mais resistentes ao pan-americanismo encabeçado pelos norte-americanos, no âmbito esportivo essa postura também é adotada. A quarta matéria analisada neste estudo, publicada em nove de março de 1951,

6 Uma curiosidade: a imagem que ilustra a matéria sobre os Jogos Pan-Americanos é uma foto da cerimônia de abertura do evento. Os negativos dessa foto provavelmente tiveram que ser transportados de Buenos Aires até a redação do jornal no Rio de Janeiro para a revelação do filme – e por isso ela levou dois dias para ser publicada.

traz como manchete *Sensacional a decisão do basket (sic) nos Jogos Pan-Americanos*. O texto se inicia com a surpreendente derrota da seleção brasileira de basquete masculino para o Panamá; em um segundo momento aborda a decisão da medalha de ouro dessa modalidade. *Dramático o jogo Estados Unidos x Argentina* é o intertítulo da matéria que, em vários trechos, evidencia a temeridade que era enfrentar a seleção norte-americana de basquete – um esporte no qual ainda hoje o país é o melhor do mundo. Trechos como “(...) mesmo com o tremendo incentivo de sua torcida, o quadro argentino parecia tolhido pelo peso da responsabilidade” ou então “Quando o cronometrista apitou foi um delírio, com invasão de campo, beijo entre torcedores e até desmaio de um jogador argentino” mostram o sentimento de inferioridade dos argentinos (mesmo jogando em Buenos Aires) frente ao time dos Estados Unidos. No encerramento da matéria o repórter informa a derrota dos anfitriões do evento e faz uma curiosa analogia:

De qualquer forma, os argentinos caíram honrosamente, e tornou-se evidente que os Estados Unidos não ganham mais facilmente campeonatos mundiais, e para manter a supremacia, terão que mandar sempre o expoente do *basket (sic)* americano. “Cadillacs” e não “Chevrolets”. (SENSACIONAL, 1951).

Ainda hoje os Estados Unidos enviam para as edições dos Jogos Pan-Americanos os seus atletas menos qualificados, o chamado “time B” – e isso não ameaça a ampla supremacia esportiva que o país detém nas Américas; basta analisar o número de medalhas conquistadas.

A Supremacia dos Estados Unidos

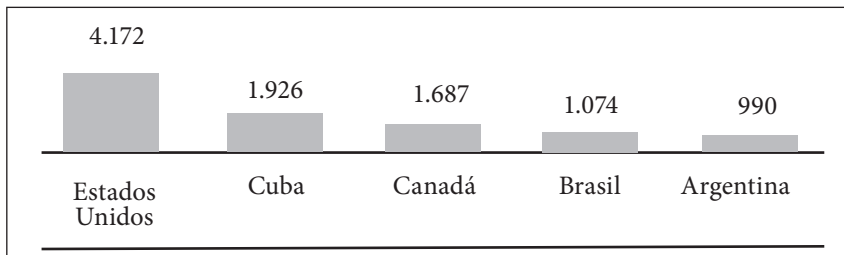
Líder do capitalismo mundial e produtor da maior parte dos bens culturais que invadiram a América Latina a partir dos anos 40, os Estados Unidos também desportaram, no cenário dos Jogos Pan-Americanos, como a grande força esportiva do continente. Houve apenas duas edições do evento em que os norte-americanos não ficaram em primeiro lugar no quadro geral de medalhas: em 1951, em Buenos Aires, na primeira edição dos Jogos; e em 1991, em Havana, na 11ª edição. Nessas duas participações o país perdeu para os anfitriões do evento – que, pelas regras estabelecidas pela Odepa⁷, ganham vagas diretas em todas as modalidades esportivas e, por isso, teoricamente, garantem mais chances de obter medalhas.

A história da participação dos Estados Unidos nos Jogos Pan-Americanos é a história da supremacia esmagadora de um país sobre os demais. Até hoje foram 16 edições do evento e um total de 4.172 medalhas conquistadas – 2.246 a mais do que Cuba, segunda colocada nesse ranking com 1.926 pódios; e 2.480 a mais do que o Canadá, terceiro da lista com 1.687 medalhas. O Brasil, quarto dos cinco países com maior número de medalhas, tem 1.074 conquistas – 3.098 a menos do que os Estados Unidos. A su-

7 Entidade que organiza os Jogos Pan-Americanos.

premacia norte-americana nos Jogos Pan-Americanos fica ainda mais evidente quando explicitada em um gráfico como esse:

Gráfico 1 – Países que mais conquistaram medalhas em Jogos Pan-Americanos



Falar em Jogos Pan-Americanos, portanto, é referir-se a uma competição continental que expressa, no plano esportivo, a hegemonia econômica, política, cultural e ideológica de um país – os Estados Unidos da América – sobre todos os demais da América Latina e Caribe.

Considerações finais

Em seus primórdios, o pan-americanismo era um movimento de aproximação em prol da solidariedade e da cooperação entre as nações independentes das Américas sem qualquer pretensão de liderança de um ou outro país. Com o passar do tempo e as mudanças nos contextos histórico, econômico e social, no entanto, o movimento foi sendo adaptado conforme as necessidades do país que se encontrava em condições de tomar à frente dessa iniciativa – os Estados Unidos. A partir da Doutrina Monroe o pan-americanismo começa a ser utilizado como argumento para manter a América Latina e o Caribe distantes das influências europeias. Posteriormente ele também é utilizado para justificar a interferência política e militar dos norte-americanos fora dos seus domínios. É o sentimento de cooperação pan-americana que torna possível a presença dos Estados Unidos em todo o continente.

Os Jogos Pan-Americanos, mais do que *la fiesta de las Américas*, são uma expressão, no plano esportivo, da inquestionável superioridade norte-americana. Mesmo enviando atletas de segundo nível para participar da competição regional desde a primeira edição do evento – de certa forma até desprezando a reunião das Américas em torno do esporte –, os Estados Unidos, edição após edição, terminam no topo do quadro de medalhas com o maior número de vitórias. No contexto dos Jogos Pan-Americanos, o pan-americanismo como sistema de dominação política e obtenção de vantagens econômicas na América Latina se revela por meio de três características observadas nas quatro matérias do jornal O Globo. A primeira se refere ao caráter de participação das

massas em torno da ideia de celebração pan-americana; travestido de evento esportivo está o ideário da “América para os americanos” ou, em última análise, da “América para os americanos com a supervisão e liderança dos Estados Unidos”. É claro que as 100 mil pessoas que compareceram à abertura dos Jogos Pan-Americanos de Buenos Aires não o fizeram com a consciência de que aquela era mais uma expressão do poderio norte-americano; a mensagem passada pelo evento, não obstante, foi exatamente essa.

Uma segunda característica observada nas matérias analisadas é o sentimento de inferioridade dos brasileiros em relação aos norte-americanos. O chefe da delegação brasileira destacou que o país deveria concorrer com as outras nações sul-americanas, e não com os Estados Unidos, que sustentavam um indiscutível favoritismo. As afirmações foram feitas no contexto esportivo, mas podem ser facilmente transpostas para outras áreas como uma representação do sentimento da época. Completa esse quadro a terceira característica observada a partir dos relatos do O Globo: o conformismo dos países “inferiores” aos Estados Unidos. Frente à indiscutível supremacia, só resta competir com quem está no mesmo nível, ou seja, todos os outros países com exceção dos Estados Unidos. Por isso a surpresa quando ocorre a vitória; por isso o reflexo positivo na autoestima do país quando se vence um atleta da temível equipe norte-americana. Um bom exemplo desse sentimento é a épica vitória da seleção brasileira de basquete masculino sobre os Estados Unidos nos Jogos Pan-Americanos de Indianápolis, em 1987. Até hoje a conquista é lembrada como o momento em que o Brasil, um país “inferior”, derrotou, dentro de quadra, o poderoso e favorito time norte-americano.

Talvez essa seja a maior diferença do plano esportivo em relação às esferas da política, da economia, da cultura. No esporte é possível vencer os invencíveis; é possível inverter a lógica da dominação. É possível, em alguns momentos, deixar de ser um coadjuvante de luxo no contexto do sistema pan-americanista para tornar-se, por um curto período, protagonista.

Referências

Artigos

A NOSSA capa. **Revista de Educação Física**, Rio de Janeiro, ano X, n. 48, p. 8, set. 1941. IN: SCHNEIDER, Omar; ASSUNÇÃO, Wallace Rocha. **Presença americana na educação física brasileira: padrões culturais na imprensa periódica (1932-1950)**. In: VII Congresso Brasileiro de História da Educação, 2013, Cuiabá. Circuitos e fronteiras da história da educação no Brasil. 2013. 1 CD-ROM ISSN: 2236-1855. Disponível em: <<http://omar.pro.br/modules/publisher/item.php?itemid=20>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

BUENO, Clodoaldo. Da Pax Britannica à hegemonia Norte-Americana: o Integracionismo nas Conferências Internacionais Americanas (1826-1906). **Estudos Históricos**. 1997, v. 10, n. 20. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2050/1189>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

SCHNEIDER, Omar; ASSUNÇÃO, Wallace Rocha. **Presença americana na educação física brasileira: padrões culturais na imprensa periódica (1932-1950)**. In: VII Congresso Brasileiro de História da Educação, 2013, Cuiabá. Circuitos e fronteiras da história da educação no Brasil. 2013. 1 CD-ROM ISSN: 2236-1855. Disponível em: <<http://omar.pro.br/modules/publisher/item.php?itemid=20>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

Livros

AQUINO, Rubim Santos Leão de. **História das Sociedades Americanas**. Rio de Janeiro: Livr. Eu e Você, 1981. 400 p.

DIVINE, Robert; BREEN, T.H.; FREDRICKSON, George. **América: passado e presente**. Rio de Janeiro: Nórdica, 1992. 767 p.

FURTADO, Celso. **Raízes do Subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 220 p.

_____. **A Hegemonia dos Estados Unidos e o Subdesenvolvimento da América Latina**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975. 192 p.

HUGGINS, Martha K. **Polícia e Política: Relações Estados – América Latina**. São Paulo: Cortez, 1998. 292 p.

MELLO, Affonso de Toledo Bandeira de. **O espírito do pan-americanismo**. Rio de Janeiro: Ministério das Relações Exteriores, 1956. 93 p.

MOURA, Gerson. **Estados Unidos e América Latina**. São Paulo: Contexto, 1990. 79 p.

LEUCHTENBURG, William E. (org.). **O Século Inacabado: A América desde 1900**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976, 2v. 982 p.

PARKER, Matthew. **Febre do Panamá**. Rio de Janeiro: Record, 2012. 602 p.

ROPER, Jon. **The Complete Illustrated Guide to the Presidents of America**. Lorenz Books: Londres, 2008. 256 p.

SCHILLING, Voltaire. **Estados Unidos x América Latina: as etapas da dominação**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1984. 80 p.

SHOULTZ, Lars. **Estados Unidos: poder e submissão: uma história da política norte-americana em relação à América Latina**. Bauru: EDUSC, 2000. 502 p.

Matérias Jornalísticas

CAMPEÃO de pentathlon. **O Globo**, 7 mar. 1951. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/>>. Acesso em: 23 nov. 2013.

O PAN-AMERICANISMO em jogo. **Revista de História**, 2007. Disponível em: <<http://www-revistadehistoria.com.br/secao/capa/o-pan-americanismo-em-jogo>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

INAUGURADOS ontem os Jogos Pan-Americanos de Buenos Aires. **O Globo**, 25 fev. 1951. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/>>. Acesso em: 23 nov. 2013.

SENSACIONAL a decisão do basket nos Jogos Pan-Americanos. **O Globo**, 9 mar. 1951. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/>>. Acesso em: 23 nov. 2013.

SILVIO PADILHA aponta os norte-americanos como favoritos absolutos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 27 fev. 1951. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/>>. Acesso em: 23 nov. 2013.

Sites

BIBLIOTECA CENTRAL IRMÃO JOSÉ OTÁO. Modelo de Referências. Porto Alegre [2013]. Disponível em: <<http://webapp.pucrs.br/bcmodelos/LoginControl>>. Acesso em 23 nov. 2013.

ORGANIZACIÓN DEPORTIVA PANAMERICANA. **Juegos Panamericanos**. Cidade do México [2013]. Disponível em: <<http://www.paso-odepa.org/juegos-panamericanos.html>>. Acesso em: 22 nov. 2013.

O *Lábaro*: a Porto Alegre do século XIX sob o olhar de um jornal literário positivista¹

Aline Strelow²
Nádia Alibio³

Resumo: No Rio Grande do Sul da segunda metade do século XIX, circularam cerca de 70 publicações literárias. Com as mais diversas orientações, essas folhas reuniam os grupos de escritores locais da época. Neste trabalho, que integra uma investigação mais abrangente, nosso objeto de pesquisa é *O Lábaro*, periódico literário de viés positivista, que circulou na capital, Porto Alegre, entre os anos de 1880 e 1881. A fundamentação teórica tem como base a História Cultural. Metodologicamente, partimos do modelo proposto por Robert Darnton para o estudo dos impressos, contemplando o circuito comunicacional que envolve o jornal – suas materialidades, atores envolvidos e a relação com a sociedade. A análise mostra um jornal que se associa à vertente do jornalismo literário-independente, voltado ao dia a dia da cidade e a sua vida cultural.

Palavras-chave: História da Imprensa; História do Jornalismo; Imprensa literária no Rio Grande do Sul; Positivismo no Rio Grande do Sul

Positivismo em Porto Alegre – A construção de metrópole

Porto Alegre no século XIX vivia em meio à efervescência e à ambivalência. No início da década de 1880, os bondes puxados por mulas ainda eram uma novidade. Nas ruas da cidade, moças recatadas e homens bem vestidos transitavam a caminho dos bailes, das 2 *soirées*, das peças de teatro, das sociedades literárias e científicas. Os cidadãos que compunham a elite econômica e intelectual da época sonhavam com uma metrópole do progresso, aquela que viria a ser considerada a *sala de visitas do Rio Grande do*

1 Trabalho apresentado no GT Historiografia da Mídia, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Professora Adjunta da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Realizou pós-doutorado e m Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). E-mail: <alinstrelow@terra.com.br>.

3 Estudante de Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Bolsista de Iniciação Científica da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (Fapergs). E-mail: <alibio.nadia@gmail.com>.

Sul (BAKOS, 1998). O discurso da modernização perpassava os periódicos da época. A urbe ideal, a da ordem e do progresso, reconfigurou o mapa de Porto Alegre. Pesavento (1994) descreve o cenário:

Ruelas, becos, linhas tortas? Velhos prédios, cortiços e porões infectos? Bota abaixo e viva a linha reta, a rua ampla, deixando entrar a luz do dia. As preocupações arquitetônicas com a estética e a funcionalidade do espaço urbano juntavam-se aos cuidados morais e aos preceitos higiênicos. Como podia uma família passar tranquilamente pela cidade, se era a todo o momento obrigada a deparar-se com cenas escandalosas que se davam nos inúmeros becos que infestavam Porto Alegre? (PESAVENTO, 1994. p. 139).

Assim como no Rio de Janeiro, mas considerando as diferenças de escala entre as duas cidades, Porto Alegre também passaria a valorizar as marcas da renovação urbana. A transformação de uma parte do município gera o que Pesavento (2002) chama de *sensação de ser metrópole*. As mudanças nas esferas política, social, econômica e cultural que se iniciam no século XIX se inspiram nas ideias de modernização, cuja origem remonta ao iluminismo ilustrado do século XVIII, à Revolução Industrial e à Revolução Francesa (BELLOMO, 2003). “No século XIX, o positivismo de Comte desenvolveu bastante a ideia do progresso contínuo, expresso na bandeira brasileira, e com o tempo a ideia de progresso de confundiu com a ideia de modernidade”, explica Bellomo (2003, p. 21).

Influenciado pelas ideias positivistas, o jornal *O Lábaro*, nosso objeto de estudo, direcionava-se às elites instruídas da época. O grupo republicano e positivista era constituído, de acordo com Pesavento (2008), por jovens cultos, radicais em suas posições e embalados pelos desejos de progresso e modernização. Sonham com Paris, Rio de Janeiro e Buenos Aires. “São todos bacharéis, médicos, engenheiros, filhos de proprietários rurais de origem luso-brasileira, que se unem aos empresários do comércio e da indústria vindos do mundo colonial-imigrante, de origem predominantemente alemã e italiana”, salienta a autora (p. 10). São eles os novos donos do Rio Grande que, juntos, passam a racionalizar a produção e a reorganizar a sociedade. A inspiração vem da Europa, os ideais republicanos e positivistas encontram eco na província.

A transição da monarquia para a república, que tem como marco o 15 de novembro de 1889, se deu diante de um processo de desescravização. A abolição, cuja lei foi assinada em 1888, teve como paralelo a entrada no país dos imigrantes estrangeiros: “Há um grupo social onde os valores de uma antiga sociedade, personificada pelos barões da terra e pelos marqueses da guerra, fazem frente aos usos e novos princípios norteadores da vida, trazidos por uma burguesia emergente, tanto rural como cidadina”, explica Pesavento (2008, p. 9).

Trata-se, no entanto, de um progresso cheio de paradoxos, passos adiante e retrocessos. A Porto Alegre que se projetava construir no início da década de 1880, perío-

do em que circula *O Lábaro*, embora distante apenas alguns anos da assinatura da *Lei Áurea*, apartava os negros dos espaços reservados à *boa sociedade*. A eles, restavam os becos de chão batido, espaços compartilhados entre escravos, prostitutas e praças.

Mas os confrontos entre diferentes ideias começam a aparecer. De um lado, o passado gaúcho de um complexo agropastoril latifundiário e militarizado. De outro, uma elite intelectual que já se articula para pegar o trem “do progresso” e se alinhar com o centro do país e da Europa. O processo de urbanização se arrastou lento durante o século XIX. A partir década de 1880, a capital da província começava a acompanhar o ritmo do processo industrial, o crescimento demográfico da idade também cresce pela entrada de imigrantes italianos e alemães no Rio Grande do Sul. A cidade ia se expandindo ao passo que novos arraiais eram criados. Novas ruas, quarteirões, prédios iam aumentando o espaço urbano de Porto Alegre. Uma nova classe burguesa formada por luso-brasileiros e impulsionada por imigrantes reivindicava asfaltamento, novas vias, linhas de bonde e estradas de ferro para ascender e expandir seus negócios; a necessidade de um sistema de comunicação eficiente também era imprescindível para o comércio (PESAVENTO, 1997, 2008). Essa elite também queria se divertir, assim, os espetáculos de ópera e teatro, as touradas, as corridas de cavalos, e as sociedades literárias eram as atividades culturais dessa população urbana.

A história cultural e o circuito da comunicação

Partimos da concepção de que nossa relação com o passado se dá por meio das narrativas. A história, como ensina Paul Veyne (1998), não é apenas uma série de acontecimentos, mas narração dessa série de acontecimentos. Este artigo integra o projeto de pesquisa *Imprensa literária no Rio Grande do Sul no século IX – Textos e contextos*, no qual nos propomos a estudar os periódicos que circularam no período no estado, reservando à literatura espaço privilegiado em suas páginas. Pretendemos compreender os significados plurais dos textos que circulavam na sociedade da época e como os leitores se relacionavam com eles.

Ao estudarmos a história da imprensa, construímos nossa pesquisa em torno da questão discursiva, da produção de subjetividades, dos liames culturais e das relações de poder na sociedade (BARBOSA, 2005, p. 105). Como alerta Darnton (2010, p. 45), os jornais devem ser lidos em busca de informações a respeito de como os acontecimentos eram interpretados pelas pessoas da época, não como fontes confiáveis dos acontecimentos em si.

A abordagem metodológica da pesquisa terá como base o modelo proposto por Darnton (2010, p. 127) para o estudo dos impressos. Tal modelo parte da premissa básica de que é necessário um esforço do pesquisador para enxergar o objeto como um todo, entender o ciclo comunicacional que lhe dá vida. “As partes não adquirem seu significado completo enquanto não são relacionadas com o todo”, explica (2010, p.

126). O que o autor sugere é uma análise do circuito comunicacional que envolve o objeto – ou seja, suas materialidades, os atores envolvidos e sua relação com a sociedade. “É preciso desvendar quem escrevia nesses periódicos, que estratégias esses impressos empregavam para buscar um público mais amplo – ou seja, apelos, valores e estratégias evocadas no seu discurso -, como funcionavam essas empresas e de que forma os textos chegavam ao público”, esclarece Barbosa (2005, p. 104).

Culto às letras na segunda metade do século XIX

Segundo Damasceno Ferreira (1975, p. 13), desde a metade do século XIX, uma elite intelectual reunida em sociedades literárias estava implicada em difundir e produzir o culto às letras numa época em que o livro ainda era um artigo de luxo. A primeira aparição de um periódico literário foi o *Guayba*, em 1856.

Essas folhas eram, então, o meio de circulação da literatura, além da filosofia e da crítica. Apesar de a maioria ter como característica a efemeridade, as publicações desempenharam papel de destaque na divulgação de ideias e na formação de um público leitor, ávido por cultura. É essa geração, articula da em torno das folhas e grupos, que vai descobrir o Rio Grande para a vida literária, explorar a rico filão de seus costumes, hábitos e tradições. O estado de espírito romântico, já no ocaso em outras regiões do Brasil, serviu de estímulo e forneceu os modelos necessários (CESAR, 1971, p. 171). Esses grupos se preocupavam não só com a produção literária, mas também com princípios sociais e políticos. Assim, organizavam-se em sociedades, como a Partenon Literário, criada em 1868. “A iniciativa da criação de tal sociedade coubera a um grupo de jovens e representou então o primeiro esforço bem sucedido de agremiar, aqui, homens de inteligência”, saliente Cesar (1971, p. 175). Entre os membros, estavam Apolinário Porto Alegre, Carlos von Koseritz, Caldre Fião e Múcio Teixeira. As mulheres também estavam presentes, representadas por Luciana de Abreu, Amália dos Passos Figueirôa, Luisa Azambuja e Revocata dos Passos Figueiroa de Melo. O diretor de *O Lábaro*, Azevedo Júnior, era membro da sociedade, como veremos adiante.

4. O cotidiano desenhado nas páginas de um jornal

A primeira edição de *O Lábaro* circulou no dia 10 de outubro de 1880. O jornal apresentava-se como uma folha literária e científica e era dirigido por Joaquim José Teixeira de Azevedo Júnior, responsável, na cidade, pelo lançamento dos periódicos *O Caixeiro* (1873-1879), *O Colibri* (1877-1878) e *O Contemporâneo* (1886-1888). Foi também colaborador do jornal *O Mercantil*, na tipografia do qual *O Lábaro* era impresso. Eram quatro páginas de texto, sendo 2\$000 a assinatura trimestral para o interior e 2\$5000 para o exterior (DAMASCENO FERREIRA, 1975). O pagamento, como assinalam as

capas, deveria ser adiantado. A distribuição era feita aos domingos, embora haja o registro de atrasos por conta do excesso de trabalho na tipografia.

No primeiro número, o texto de abertura anuncia a filiação ao positivismo e destaca a importância da atividade jornalística para a difusão de ideias ao povo:

Retirados do acampamento das evoluções sociológicas e occultos da tenda de nossa obscuridade, de ha muito que projectavamos hastear na craveira luminosa da civilisação o *Lábaro* de nossas crenças, apoiado nas verdades do positivismo. Este desejo, vemo-lo hoje, em parte, realiado.

[...]

Como já disse alguém: – *nunca é de mais um batalhador na liça onde em vez de polido aço lampeja o pensamento*. Atiramo-nos á luta, na esperança de que poderemos vencer. O espirito do se culo favorece os que procuram elevar-se pelo estudo. No meio do turbilhão das idéas a – imprensa – foi o ponto luminoso que divulgamos. O – jornal – é muitas vezes o crysol onde se depuram as grandes intelligencias, e nem só o livro é a biblia da humanidade.

N'elle, ha tambem pensamentos grandiosos, inspirações de verdadeiros talentos que por muito tempo viveram ignorados na onda tumultuaria das vulgaridades. Alguns, igualitarios á pleidade que cimenta de alicerces de futuro, deixariam de ter um lugar no Pantheon da posteridade se não existisse o jornalismo – esse Evangelho que é um auxilio poderoso da educação do povo. Baseados neste principio, arrojamó-nos a dar á luz da publicidade o *Lábaro* das idéas que abraçamos. É esta a nossa profissão de fé. (As nossas idéas. 10 de outubro de 1880, *O Labaro*, ano I, nº 01)⁴

De acordo com a análise de Damasceno Ferreira (1875), embora Azevedo Júnior pretendesse orientar o jornal conforme os preceitos positivistas, a folha não teria chegado a isso, nem mesmo poderia ser classificada como uma publicação científica. Para ele, seria, inclusive, uma publicação literária de nível inferior, se comparada com outras folhas do mesmo gênero da época, como *O Guayba*, *Revista do Partenon Literário*, *Revista Literária*, *O Mecenaz*, entre outros títulos. “Sem recursos de cultura capazes de emprestar essa feição a seu jornal, a rigor é *O Lábaro*, como outras tantas publicações locais, um simples periódico literário e apreciável presença nas esferas intelectuais da Província e ao qual deram colaboração vários nomes da época, alguns já feitos, outros de estreates promissores”, afirma.

O autor reconhece, entretanto, a presença do positivismo, mesmo que esporádica, em textos do jornal, que estariam ali “a fim de justificar sua condição de publicação, além de literária, científica e... positivista (...) A verdade, porém, é que, como já se assinalou, nas colunas d’*O Lábaro* predominam as criações de caráter apenas literário,

4 Mantivemos a grafia original das palavras.

raramente encontrando-se ali artigos (...) e muito menos estudos científicos ou ensaios filosóficos” (DAMASCENO FERREIRA, 1975, p. 127). Destaca, ainda, o espaço destinado a autores brasileiros e portugueses, em contraste com outros periódicos do gênero que limitavam seu espaço a nomes da província.

Os textos publicados, no entanto, em especial os artigos que ocupam as primeiras páginas, iniciando pela capa, demarcam a vinculação do jornal com uma ideia de progresso atrelada aos ideias positivistas e republicanos. Se não pode ser caracterizada como uma folha positivista em sua essência, já que o espaço aos textos literários, sem posicionamento político e filosófico definido, predominam, os artigos publicados deixam clara a intenção de se posicionar, mesmo que o êxito dessa empreitada possa ser questionado.

Como referido, destacam-se em *O Lábaro* diferentes gêneros literários. O poema e o romance-folhetim estão presentes em praticamente todas as edições. A crônica e o conto também têm seu lugar nas páginas do jornal. Em relação ao folhetim, vale destacar a publicação completa de *Um drama social*, do chileno Alberto Blest Gana, traduzido pessoalmente pelo proprietário Azevedo Júnior. A crítica de teatro também está presente – as peças, os diretores, as atuações e o comportamento do público são analisados, com fina ironia, por autores protegidos por pseudônimos – Frantz, Bibi e Kpadocio, entre outros. Por vezes, o jornal dedica uma coluna especialmente à crítica teatral, intitulada *Theatrics*. Na maioria das edições, no entanto, ela se encontra na coluna *Notas a lápis*, miscelânea de assuntos da sociedade letrada local. Além do teatro, estão lá as notas sociais, a cobertura dos jantares, das corridas de cavalo e as brigas intermináveis entre redatores de *O Lábaro* e seus congêneres em periódicos como *O Telefone* e *O Conservador*.

Pode-se dizer que, na coluna *Notas a lápis*, *O Lábaro* experimenta o jornalismo da época, através da interpretação e relato dos acontecimentos. Trata-se, não há dúvida, de um jornalismo opinativo, marcado, como dito há pouco, pela ironia, mas também pelo humor e pelo chiste. A esses elementos é dedicada ainda a coluna *Bimbalhadas – Verdades que parecem mentiras*, que disseca a vida pública local e faz graça do próprio periódico, como podemos verificar na edição de número 22 (05/06/188 1):

Verdades que parecem mentiras

[...] Considerar monumentos de oratoria os discursos proferidos pelos inteligentes deputados provinciaes.

[...] O nosso jornal ser o melhor que se publica em Porto Alegre.⁵

A cobertura do carnaval, da agenda do Theatro São Pedro e do Teatro das Variedades, a resenha de livros doados pela *Livraria Americana*, a crítica ao conservadorismo, tendo como alvo direto os jornais concorrentes, representam um esforço para narrar

5 Mantivemos a grafia original das palavras.

o presente da época, para marcar uma posição diante da realidade e para lançar ideias para o futuro.

O Lábaro de Azevedo Júnior

O proprietário de *O Lábaro*, Joaquim José de Azevedo Júnior, era um homem da imprensa. Sobre ela, escreveu:

[...]

A deusa imaculada, a triunfante imprensa, Aquela que relata os feitos dos heróis

E faz da escuridão, da noite mais intensa

Um mar de viva luz mais clara que a dos sóis⁶.

Escritor, tradutor, poeta e jornalista, encontrou nos periódicos literários o espaço para mostrar sua arte e também suas opiniões. Foi dono de alguns jornais, colaborador de outros, publicou livro. Português, natural de Póvoa do Varzim, não há consenso quanto a sua data de nascimento. Segundo Martins (1978, p. 57), seria 17 de outubro de 1860. Damasceno Ferreira (1975, p. 72) diz que, em 1873, Azevedo Júnior contava 15 anos – teria nascido, então, em 1858. Vaz (2006) parte da certidão de óbito do jornalista que indica o nascimento em 1856 – assim, teria, no máximo, 17 anos ao dirigir seu primeiro jornal, *O Caixeiro*, em 1873, e 24 ao criar *O Lábaro*, em 1880. Embora o dado possa surpreender o leitor contemporâneo, o início aparentemente precoce nas lides da imprensa não consistia em raridade.

Azevedo Júnior teria vindo residir em Porto Alegre ainda criança. Sua carreira nos impressos teria iniciado em 1873, com o *Caixeiro*, que circulou até 1879. Nesse período e nos anos que se seguiram, colaborou com bom número de jornais locais, como *O Mercantil*, grande defensor da causa abolicionista, *O Telefone*, periódico literário destinado à *distração dos leitores*, como disse Damasceno Ferreira (1975), *Álbum de Domingo* e *O Colibri*, também literários.

Em 1877, estaria à frente desse último – embora sua direção não fosse declarada (DAMASCENO FERREIRA, 1975), Vaz (2006), em estudo sobre os imigrantes portugueses no Brasil, salienta essa função. Certo é que, entre os anos de 1880 e 1881, dirigiu *O Lábaro*. Era membro da Sociedade Partenon Literário, grupo com atuação importante na província, “quer pelo que realizou como entidade de fins culturais, quer pelo que fizeram individualmente os seus agremiados, cujos nomes passaram a capitanear a vida mental do Rio Grande”, como explica Cesar (1971, p. 172). Ao arrolar os nomes em evidência no Partenon, o autor não esquece de Azevedo Júnior. Como explica, eram, em essência, quase todos liberais e republicanos, salvo raras exceções. Aparecem já os

6 Trecho do poema *A imprensa*, traduzido para o português contemporâneo por Vaz (2006).

futuros positivistas rio-grandenses, que entrariam em choque com os velhos liberais da monarquia. Azevedo Júnior estaria entre eles. A Sociedade Partenon Literário foi criada em 1868, 12 anos antes de *O Lábaro*. Possuía uma revista mensal, de mesmo nome, instituiu aulas noturnas gratuitas, lutou bravamente pela abolição da escravatura, procurou libertar a mulher de certos preconceitos da época, criou uma biblioteca, entre outras relevantes ações que influenciaram a vida cultural provinciana.

As ideias defendidas por *O Lábaro*, em muitos momentos, dialogam com os preceitos da Sociedade Partenon Literário. A atenção ao teatro é outra característica comum. E a trajetória de Azevedo Júnior, que também foi membro da Sociedade Dramática

Particular Luso-Brasileira, nos ajuda a compreender melhor o amplo espaço dedicado ao tema pelo jornal.

Findada a experiência de *O Lábaro*, Azevedo Júnior lançou o livro *Frisos de Luz*, impresso na Tipografia de *O Mercantil*. A obra reúne poemas do autor, alguns inclusive publicados em *O Lábaro*, e consiste no único livro conhecido de sua autoria. Em seguida, dirigiu *O Contemporâneo*, de sua propriedade, lançado em 1886. A publicação consegue se manter até 1888, mas o estado de saúde de Azevedo es torna grave e a publicação foi interrompida. No mesmo ano, ele morre de tuberculose (FERREIRA, 1975, p. 146-147).

A vida cultural da província em notas a lápis

A vida que emerge das páginas de *O Lábaro* convida a uma análise qualitativa, baseada em uma leitura exaustiva de seus textos, considerando, é claro, nosso distanciamento temporal. Tendo como base o circuito da comunicação, nossa escolha metodológica para a abordagem dos textos foi a análise de conteúdo qualitativa, inspirada em Bardin (1977). Catalogamos todas as edições disponíveis para pesquisa no acervo do Museu de Comunicação Hipólito José da Costa⁷, que compreendem a coleção completa do jornal. Ao todo, são 497 textos, publicados em 58 edições, ao longo dos anos de 1880 e 1881. Os exemplares analisados foram digitalizados e estão disponíveis para acesso via Internet na página de nosso projeto de pesquisa: <www.ufrgs.br/jornaisliterarios>.

O Lábaro circulava semanalmente, aos domingos, com quatro páginas. A capa reservava espaço a um artigo, de autoria de nomes locais ou de personalidades brasileiras e portuguesas, como Castro Alves, Guimarães Júnior, Lauro Sodré, José do Patrocínio, Brazílio Machado, Teófilo Braga e Fagundes Varela. Havia também espaço para a tradução de originais estrangeiros, em especial franceses. Merece menção o romancista Victor Hugo, que não apenas tem seus textos publicados, como aparece citado em muitos desses artigos de capa, por conta de suas ideias e de sua defesa do progresso.

7 O Museu Hipólito José da Costa é uma instituição da Secretaria de Cultura do Estado do Rio Grande do Sul. Seu acervo de jornais reúne mais de três mil títulos. Ao todo, são mais de 50 mil exemplares. Informações podem ser obtidas no site <www.museudacomunicacao.rs.gov.br>.

A capa trazia, ainda, a seção *Livro de registros*, onde são mencionados os títulos de periódicos enviados para a equipe do jornal, os convites recebidos – para jantares, peças de teatro, bailes etc. Era uma coluna reservada à comunicação entre o jornal, seus leitores e parceiros. Exemplifica isso a edição de número 6 (14/11/1880), na qual a redação agradece o convite enviado pela *Philarmônica de Porto Alegre*, mas informa que, infelizmente, não será possível comparecer ao concerto. De modo contundente, o *Livro de registros* é utilizado para cobrar os assinantes inadimplentes. Isso porque a estratégia do jornal era enviar continuamente as edições para leitores que não as solicitaram – aqueles que não desejassem pagar, deveriam devolver os números na tipografia. É claro que muitos, mesmo não querendo pagar, não devolviam as edições e recebiam a cobrança da assinatura. Os conflitos decorrentes dessa estratégia não ficavam nos bastidores, mas eram divulgados na capa. Por vezes, eram cobranças gerais, como a publicada nesse mesmo número 6: “A certos assignantes: – Olhem que vocês são mesmos umas ingenuas creaturinhas. Se não lhes apparecesse a visita do cobrador, continuariam a receber o periodico”⁸. Mas havia cobranças mais diretas, como a que aparece no número seguinte (21/11/1880): “Aos Srs. A. P. F., J. M. e J. F. S. P. – Então suas senhorias só depois de receberem o 4º numero é que se lembraram que não queriam ser assignantes? Ora, meu s amigos, isso só dando-lhes uma resposta que é muito conhecida. Enfim, tomamos notae ficamos conhecendo-os”⁹.

Como já identificamos em outros jornais literários da época¹⁰, embora houvesse textos soltos, é clara a preocupação demonstrada em organizar o conteúdo, dividindo-o em seções, algumas delas com grande assiduidade nas páginas. No caso de *O Lábaro*, destaca-se a seção *Notas a lápis*, assinada por diferentes pseudônimos. A coluna já aparece na primeira edição do jornal, destacando o aniversário de seis anos da Sociedade Dramática Luso-Brasileira, a qual era integrada pelo proprietário Azevedo Júnior. São objeto de comentários do autor o drama *Lucia Dedier* e a comédia *Polacos e Russos*, encenadas em comemoração à data. “É este um dos dramas que tem sido representados satisfatoriamente por esta sociedade, que conta em seu grêmio moços de reconhecida vocação para o teatro”¹¹. A coluna informa que Azevedo Júnior recitou uma poesia, saudando a Sociedade. É possível que o texto seja de sua própria autoria, embora não possamos afirmá-lo com certeza.

No mesmo número, sob o pseudônimo Frantz, o colunista discorre sobre a visita de Bibi a Balduíno Röehrig, fotógrafo estabelecido na cidade desde a década de 1860.

8 Mantivemos a grafia original das palavras.

9 Mantivemos a grafia original das palavras.

10 STRELOW, Aline. Primórdios da imprensa literária no Rio Grande do Sul – A história do jornal O Guayba. Trabalho apresentado no 9º Encontro Nacional de História da Mídia, em 2013. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/primordios-da-imprensa-literaria-no-rio-grande-do-sul-2013-a-historia-do-jornal-o-guayba>>.

11 Mantivemos a grafia original das palavras.

Bibi teria ido ao atelier de Röehrig, situado então à Rua da do Rosário, em busca de um retrato em daguerreótipo:

O Sr. Balduino Röhrig polidamente recebeu-lhe a visita, escutou-o e momentos depois assestava contra elle aquella machina escutou-o e momentos depois assestava contra elle aquella machina exquisita, invenção de Daguerre.

O caso é que nós, que estávamos presentes, vendo o Sr. Balduino cobrir-se com o tal panno preto e confundir-se com o seu *ganha pão* –, recuamos espavorido. Vejam o que são impressões da meninice. Julgamos estar ali perto de um *boi-tatá* ou cousa parecida¹².

O daguerreótipo chegou em Porto Alegre em 1853, com o fotógrafo italiano Luiz Terragno. Röehrig teria se instalado na década seguinte, primeiro à Rua de Bragança, depois na Rua da Praia e, por fim, na Rua do Rosário. Conforme Damasceno Ferreira (1974, p. 14), era um artista bastante conceituado e em cujo atêlier se faziam retratos conforme todos os sistemas conhecidos à época, inclusive os de chapa inteira, coloridos a óleo ou aquarela. O daguerreótipo era uma de suas especialidades. A fotografia, a exemplo do que ocorreu em outros lugares, popularizou, em Porto Alegre, a arte do retrato. Os preços cobrados, de acordo com o mesmo autor (p. 4) eram acessíveis, de 4\$000 para cima, de modo que não haveria pessoa, por pobre que fosse, que não pudesse ter a satisfação de guardar para o futuro agradáveis recordações de suas idades, parentes e amigos.

Na edição de número 9 do segundo ano do jornal (27/ 02/1881), são publicadas as *Notas carnavalescas*, uma cobertura bastante entusiasmada dos festejos do período na capital da província, com foco no ensaio da *Sociedade Esmeralda*. “Esteve esplendido o ensaio burlesco, que esta distincta e sympathica sociedade iniciou os seus festejos deste anno”¹³, afirmou o colunista, sob o pseudônimo Mephistopheles. Ele acompanhou o grupo pelas ruas da cidade, passando pela Bragança e voltando pela Rua da Igreja, e destacou as críticas bem-humoradas à Exposição Brasileira-Alemã, que se realizou em outubro daquele ano.

O carnaval já era, naquele momento, um dos grandes eventos culturais da cidade. E não só da aristocracia, com seus bailes e desfiles, como ainda o do povo, com suas máscaras, seus guizos e, sobretudo, com suas ativas estuchas e bisnagas (DAMASCENO, 1974, p. 56). Segundo o autor, em 1881, a festa porto-alegrense já se equiparava com a que se realizava no Rio de Janeiro. Os maiores bailes públicos ocorriam no Theatro São Pedro e no Teatro Variedades. Os bailes da Sociedade Esmeralda, da Germânia e dos Venezianos eram os mais luxuosos. No ano de 1881, “o povo, mais que nunca, se

12 Mantivemos a grafia original das palavras.

13 Mantivemos a grafia original das palavras.

entrega de corpo e alma, aos prazeres do entrudo, dos desfiles alegóricos e das reuniões dançantes”, afirma (p. 60).

Ensaia-se, nas colunas de *O Lábaro*, uma espécie de jornalismo literário-independente (RÜDIGER, 2003), que se voltava para o dia a dia da cidade, com especial destaque para sua vida cultural.

A sociedade letrada nascente encontrava nos periódicos dessa linha um espaço de construção, de contato com as coisas da literatura, do teatro e da cultura, de um modo geral. As coberturas de eventos sociais são fartas. Chama a atenção que os textos estão, em sua maioria, endereçados às leitoras, mas seus personagens e fontes são predominantemente masculinos. Elas liam e escreviam, mas ainda não era notícia.

Referências

BAKOS, Margaret Marchiori Bakos. **Marcas do positivismo no governo municipal de Porto Alegre**. Estudos Avançados 12 (33), 1998, p. 213-226.

BARBOSA, Marialva. Jornalismo impresso e a construção de uma memória para a sua história. In? BRAGANÇA, Aníbal; MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). **Comunicação, acontecimento e memória**. São Paulo: Intercom, 2005.

_____. Meios de comunicação e história: um universo de possíveis. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves. **Mídia e memória: A produção de sentidos**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. **Por uma história cultural da imprensa**. In: Alceu – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Vol. 2, n. 1, Julho de 2008.

_____. **Múltiplas formas de contar uma história**. In: Alceu – Revista do Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO). Vol. 10, n. 20, Janeiro a Julho de 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70, 1977.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

CESAR, Guilhermino. **História da literatura do Rio Grande do Sul: 1737 1902**. Porto Alegre: Globo, 1971.

DAMASCENO FERREIRA, Athos. **Imprensa literária de Porto Alegre no século XIX**. Porto Alegre: UFRGS, 1975.

_____. **O carnaval porto-alegrense no século XIX**. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1970.

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette: Mídia, cultura e revolução**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

FRANCO, Sérgio da Costa. **Gente e espaços de Porto Alegre**. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 2000.

_____. **Porto Alegre e seu comércio**. Porto Alegre: Associação Comercial de Porto Alegre, 1983.

HOHLFELDT, Antonio. **Deus escreve direito por linhas tortas: O romance-folhetim dos jornais de Porto Alegre entre 1850 e 1900**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas: Unicamp, 2003.

LOURO, Guacira Lopes. Porto Alegre – finais do século 19: normalistas e moças bem comportadas. In: **Porto Alegre na virada do século 19: cultura e sociedade**. Porto Alegre: UFRGS, UNISINOS, ULBRA, 1994.

MARTINS, Ari. **Escritores do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Ed. da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituição Estadual do Livro, 1978.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Fronteiras da desordem: violência e sensibilidade do sul do Brasil, final do século XIX. In: **Sociabilidades, justiça e violências: práticas e representações culturais no Cone Sul (séculos XIX e XX)**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

_____. **Exposições Universais, espetáculos da modernidade do século XIX**. São Paulo: Hucitec, 1997.

RÜDIGER, Francisco. **Tendências do jornalismo**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

VAZ, Artur Emilio Alarcon. **A lírica de imigrantes portugueses no Brasil Meridional (1832-1922)**. Tese de doutorado em Literatura Comparada (UFMG), 2006. Disponível em <[http://repositorio.furg.br:8080/bitstream/handle/1/2250/A%201%C3%ADrica%20de%20imigrantes%20portugueses%20no%20Brasil%20meridional%20\(1832-%201922\).pdf?sequence=1](http://repositorio.furg.br:8080/bitstream/handle/1/2250/A%201%C3%ADrica%20de%20imigrantes%20portugueses%20no%20Brasil%20meridional%20(1832-%201922).pdf?sequence=1)>. Acesso em 17/01/2014.

VEYNE, Paul. **Como se escreve a história**. Brasília: UNB, 1998.

A “descoberta da política” e o despertar “do espírito de rebeldia” O ambiente estudantil e a militância de esquerda nas notícias sobre o passado militante de Dilma Rousseff¹

Gabriella Nunes de Gouvêa²

Resumo: O presente artigo analisa a construção discursiva de duas notícias que têm como tema o Colégio Estadual Central, em Belo Horizonte, e sua influência nos primeiros passos de Dilma Rousseff rumo à militância política. As notícias, veiculadas pelo jornal *O Globo* e revista *Istoé*, foram publicadas nos dias seguintes à eleição presidencial de 2010. Nosso objetivo é verificar quais são as imagens que emergem a respeito da militância de esquerda, bem como sobre o papel do ambiente estudantil no ingresso de jovens em grupos de resistência durante o regime militar, a partir dos elementos centrais em torno dos quais se constroem as notícias e tendo a análise crítica da narrativa como fonte das bases metodológicas que orientam a realização dos estudos empíricos. A pesquisa aqui proposta se insere em uma perspectiva que considera as notícias a partir de seu poder estruturador da realidade, tomando-as como sistemas simbólicos.

Palavras-chave: narrativas jornalísticas; ditadura militar; militância; notícias; Dilma Rousseff.

Militância, movimento estudantil e a eleição presidencial de 2010

Os acontecimentos que marcaram a cena política do país a partir de 1964 – e nos vinte anos que se seguiram – ganharam novamente, décadas depois, as capas de jornais, revistas, as manchetes dos telejornais e dos *sites* de notícias. Em novembro de 2010, quando Dilma Rousseff foi eleita presidente da República, a atuação de grupos militantes durante o regime militar no Brasil pautou grande parte do noticiário veiculado sobre a primeira mulher a ocupar o mais alto cargo da República.

1 Trabalho apresentado no GT de Historiografia da Mídia integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestranda em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB), sob a orientação do prof. Dr. Luiz Gonzaga Motta. Jornalista e especialista em Assessoria em Comunicação Pública. <gabriellagou@gmail.com>.

Na verdade, a participação de Dilma nas organizações de esquerda já havia sido destacada em diversas notícias mesmo durante o período de campanha, mas ali o clima de disputa entre os candidatos dava àquelas notícias um certo caráter especulativo.

Assim, à historicidade da escolha de uma mulher para a Presidência do país se juntou o seu “passado militante” e, juntos, deram a tônica da cobertura jornalística nos dias que se seguiram a 1º de novembro daquele ano.

De acordo com dados do projeto *Brasil: Nunca Mais*, durante as décadas de 1960 e 1970 existiram no Brasil mais de quarenta organizações de esquerda. No governo de João Goulart, os movimentos e organizações sociais já ganhavam força e visibilidade a partir das lutas pelas reformas de base³, lutas essas que foram se intensificando cada vez mais a partir do golpe de 1964, com a tomada de poder pelos militares e o modelo desenvolvimentista adotado por eles, que fez com que as desigualdades econômicas e sociais no país se tornassem ainda maiores. Havia também as medidas restritivas e cerceadoras que atingiam os direitos políticos e as liberdades individuais: ainda em 1964, o Ato Institucional nº 1 definiu que as eleições para Presidente seriam realizadas indiretamente e o AI-2, no ano seguinte, contribuiu para estabelecer o bipartidarismo no país.

É nesse cenário de reivindicações que o movimento estudantil se destacou: segundo De Decca⁴, a universidade brasileira era o “foco” de resistência mais forte e mais articulado ao regime militar e, justamente por isso, “um dos alvos preferenciais da repressão ditatorial” (GORENDER, 1987, p. 145) como evidencia o histórico de acontecimentos que marcaram aquela década: no mesmo ano do golpe, durante o governo Castelo Branco, a Lei Suplicy⁵ estabeleceu quais seriam os órgãos de representação estudantil de ensino superior no país, decretando assim a ilegalidade da União Nacional dos Estudantes, a UNE; também em 1964 a Faculdade de Direito, no Rio de Janeiro, foi invadida pela polícia do governo. Já no ano seguinte, a Universidade de Brasília (UnB) foi fechada e mais de cem professores foram destituídos; em 1966 as universidades gratuitas foram transformadas em centros docentes pagos (PALMEIRA, 1976) e uma invasão dos militares no prédio da Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro reprimiu com violência os estudantes que se reuniam ali para fazer reivindicações à reitoria, no episódio conhecido como Massacre da Praia Vermelha.

De acordo com Vladimir Palmeira (1976, p. 26), que atuou como dirigente estudantil nos anos da ditadura, foi a partir de 1966 que ganhou força a radicalização do movimento estudantil. Segundo ele, “nos demos conta de que a única forma possível de lutar contra o reformismo era a supressão do debate teórico e partir para uma política prática”.

3 As campanhas reformistas do início da década se estendiam pelos planos educacional, agrário, urbano e econômico.

4 Quatro visões do golpe. *Jornal da Unicamp*, edição 246, março/abril 2004.

5 Uma referência ao então ministro da Educação, Flávio Suplicy.

Em 1968 aconteceria, então, um dos episódios mais conhecidos no histórico de repressão da ditadura ao movimento estudantil: o cerco montado pela Polícia Militar no sítio onde os estudantes estavam reunidos, em Ibiúna (SP), para a 30ª edição do Congresso da UNE. 920 jovens foram levados presos para São Paulo em cinco caminhões do Exército e dez ônibus (GASPARI, 2002, p. 325). A prisão dos estudantes durante o Congresso é considerada “um golpe decisivo” contra o movimento estudantil que já vinha contando com cada vez menos apoio nas passeatas e mobilizações, sempre com a repressão policial presente. Segundo Gaspari, aquele 12 de outubro de 1968 jogou na clandestinidade dezenas de quadros das organizações esquerdistas: “nos seis anos seguintes, morreriam 156 jovens com menos de trinta anos. Deles, pelo menos dezenove estiveram em Ibiúna” (ibidem, p. 325).

O fato é que a participação de jovens estudantes, especialmente os universitários, nos grupos de resistência à ditadura foi, de certa forma, fomentada pelo próprio governo, na medida em que ao investir no ensino superior para garantir a qualificação do trabalho dos pesquisadores nas universidades, em prol do avanço tecnológico almejado, o regime militar também contribuiu com a qualificação dos debates humanísticos e sociais entre os estudantes. Para João Roberto Martins Filho (2007), a abertura das universidades aos setores médios da sociedade, com o conseqüente aumento do número de estudantes, somada ao incentivo da Igreja Católica em prol da atuação dos jovens junto a movimentos sociais são dois fatores importantes para a consolidação do movimento estudantil no país.

De acordo com Marcelo Ridenti (1993, p. 115-117), em comparação com períodos anteriores, a importância e a presença dos estudantes na composição das esquerdas se tornou muito mais significativa a partir de 1964. Os dados apresentados pelo autor mostram que os estudantes representaram 24,5% do total de 3.698 processados por ligação com grupos de esquerda durante o regime militar, e por 30,7% do número de denunciados por vinculação com organizações guerrilheiras urbanas. Algumas organizações apresentaram ainda índices superiores à média geral dos partidos no que se refere à participação estudantil: era o caso do Comandos de Libertação Nacional (Colina), uma “organização tipicamente estudantil de Minas Gerais [...] que surgiu de uma dissidência da Polop⁶, no seu Congresso de 1967”.

Se a ditadura contribuiu, de forma direta, para a qualificação dos debates nas universidades e, indiretamente, para o estímulo à capacidade de reflexão dos próprios estudantes, o mesmo também aconteceu, de maneira geral, com o acesso de jovens e adolescentes ao ensino secundário. De acordo com Gianordoli-Nascimento, Santos e Trindade (2012), em uma pesquisa que reconstituiu a trajetória de vida de nove mulheres que participaram de movimentos de oposição ao regime militar no Espírito Santo entre os anos de 1964 e 1973, aquelas que militaram até 1968 ingressaram nas organizações de esquerda antes de ter acesso à universidade.

6 Política operária.

A partir dos anos 1950, quando a realidade brasileira esteve marcada pela valorização do mercado interno, crescimento industrial e pela urbanização – destaques do governo Getúlio Vargas –, as oportunidades econômicas e sociais começaram a se expandir, especialmente para as famílias de classe média, garantindo assim uma maior valorização da escolarização: ter os filhos na escola significava para muitas famílias uma forma de ascensão econômica e social. Mesmo que quase sempre incentivadas a seguir carreira no magistério – o chamado curso “Normal” –, diferente dos homens, por exemplo, que seguiam por áreas como direito, medicina e engenharia, para muitas mulheres a escola significou um importante espaço de convivência.

O avanço em direção à escolarização e ao mercado de trabalho se mantém, segundo Flávia Esteves e Rachel Soihet (2007, p. 362), nos primeiros anos do regime militar, quando o modelo de desenvolvimento conhecido como “milagre econômico” contribuiu para o aumento do número de empregos no setor estatal, bem como o acesso à educação técnica e profissionalizante. Assim, muitas mulheres – especialmente da classe média – puderam não só adquirir novas condições de vida, como também ter acesso ao movimento estudantil e às organizações de esquerda.

Assim como as universidades, portanto, as escolas de ensino médio podem ser consideradas uma “formidável agência de socialização política de homens e mulheres” nos anos do regime militar (GIANORDOLI-NASCIMENTO *et al.*, 2007, p. 364, grifo nosso). É justamente aqui que nosso estudo se detém: ao “reconstruir” a trajetória de Dilma nas organizações militantes, dois veículos impressos dedicaram algumas páginas dos cadernos, especialmente produzidos para aquela data histórica, para tratar sobre o lugar onde, segundo eles, tudo começou: o Colégio Estadual Central, em Belo Horizonte.

Em uma das reportagens que integrou a primeira edição publicada depois da divulgação do resultado final da eleição presidencial de 2010, a revista *Istoé* trouxe o seguinte título: “A descoberta da política no Colégio Central”. Já no jornal *O Globo*, a reportagem foi intitulada “A escola que despertou o espírito de rebeldia”. Cabe destacar que, no caso da *Istoé*, a matéria sobre o Estadual Central é uma das três reportagens publicadas pela revista, em sua edição especial, que fazem referência à militância política da presidente eleita. Já no jornal *O Globo*, o Colégio em que Dilma estudou é tema de uma entre as duas únicas matérias, do caderno especial, que tratam sobre os dias de militante de Dilma durante a ditadura.

Tendo em vista a importância conferida pelos dois veículos ao período estudantil da presidente eleita, associando-o diretamente ao ingresso dela em organizações de esquerda que lutavam contra a ditadura, optamos por analisar tais matérias a fim de verificar – a partir da construção discursiva das narrativas jornalísticas em questão – quais os sentidos e imagens que emergem sobre a militância política e sobre o próprio ambiente estudantil em suas influências para o ingresso dos jovens em grupos de resistência.

Com relação às nossas escolhas metodológicas, as premissas que nos permitiram adotá-las e o *corpus* de análise, portanto, fazem-se necessárias breves explicações.

As notícias e o simbólico: opções metodológicas

Ao tomarmos as notícias como narrativas não estamos desconsiderando a noção de realidade social sob a qual se apoia o jornalismo para adotarmos uma posição puramente ficcional: como destaca Motta (2002, p. 14), “é claro que o conteúdo explícito das notícias importa. Mas importa menos pela absorção de seus significados imediatos e muito mais pelos sentidos culturais que disseminam”. Assim, a notícia “como uma prática discursiva de construção de significados sobre os acontecimentos” (MOTA, 2012, p. 207) informa e explica um determinado fato, mas também fornece referências à vida social, difundindo valores, crenças, normas de comportamento e pontos de vista (BIRD; DARDENNE, 1999). É, assim, que ela se constitui como um sistema simbólico.

E, nesse sentido, o jornalismo também se configura uma como esfera de representação: dado o espectro amplo de pessoas que ele alcança, o jornalismo amplifica os discursos que circulam entre os grupos sociais, as representações já existentes e as construções simbólicas recorrentes. Mas, ao mesmo tempo em que refletem os enunciados e modos de enunciação compartilhados socialmente, como destaca o pesquisador espanhol Albert Chillón (2000, p. 121), as notícias também “prefiguram as representações do imaginário social” (MORAES, 1994, p. 35). Para Maffesoli (2001, p. 81) “as tecnologias do imaginário bebem em fontes imaginárias para alimentar imaginários” e, nesse sentido, é preciso considerar a influência jornalística a partir tanto do sistema simbólico e valorativo anterior à estruturação das notícias, quanto daqueles que se instauram por meio delas.

É a partir destas definições iniciais que estabelecemos os procedimentos metodológicos de nosso estudo: a análise crítica da narrativa jornalística nos dá as noções centrais por meio das quais propomos uma análise primeira, centrada nos recursos sintáticos do texto e onde observaremos especialmente os adjetivos, substantivos e verbos utilizados, as fontes ouvidas pela reportagem, as expressões utilizadas pelo próprio narrador-jornalista na construção do texto; e uma análise segunda, esta sim buscando compreender os sentidos sobre a militância política trazidos pelas reportagens.

É importante destacar que o presente estudo tem como ponto de partida duas notícias que tratam sobre o início da atuação e do interesse de Dilma Rousseff por questões políticas e que culminou com a sua participação em grupos de resistência à ditadura militar. Desta forma, as notícias analisadas giram em torno de um personagem específico, ou seja, elas têm como fim último construir uma narrativa sobre a presidente eleita e sua história, considerando ainda que as notícias estudadas se inserem em edições especiais preparadas pelos veículos após a divulgação do resultado final da disputa eleitoral de 2010. De toda forma, no entanto, a construção de tais narrativas perpassa evidentemente pela militância como um todo: e é aí que reside nosso interesse.

São objeto de nosso estudo a edição 0001, de 3 de novembro de 2010, da revista *Istoé*, que foi a primeira a ser veiculada após a vitória de Dilma Rousseff, e a edição do

dia 1º de novembro de 2010 do jornal *O Globo* que trouxe um caderno de reportagens sobre a presidente eleita intitulado “De Silva para Rousseff”. Abaixo, segue a descrição dos títulos das reportagens, acompanhados de seus respectivos subtítulos:

Istoé

“A descoberta da política no Colégio Central”

“Como o ambiente escolar e a conjuntura nacional influenciaram a jovem a ser tornar, aos 16 anos, militante de esquerda”

O Globo

“A escola que despertou o espírito de rebeldia”

“Dilma Rousseff deixou o colégio de freiras para estudar num centro público de referência, que exalava liberdade. Ali se operou uma verdadeira revolução na cabeça da futura presidente”

O Colégio Estadual Central e os sentidos sobre a militância

O Colégio Estadual Central, em Belo Horizonte, só recebeu esse nome a partir de 1963, mas sua criação data de muito antes⁷: em 1854 foi instalado na cidade de Ouro Preto (a então capital de Minas Gerais) o Liceu Mineiro. Em 1890 o Liceu é extinto e, no mesmo local, passa a funcionar o Ginásio Mineiro que, oito anos depois, é transferido para Belo Horizonte e, em 1943, muda novamente de nome – desta vez para Colégio Estadual de Minas Gerais. É em 1956 que o Colégio começa a funcionar no mesmo local onde está até hoje, já com as obras projetadas pelo arquiteto Oscar Niemeyer. Com a criação, em 1963, de outros ginásios anexos, ele recebe então a denominação de Colégio Estadual Central. Desde 1972, no entanto, passou a se chamar Escola Estadual Governador Milton Campos. Além de Dilma Rousseff, outro presidente também passou por lá: Getúlio Vargas foi um dos seus “célebres” alunos.

A partir deste nosso breve relato sobre a história do Colégio Estadual Central, tomaremos dele um ponto específico para darmos início à análise do *corpus* da nossa pesquisa: o projeto arquitetônico desenvolvido por Niemeyer mereceu atenção de ambas as reportagens estudadas. A *Istoé* fala que o Colégio “projetado pelo arquiteto comunista Oscar Niemeyer com a proposta de ser um espaço público e democrático, não tinha muros”. Já *O Globo*, diz que “a rebeldia começava pelos traços do arquiteto” e, em seguida, dá mais detalhes sobre o projeto arquitetônico:

Niemeyer inspirou-se num mata-borrão. O prédio das salas de aula seria uma régua; a caixa d’água, um giz; e a cantina, um caderno. Como não havia mu-

7 Informações obtidas no *site* oficial da Escola Estadual Governador Milton Campos <www.colegioestadualcentral.com.br>.

ros e as salas eram sustentadas por pilotis, parecendo que o prédio todo flutuava, da área interna dava para ver o Centro da cidade.

Os termos *comunista* e *rebeldia*, portanto, que se revelam na descrição da parte física do Colégio e logo no início das reportagens, devem ser tomados com atenção na medida em que evidenciam os padrões de não conformidade, de desobediência sobre os quais se constroem os sentidos sobre a militância segundo as narrativas jornalísticas em questão. Quanto à importância do Colégio para as movimentações políticas da época, *O Globo* fala que “o Estadual Central era o epicentro da agitação estudantil do período” e completa: “foram apenas dois anos passados ali, mas suficientes para operar uma revolução na cabeça da jovem”. Já na *Istoé*, um trecho fala em “um caldeirão social, político e cultural em constante ebulição”. É interessante observar como são coincidentes, em ambas as reportagens, o uso de palavras e expressões que remetem a movimento, à inquietação, a algo que realmente fervilhava, como sugere o termo *ebulição*.

A revista *Istoé* caracteriza o Colégio como um espaço onde a liberdade era palavra de ordem: “espaço público e democrático”; “não tinha muros”; “abrigava uma porção de tribos” e “era heterogêneo e plural” são exemplos de passagens do texto jornalístico que evidenciam essa noção de independência. A liberdade também se reflete no desprendimento que caracteriza os jovens “engajados” em uma passagem do texto que descreve como era um dos bares em que “o pessoal da Polop se reunia”: “era um ambiente existencialista, na penumbra, com cadeiras despojadas e caixotes no lugar dos bancos tomados pela fumaça que saía dos cigarros”.

A ênfase no movimento de resistência como um movimento tipicamente estudantil, jovem, marcado pela liberdade e pelo entusiasmo de seus integrantes também pode ser percebida em expressões e termos como “mobilizaram”, “escancarar os problemas do mundo”, “belo-horizontinos engajados”, “todos os alunos se interessavam por política” e “pessoas de tendência mais progressista”, como afirma uma das entrevistadas.

Já no jornal *O Globo*, a matéria ressalta como era o ensino dos alunos no colégio – “o Estadual Central não tinha diretor, mas reitor. Seus professores não lecionavam matérias, mas cátedras” –, bem como a formação laica. A palavra liberdade é recorrente no texto: “exalava liberdade”, “ilha de liberdade”, “transpirava liberdade” são algumas das expressões que encontramos.

A reportagem fala ainda sobre a disposição dos alunos em contestar – “inflamada assembleia estudantil”, “tudo era motivo para mobilizações” – e apresenta os jovens como “juventude transviada”. É interessante observarmos ainda, já no final da reportagem, o momento quando é feita uma comparação entre os alunos da década de 1960 e os atuais: inicialmente o texto diz que, de acordo com a atual diretora, “o aluno atual não tem a ver com o espírito dos anos 60” e, em seguida, o trecho da entrevistada afirma que os alunos se assustam com a falta de muros. Na sequência: de acordo com o texto, “a diretora admite que a rebeldia não desapareceu por completo, mas de forma menos

engajada” e a entrevistada afirma: “alguns alunos boicotam, tomam atitudes terroristas. Eles se organizam para soltar bomba, arrebentar o banheiro”.

Duas alunas atuais do colégio são então entrevistadas e “devolvem a queixa”, como coloca a reportagem, da diretora: “como a diretoria barra muita coisa, somos obrigados a fazer atividades paralelas, como uma gincana clandestina”.

O uso de algumas palavras, como “rebeldia”, “engajada”, “boicotam”, “terroristas”, “bomba”, “arrebentar”, “paralelas” e “clandestina” são especialmente importantes para pensarmos os sentidos sobre a militância presentes nesta narrativa jornalística: ao mesmo tempo em que se fala em liberdade, fala-se agora em comprometimento, empenho e dedicação dos jovens da década de 1960, mas também em *rebeldia*, ou seja, insubmissão, em corromper-se (como sugere o adjetivo *transviada* usado para caracterizar a juventude). A violência, por sua vez, que marcou as atividades da luta armada também se faz presente nos verbos e demais termos que remetem à agitação, ações que provocam medo e temor.

Ao comparar o Estadual Central com a escola Nossa Senhora de Sion, o colégio católico de onde Dilma saíra, a revista diz que “foi como sair de uma missa rezada em latim diretamente para uma inflamada assembleia estudantil”. Sobre a realidade política da época, segundo o texto, em 1964 “o país se fechava e as liberdades democráticas saíam de cena”. Aliás, quanto aos termos e expressões usados para caracterizar o governo da época, estão: ditadura militar e militares, no caso da *Istoé*, e regime militar em *O Globo*.

Tomando em conjunto as duas reportagens analisadas, é preciso considerarmos que, enquanto *O Globo* se detém especificamente no Colégio Estadual Central e na realidade que marcava a vida dos jovens que lá estudavam, na *Istoé* o Colégio é o ponto de partida para uma análise mais ampla sobre o comportamento de Dilma naquela época, embora, de toda forma, a vida estudantil e a atuação dos jovens em geral também permeie a narrativa como um todo. No caso do jornal analisado, por exemplo, comenta-se sobre como era o cotidiano do Colégio até o início dos anos de 1970 já que, a partir daí, “as restrições do regime militar invadiam o colégio”.

De toda forma, o que vemos é que a vida estudantil se apresenta, nas duas reportagens, como um ambiente marcado pela liberdade dos jovens e que os estimulava a expressar suas opiniões e lutar por elas. Aliás, corroborando com a noção expressa no primeiro tópico deste nosso artigo, sobre os espaços estudantis como espaços de socialização política, a *Istoé* afirma que “o colégio se tornou um dos principais focos de resistência da juventude mineira porque era heterogêneo e plural”.

Ao mesmo tempo em que se atribui à militância engajamento, é preciso considerar que também há, em certa medida, reforço às noções de que a militância muitas vezes se associava a um “capricho” daqueles jovens, de ações promovidas muito mais para causar desordem e alvoroço. O termo *rebeldia*, que evidenciamos anteriormente, é exemplo disso, assim como “tudo era motivo para mobilizações”, como coloca *O Globo*. Há que

se considerar, ainda, as referências às ações violentas praticadas por organizações de esquerda que aderiram à luta armada, especialmente presentes no caso do jornal analisado, e que também remetem, de certa forma, a um pretenso caráter desordeiro e nem tão “político” assim das organizações de esquerda.

Considerações finais

Embora a eleição de Dilma Rousseff em 2010 tenha despertado o tema da militância política durante o período da ditadura militar no Brasil em razão da necessidade jornalística de remontar a vida e a trajetória política da presidente eleita, é indiscutível que as narrativas jornalísticas também construíram sentidos e imagens que, em muito, extrapolaram a atuação militante exclusivamente da presidente Dilma. Mesmo porque ela foi, na verdade, membro de grupos que estavam inseridos em um contexto político, social, econômico e cultural que perpassava a sociedade inteira e para o qual concorriam fatores diversos. Assim, é impossível rememorar a presença da presidente eleita nessas organizações sem trazer à tona elementos que dizem respeito à militância política de esquerda em geral.

É interessante, como comentamos anteriormente, observar que a vida estudantil de Dilma é tida por dois veículos jornalísticos como parte fundamental de sua atuação militante. Tomamos, assim, a escolha do tema Colégio Estadual Central para a construção das reportagens nos cadernos especiais sobre a história de vida da presidente eleita como um indicativo primeiro dos sentidos que recobrem a participação de jovens na luta contra o regime instituído a partir de 1964. Ou seja: a própria definição da pauta antecipa a noção, expressa no texto das reportagens, de que o ambiente estudantil – as escolas de ensino médio, colégios profissionalizantes e universidades – foram essenciais para o ingresso de jovens em organizações de resistência à ditadura.

Foi esse o caso de Rita⁸, como ela mesma contou em depoimento a uma pesquisa sobre os anos da ditadura, que ingressou na universidade em 1970 e no seu segundo ano passou a integrar o Diretório Acadêmico. “Eu fiquei deslumbrada com a escola [...] porque era um formigamento essa coisa da política [...] Foi a oportunidade que eu tive de me engajar mesmo nesse movimento” (GIANORDOLI-NASCIMENTO *et al.*, 2012, p. 168). E, assim, milhares de outros jovens, secundaristas e universitários, começaram a viver, literalmente, o mundo político a partir do convívio escolar.

É preciso pensarmos, também, a retomada das questões militantes por veículos jornalísticos na atualidade como um exemplo importante de como as notícias são peças fundamentais na definição e na articulação da memória histórica e social que nos une enquanto sociedade. Como comentamos quando discutimos sobre nossas opções metodológicas, são essas histórias que estruturam a realidade social na qual vivemos. Ao

8 Nome fictício.

(re)montar, (re)construir sentidos sobre os mais variados acontecimentos – atuais ou não –, as notícias são determinantes na definição do que é ou não importante lembrar e de como lembrar.

Construídas muitos anos depois dos acontecimentos políticos que marcaram a década de 1960 e as duas décadas seguintes, as narrativas jornalísticas aqui analisadas trazem à tona uma atmosfera ativa, pulsante, que faz coro às palavras ditas, certa vez, por Zuenir Ventura: “em 1968 morria-se de tudo, menos de tédio”.

Referências

- BIRD, Elizabeth; DARDENNE, Robert. Mito, registro e estórias: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1999.
- CHILLÓN, Albert. **La urdimbre mitopoética de la cultura mediática**. Análisi nº 24, 2000.
- ESTEVES, Flávio Cópico; SOIHET, Rachel. O Centro da Mulher Brasileira (CMB-RJ) e suas experiências nos anos 1970 e 1980. In: FERREIRA, Jorge; REIS, Daniel Aarão (org.). **Revolução e democracia (1964-...)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- FILHO, João Roberto Martins. O movimento estudantil dos anos 1960. In: FERREIRA, Jorge; REIS, Daniel Aarão (org.). **Revolução e democracia (1964-...)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- GASPARI, Elio. **A ditadura envergonhada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- GIANORDOLI-NASCIMENTO, Ingrid Faria; SANTOS, Maria de Fátima de Souza; TRINDADE, Zeidi Araujo. Mulheres brasileiras e militância política durante a ditadura militar: a complexa dinâmica dos processos identitários. **Revista Interamericana de Psicologia**, 41(2), 2007.
- _____. **Mulheres e militância: encontros e confrontos durante a ditadura militar**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.
- GORENDER, Jacob. **Combate nas trevas – A esquerda brasileira: das ilusões perdidas à luta armada**. São Paulo: Ática, 1987.
- MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 15, agosto 2001.
- MORAES, Dênis de. **O imaginário vigiado: a imprensa comunista e o realismo socialista no Brasil (1947-53)**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1994.
- MOTA, Célia Maria Ladeira. Jornalismo: discurso, narrativa e cultura. In: **Jornalismo e sociedade: teorias e metodologias**. ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA, Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique (orgs.). Florianópolis: Insular, 2012.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. Para uma antropologia da notícia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, vol. XXV, nº 2, julho/dezembro, 2002.
- PALMEIRA, Vladimir. Os estudantes. In: CASO, Antônio. **A esquerda armada no Brasil 1967/1971**. Portugal: Moraes Editores, 1976.
- RIDENTI, Marcelo Siqueira. **O fantasma da revolução brasileira**. São Paulo: Editora Unesp, 1993.

‘Queremos governo cristão’: os discursos sobre a ‘Marcha da Família com Deus pela Liberdade’ na *Folha de São Paulo*¹

James León Parra Monsalve²

Resumo: A “Marcha da Família com Deus pela Liberdade”, feita em 19 de março de 1964, em São Paulo, foi a manifestação popular mais importante efetuada contra o governo de João Goulart (1961-1964), nos dias prévios ao golpe militar. Acontecimento objeto de ampla cobertura midiática pelas suas dimensões, converteu-se em tema recorrente de sucessivas edições da *Folha de São Paulo*. A trajetória desses discursos no jornal paulista, entre 1964 e 1999, mostra como são construídos pela imprensa brasileira efeitos de sentido sobre acontecimentos históricos. Neste caso, revela-se o jogo que diversos grupos sociais, religiosos, militares, políticos, empresariais e midiáticos ativaram no jornal depois do comício da Central do Brasil, organizado pelo governo Goulart em 13 de março de 1964, no Rio de Janeiro, com o objeto de anunciar reformas políticas, a começar pelos setores petroleiro e agrário. Com o auxílio da Análise do Discurso (AD) e da sua perspectiva crítica, definem-se aqui algumas das implicações historiográficas e midiáticas desse acontecimento.

Palavras-chave: Marcha da Família com Deus pela Liberdade; Folha de São Paulo; Golpe Militar de 1964; História; Brasil

Introdução

A imprensa é fonte significativa de matérias e dados para a historiografia. Desde os diversos cantos ideológicos ela tem sido testemunha chave de boatos e fatos, de conspirações e consensos, de fracassos e sucessos, de tristezas e felicidades. Cada jornal, todo dia, recolhe amostras da dispersão desse desenvolvimento histórico. Ela atua na

1 Trabalho apresentado no GT de Historiografia da Mídia integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Doutorando do Programa em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido no Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará. É Comunicador Social (habilitação: jornalismo) e Mestre em História, com experiência e interesse nas seguintes temáticas: Jornalismo, Imprensa, História, Amazônia e Tecnologias de Informação e Comunicação. E-mail: <jlpm@ufpa.br>.

recordação ou no esquecimento de acontecimentos, sociedades e personagens no tempo. Por isso, pode-se dizer que “A história que a mídia faz, conta ou não conta”, tal como é frisado no tema elegido para este encontro, a 50 anos do golpe militar que abateu a democracia constitucional brasileira em 1964.

Nesse contexto, analisa-se aqui um *corpus* de textos produzidos pela *Folha de São Paulo* antes, durante e depois da nomeada “Marcha da Família com Deus pela Liberdade”, demonstração pública feita na capital paulista na tarde do dia 19 de março de 1964. Em total foram selecionados 93 textos publicados em diversas seções do jornal, entre os anos 1964 e 1999 (o recorte temporal da pesquisa), nos quais aparecera enunciada a denominação completa da marcha. E mesmo que o espaço da pesquisa esteja em princípio relacionado com essa cidade, cabe dizer que as implicações do evento têm a ver diretamente com o Brasil e sua história, embora desde a visão de um jornal influente no país.

Com esse intuito, os conceitos de formação discursiva, ideologia, discurso e dispersão são explorados na procura de fazer uma análise que dê conta da relação mídia – história a través da imprensa. Conjuntamente utilizar-se-á o quadrado ideológico desenvolvido por van Dijk (1998), com o objetivo de mostrar a relação das práticas discursivas com os grupos sociais envolvidos no acontecimento e as formas em que eles são enunciados nos diversos textos do *corpus* observado.

Tais ferramentas teóricas e metodológicas auxiliam no desvelamento de algumas implicações sobre o papel da imprensa no estabelecimento de distorções, a partir da seleção de fontes e fatos na produção da informação. Isto é ainda mais evidente no caso da “Marcha da Família com Deus pela Liberdade”, evento que traz à tona posicionamentos de grupo e a ingerência de setores eclesíasticos e militares nos assuntos civis.

A enunciação converteu-se assim numa lide entre os defensores da moral cristã, alguns setores empresarias e os militares, junto à denominada “classe média”, contra a cabeça do governo da época: João Goulart. Em reduzindo, a luta de quem estava com Cristo e quem estava com Jango. No entanto, efeitos de sentido, veiculados na imprensa e postos em jogo como prévia do Golpe Militar de 1964.

Elementos para uma análise do discurso na imprensa

Ao se estudar a imprensa como fonte historiográfica é útil considerá-la como um campo privilegiado de enunciação. Por tanto, campo em que tempo e espaço são/estão atrelados aos diversos conteúdos nela veiculados. Esta historicidade própria da prática enunciativa leva então á problematização da linguagem, como fora já apontado por Foucault, quando sugeria o questionamento da vontade de verdade, a reconsideração do discurso como acontecimento e a elevação da soberania do significante ([1971], 1999, p. 51). Não é mais nas pregoadas unidades da frase, da proposição ou do ato de fala, aonde poderia se procurar o sentido, porque

O enunciado não é, pois, uma estrutura (isto é, um conjunto de relações entre elementos variáveis, autorizando assim um número talvez infinito de modelos concretos); é uma função de existência que pertence, exclusivamente, aos signos, e a partir da qual se pode decidir, em seguida, pela análise ou pela intuição, se eles “fazem sentido” ou não, segundo que regra se sucedem ou se justapõem, de que são signos, e que espécie de ato se encontra realizado por sua formulação (oral ou escrita). (FOUCAULT [1969], 2008, p. 98).

O enunciado está assim no limiar da análise, caracterizado pela raridade, a exterioridade e o acúmulo, longe da totalidade, da interioridade ou da origem procuradas num evolucionismo linear. Não há então um único sentido ou verdade, e sim uma história específica, uma regularidade materializada na descontinuidade e a dispersão dos enunciados. Daí a índole particular do que Foucault chamou de formação discursiva:

No caso em que se puder descrever, entre certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva – evitando, assim, palavras demasiado carregadas de condições e consequências, inadequadas, aliás, para designar semelhante dispersão, tais como “ciência”, ou “ideologia”, ou “teoria”, ou “domínio de objetividade”. (FOUCAULT [1969], 2008, p. 43).

Neste caso, tomada a opinião pública como formação discursiva, que reúne uma dispersão de enunciados e práticas específicas de uma sociedade no tempo e no espaço, junto ao quadro da formação ideológica cristã, é que se poderá fazer aqui uma análise dos discursos ativados na *Folha de S. Paulo*, com ocasião da “Marcha da Família com Deus pela Liberdade”. Contudo, uma temporalidade, uma época, não é nem unidade, nem horizonte, nem objeto de uma arqueologia e sim “(...) um emaranhado de continuidades e descontinuidades, de modificações internas às positivities, de formações discursivas que aparecem e desaparecem.” (FOUCAULT [1969], 2008, p.198).

Por tanto, trazer aqui um período, relativo à ditadura imposta pelo Golpe Militar de 1964, é procurar um emaranhado de dispersão de enunciados, de continuidades e descontinuidades discursivas, deixando que ele mesmo se desenrole em sua especificidade.

É preciso ainda explorar o que é o discurso como elemento chave dessa análise. O termo ‘discurso’, como é aqui usado, deriva-se dos estudos do discurso, especialmente da denominada Análise Crítica do Discurso (ACD). Nessa linha analítica ele “designa menos um campo de investigação delimitado do que certo *modo de apreensão da linguagem*”; modo não considerado “como uma estrutura arbitrária, mas como a *atividade* de sujeitos inscritos em *contextos* determinados.” (MAINGUENEAU, 1998, p. 43, sublinhado no original).

Dito em outras palavras,

O discurso, bem menos do que um ponto de vista, é uma organização de restrições que regulam uma atividade específica. A enunciação não é uma cena ilusória onde seriam ditos conteúdos elaborados em outro lugar, mas um dispositivo constitutivo da construção de sentido e dos sujeitos que aí se reconhecem. (MAINGUENEAU, 1997, p. 50).

A prática discursiva nem mesmo é comparável à transmissão de informação, já que existe ali um processo complexo de constituição de sujeitos e criação de sentidos. Também não convém fundamentá-la na ideia de comunicação, pois a linguagem serve também para não comunicar; lembre-se que a relação de sujeitos e sentidos produz efeitos múltiplos e variados, “Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre locutores.” (ORLANDI, 2010, p. 21). Uma prática privilegiada na formação de sujeitos e objetos, por tanto, “não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

Em relação com os aspectos históricos e relacionais do discurso é também adequado introduzir o noção de ‘intertextualidade’ ou propriedade que têm os textos de trazer fragmentos de outros textos, que são delimitados explicitamente ou misturados e que podem ser assimilados, contraditos, ironizados etc., frisando sua historicidade; este conceito enfatiza a heterogeneidade, diversidade e contradição que estão embutidos na composição textual; ele “[...] aponta para a produtividade dos textos, para como os textos podem transformar textos anteriores e reestruturar as convenções existentes (gêneros, discursos) para gerar novos textos.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 135).

Salienta-se também a relação que o discurso guarda com as ideologias. Em princípio, a ‘ideologia’ pode ser vista como uma noção vaga e controversa, como falsa consciência ou crenças erradas que servem aos grupos dominantes, mas, no sentido aqui posto, ela pode representar um sistema de crenças ou, de maneira geral, um conceito mais flexível com o qual caracterizar não só àquelas dominantes senão também às de oposição, de resistência. Ao respeito, entendidas “Como sistemas de ideias de movimentos e grupos sociais as ideologias não só fazem sentido para compreender o mundo (desde o ponto de vista do grupo), mas também como uma base para as *práticas sociais* dos membros do grupo.” (DIJK, [s.d.], não paginado, friso no original).

Outra característica importante de se assinalar é que algumas ideologias chegam até se ‘naturalizar’, sendo então não mais visíveis como ideologias e enxergadas mais bem como ‘senso comum’. Esta naturalização poderia ser explicada no processo de construção do sujeito e na noção de ‘formações discursivas ideológicas’ dominantes (FAIRCLOUGH, 1995, p. 42). E, se o discurso e a linguagem constituem práticas sociais especialmente expressivas das ideologias, esta noção é, sem dúvida, de utilidade metodológica na hora de analisar as dinâmicas grupais, a partir das quais são desenvolvidos

os conteúdos publicados na imprensa. Ainda que antes de se fazer aqui uma análise, considera-se necessário descrever sucintamente o jornal objeto de estudo.

Folha de noite, manhã e tarde em São Paulo

Publicada primeiramente como *Folha da Noite*, o diário começou sua circulação o sábado 19 de fevereiro de 1921, data em que comunicava sua política editorial, o seu programa:

Toda e qualquer obstinação a proposito do que ha de mais incerto e inconstante – referimo-nos aos interesses públicos – sob o pretexto de “coherencia” de idéas, de programma ou de tradições, sempre nos pareceu repugnar às verdadeiras intelligencias e ser incompativel com a mutabilidade perenne dos problemas sociaes e politicos, que é a propria essencia da sua natureza. [...] Em synthese: chamamos, nós outros, a isso “oportunismo”, vontade de acertar, levar em conta a fallibilidade humana. Outros, nisso querem ver irresolução, versatilidade, incoherencia. Seja como fôr; não abriremos mão de um direito que nos cabe. Sempre ao lado do povo, ou melhor, da nossa Patria oportunismo – eis o nosso programma.³

Oportunismo para agir conforme às circunstâncias, aproveitá-las em sua “mutabilidade” e sua “falibilidade”; é essa a orientação inicial do nascente jornal, definindo desse modo uma prática não dogmática, sem obstinação sobre os interesses públicos. Junto com esses princípios o jornal mostra nessa edição sua índole utilitarista e comercial.⁴ Foi criado em contraposição ao *O Estado de São Paulo*, jornal de tendência conservadora e tradicionalista, publicado desde 1875.

A *Folha da Noite* foi se consolidando nos anos posteriores com a chegada da *Folha da Manhã* (1925) e da *Folha da Tarde* (1949). Os três fusionaram-se finalmente com o nome de *Folha de São Paulo* (1960), quando estabeleceram a divisa “Um jornal a serviço do Brasil”, com a preocupação de “defender eficazmente os interesses do Estado e do país”.⁵

Segundo a Associação Nacional de Jornais, a *Folha de São Paulo* foi o maior jornal do Brasil por circulação paga, em 2012, com uma média de 297 mil 650 exemplares publicados diariamente, mantendo-se nos primeiros lugares desse *ranking* durante a

3 O NOSSO PROGRAMA. *Folha da Noite*, São Paulo, p. 1, 19 fev. 1921.

4 “As materias que trataremos nesta folha, que circulará com grande tiragem em todo o Brasil, Portugal e colonias, serão sempre de muita utilidade para os commerciantes, estudantes etc. pois visarão colocar o commercio em guarda contra tantas interpretações erroneas e indicar-lhe em fim o caminho para certas operações de utilidade para o seu negocio.” TOME UMA ASSIGNATURA. *Folha da Noite*, São Paulo, p. 8, 19 fev. 1921. Inicialmente Olival Costa era o Diretor e Pedro Cunha o Gerente.

5 UM SÓ NOME para os nossos três jornais. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p. 3, 1 jan. 1960.

última década.⁶ A trajetória até aqui apresentada dá uma ideia da influencia nacional desse jornal, consolidada por mais de 90 anos de publicação. Por sua posição é então um diário que controla grande parte da agenda informativa e de opinião no Brasil.

Nesse contexto, a *Folha de S. Paulo* converte-se em sujeito de opinião pública privilegiado, com poder sobre o que contar ou não contar, sobre a palavra dita e não dita, em relação com os acontecimentos objeto da sua agenda. Com as continuidades, descontinuidades e transformações que isso representa dentro de sua prática pública. É, a voo de pássaro, a descrição da fonte de enunciação do *corpus* empírico selecionado. Resta agora o estudo e discussão do sistema de dispersão em que emergem esses discursos no jornal.

‘Queremos um governo cristão’

A 19 de março de 1964, com o apoio especial do governo do Estado, da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), da Sociedade Rural Brasileira e da Igreja católica, congregaram-se centos de milhares de pessoas na então denominada “Marcha da Família com Deus pela Liberdade”.⁷ Em total, foram 59 as entidades⁸ que promoveram diretamente a demonstração. E ela mesma foi uma contesta ao comício realizado em 13 de março desse ano na Central do Brasil, no Rio de Janeiro, e na qual o Presidente Goulart anunciava uma série de reformas políticas a se concretar no seu governo.

O nome dado à manifestação demonstrava o peso da Igreja católica na sua organização. No entanto, discursos associados às ideias cristãs iam junto às arengas contra o governo federal em cabeça de Jango, como era conhecido o então Presidente. Segundo a *Folha de S. Paulo*, o movimento cívico levou meio milhão de pessoas à rua para defender a Constituição, “dentro do mesmo espírito que ditou a Revolução de 32”⁹ (Imagem 1).

Só um dia antes dessa edição, isto é, o dia da marcha, o mesmo jornal anunciava o desembarco do General Nelson de Melo em Congonhas com o objeto de acompanhar o evento, que era definido também como parte do “movimento nacional de unidade cristã”.¹⁰ Este caráter cívico-militar-cristão da manifestação daquele 19 de março vai se consolidar nas sucessivas edições do jornal, ativando efeitos de sentido próprios da formação ideológica cristã, junto a motivações militares, comerciais, industriais e políticas desse momento. A viagem feita anteriormente por Goulart à China, as reformas estatais por ele definidas e o fantasma do triunfo da revolução cubana, levantavam certamente preocupações por parte desses setores. Foi então quando os discursos cristãos explo-

6 ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **Maiores jornais do Brasil**. ANJ. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

7 A DERROTA INGLÓRIA de uma política de conciliações. *Folha de São Paulo*, São Paulo, Folhetim, p. 5, 4 jan. 1984.

8 ENTIDADES DA MARCHA “estão alertas”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, Edição da Tarde, p. 3, 20 mar. 1967.

9 SÃO PAULO PAROU ontem para defender o regime. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p. 1, 20 mar. 1964.

10 HOJE A MARCHA em defesa da constituição. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2ª edição, p. 7, 19 mar. 1964.

raram-se ao máximo ante a previsão de uma perda de poder decorrente das reformas políticas que atingiam também ao capital nacional e internacional, especialmente com a encampação das refinarias particulares que iriam voltar para a petroleira estatal.

Imagem 1. Primeira página da *Folha de S. Paulo*, março 20 de 1964



Fonte: Acervo *Folha de São Paulo*

Desse modo, sucederam-se manchetes, relativos à marcha, como um acontecimento de transcendência histórica para o país. Antes do golpe foi chamada como “Marcha pela Liberdade” e expuseram-se cartazes com divisas como “Queremos governo cristão” e “Cristo contra o comunismo”,¹¹ as quais salientavam claramente o caráter ideológico cristão dado ao movimento político-militar que procurava o derrubamento do governo. Já nos dias posteriores ao golpe, as manchetes apelidavam-na como “Marcha da vitória” que festejava a redemocratização do país.¹²

No começo, o jornal aproveitou-se dos efeitos de sentido que uma manchete na primeira página trazia ao se referir a São Paulo como cidade importante para o grande capital brasileiro, mas também colocando o santo protótipo do cristão, de aquele cidadão romano que depois de perseguir cristãos iria se converter para pregar o evangelho cristão. Posto assim, era uma nova epístola dirigida pelo santo aos brasileiros, desta vez a través da *Folha de S. Paulo*. Se o santo parou para defender o regime, os cristãos

11 SANTOS BISA O sucesso da “Marcha pela Liberdade”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p. 21, 26 mar. 1964

12 AMPARO COMEMORA 135 anos com “Marcha da Vitoria”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p. 5, 08 abr. 1964.

brasileiros deveriam fazê-lo de igual modo. Deveriam implorar por um governo cristão contra um comunista.

Mas, com posterioridade ao golpe, veio o sentido mais político daquela manchete de primeira, falando nela como a “Marcha da Vitória”, dando conta das “Marchas” pela vitória da revolução no interior”.¹³ Isto é, um dos sentidos acabou-se impondo com o estabelecimento do governo militar, nomeado de revolucionário e redemocratizador. Desta maneira, enxerga-se o viés ideológico do jornal ao suprimir elementos positivos dos partidários do governo Goulart, em quanto frisa esses elementos nos setores envolvidos no golpe militar, salienta aspectos negativos daqueles e tira ênfase desses aspectos nos golpistas. Uma linha que o jornal sustentou sistematicamente durante toda a ditadura (mais detalhadamente no Quadro 1).

Quadro 1. Quadrado ideológico da Folha de S. Paulo sobre a ‘Marcha’

GRUPO Frisar (+)		PRÁTICA
		Suprimir/tirar ênfase (-)
Nós	<ul style="list-style-type: none"> - A Marcha em defesa da constituição - O sucesso da “Marcha pela Liberdade” - Queremos governo cristão - Cristo contra o comunismo - Largo foi pequeno - “Marcha” foi “da vitória” - Marcha festeja redemocratização do país - E, a 31 de março uniu-se ao movimento revolucionário - Hoje, o país espera que o sistema revolucionário prossiga em sua obra restauradora e de verdadeira democratização - Todo o país comemorou a revolução - Foi de São Paulo que partiu o primeiro brado de alerta, o primeiro protesto objetivo - (...) de maior repercussão e espontaneidade histórica da pátria contemporânea - Ela foi um ato de Fé, numa hora de Trevas - (...) defendendo o país da invasão pela Rússia, para salvar a honra de nossas mulheres - (...) articulação política e militar nesta vitória 	<ul style="list-style-type: none"> - “Somos contra os que estão contra a lei e por ela faremos julgá-los, sejam quais forem suas vestes” - Esta solução é uma das conquistas da Revolução - (...) opor um dique ao caos prestes a instalar-se - (...) originou a Revolução de 31 de Março - Contra um quadro caótico, veio a revolução - (...) uma democracia genuinamente brasileira - (...) abatendo a ditadura sindicalista que se formava - Dulce acha o povo despreparado para eleger Presidente - Não cometeremos o pecado da omissão - Missa por trabalho e salário pode levar 100 mil à praça da Sé - A fome no Nordeste revolta “marchadeiras” - Porque o sistema falhou - Eu também estou envergonhado de minha participação - Dos chefes aos quais ele se havia entregue

13 “MARCHAS” PELA VITÓRIA da revolução no interior. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p. 8, 30 abr. 1964.

	- (...)na luta por segurança, tranquilidade, ordem e progresso	ele reclama sua liberdade
Eles	<ul style="list-style-type: none"> - Comício do dia 13 foi o estopim da Revolução - Reformas sim, Jango não - Atribui o atentado a descontentes com a comemoração do segundo aniversário da “Marcha da Família com Deus pela Liberdade” - (...) anarquia e irresponsabilidade vigentes - (...) o movimento para o caos - (...) maus brasileiros desvairados e aventureiros - (...) visando destruir as nossas instituições nacionais - (...) dissolver a sociedade em que vivemos - (...) ideias da força brutal e materialista - Corrupção e subversão - (...) a ameaça do comunismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Reformas, sim; comunismo, não - Cordeiro de Farias negou a existência da chamada “Marcha do Silêncio”, pois “não se conhecem sequer os nomes dos seus organizadores” - (...)alaridos das cassandras comunistas, aves agoureiras da traição, travestidas de águias da democracia - As ambiguidades do Passeio Democrático

Fonte: Elaboração própria a partir de textos da *Folha de S. Paulo*

Como mostrado no quadrado ideológico (Quadro 1), a *Folha de São Paulo* alinhou-se no grupo dos golpistas com suas práticas discursivas. O repertório de enunciados publicados pelo jornal vai caracterizar os seus inimigos como um caótico grupo comunista de “maus brasileiros desvariados e aventureiros”, de “aves agoureiras da traição, travestidas de águias da democracia”, “visando destruir as nossas instituições nacionais”. Culpa-o também por estar fora da lei e como causa mesma da reação (“revolução”) que eles empreenderam como “obra restauradora e de verdadeira democratização”.

Isenção, objetividade, dispersão e viés ideológico

Dentro do jornalismo isenção e objetividade são valorados como princípios norteadores da prática informativa. No primeiro caso, procurando se afastar da tomada de partido nos acontecimentos objeto de cobrimento. No segundo, atingindo um nível de despersonalização da escrita que responda, por sua vez, as perguntas básicas do texto informativo: quem, quê, onde, quando e como.

Contudo, numa perspectiva do jornalismo como prática discursiva, e, especificamente, no caso aqui pesquisado, esses princípios são deixados de lado em favor de vie-

concentre-se nos discursos por uma menor democracia no Brasil ao começo e durante a ditadura, encontram-se alguns discursos divergentes nos anos 1965 e 1968, em uma tendência que só ia se inverter a partir de 1983, quando os discursos mudaram-se em prol duma maior democracia. Nesse sentido, em 26 de janeiro de 1984 o jornal anunciava em primeira página e com grande destaque, *ad portas* dos 20 anos do golpe militar, a multitudinária manifestação de pessoas nas ruas da cidade aclamando pela volta das eleições diretas de Presidente (Imagem 3).

Imagem 3 – Primeira página da *Folha de S. Paulo*, janeiro 26 de 1984



Fonte: Acervo *Folha de São Paulo*

Considerações finais

A imprensa, fonte estimável à historiografia, vista desde uma ótica discursiva, revela as contradições e as discontinuidades próprias de uma prática não isenta de vieses ideológicos e de interesses de grupo. Nesse contexto, a análise feita aos textos selecionados sobre a “Marcha da Família com Deus pela Liberdade”, mostrou o papel da *Folha de S. Paulo* como veículo de opinião pública favorável ao golpe de estado e à ditadura

militar no Brasil, entre 1964 e 1983. Para isso o jornal explorou efeitos de sentido e intertextos relativos à ideologia cristã e o seu papel perante a destruição da sociedade e das instituições brasileiras pelo comunismo, encarnado no governo constitucional de João Goulart (1961-1964).

Só em setembro de 1983 é que emerge uma inversão discursiva no tratamento dessa temática para se concentrar em discursos em prol da democracia e das eleições presidenciais diretas. Assinala-se também a fragilidade da isenção e da objetividade como princípios da prática jornalística ao desvelar vieses ideológicos além da mera transmissão de informação, como colocado pelos estudos mais tradicionais da comunicação.

Nessa ordem de ideias, optou-se pela Análise Crítica do Discurso como recurso teórico e metodológico para o estudo de um *corpus* de 93 textos, extraídos da *Folha de S. Paulo* dentre os anos 1964 e 1999. Conceitos como enunciação, ideologia, formação discursiva, discurso e dispersão foram fundamentais para descobrir a função desse jornal no golpe e posterior ditadura militar desses anos. Finalmente, considera-se esse arcabouço teórico-metodológico de interesse especial para as pesquisas historiográficas, ao se manter a suspeita sobre a isenção e a veracidade nos discursos jornalísticos da imprensa.

Referências

A DERROTA INGLÓRIA de uma política de conciliações. **Folha de São Paulo**, São Paulo, Folhetim, p. 5, 4 jan. 1984.

AMPARO COMEMORA 135 anos com “Marcha da Vitória”. **Folha de São Paulo**, São Paulo, p. 5, 08 abr. 1964.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **Maiores jornais do Brasil**. ANJ. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

DIJK, T. A. van. **Ideology: a multidisciplinary approach**. New York: Sage, 1998.

_____. **Ideology and discourse: a multidisciplinary introduction**. Barcelona: Universidade Pompeu Fabra, [S.d.].

ENTIDADES DA MARCHA “estão alertas”. **Folha de São Paulo**, São Paulo, Edição da Tarde, p. 3, 20 mar. 1967.

FAIRCLOUGH, Norman. **Critical discourse analysis: papers in the critical study of language**. New York: Longman, 1995.

_____. **Discurso e mudança social**. Trad. Izabel Magalhães. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001.

FOUCAULT [1969], Michel. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. [1971]. **A ordem do discurso** : aula inaugural no Collège de France pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Trad. Freda Indurky. 3. ed. Campinas: Pontes, Ed. Universidade Estadual de Campinas, 1997.

_____. **Termos-chave da análise do Discurso**. Trad. Márcio Venício Barbosa; Maria Emília Amarante Torres Lima. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

'MARCHAS' PELA VITÓRIA da revolução no interior. **Folha de São Paulo**, São Paulo, p. 8, 30 abr. 1964.

O NOSSO PROGRAMA. **Folha da Noite**, São Paulo, p. 1, 19 fev. 1921.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso** : princípios e procedimentos. 9. ed. Campinas: Pontes Editores, 2010.

SÃO PAULO PAROU ontem para defender o regime. **Folha de São Paulo**, São Paulo, p. 1, 20 mar. 1964.

SANTOS BISA O sucesso da "Marcha pela Liberdade". **Folha de São Paulo**, São Paulo, p. 21, 26 mar. 1964.

TOME UMA ASSIGNATURA. **Folha da Noite**, São Paulo, p. 8, 19 fev. 1921.

UM SÓ NOME para os nossos três jornais. **Folha de São Paulo**, São Paulo, p. 3, 1 jan. 1960.

60 + 4. Outros anos da mesma crise. Histórias, imagens e outros diálogos¹

Paulo Sérgio Silva²

Resumo: **60 + 4. Outros anos da mesma crise. Histórias, imagens e outros diálogos**, esta investigação entrelaça a História a uma análise político-social-cultural do pré-golpe cívico-militar dos anos sessenta, recupera e apresenta antigos e novos sujeitos produtores dos múltiplos indícios enredados àquela trama. A produção de diálogos, que coexistissem e interpenetrassem ao contexto internacional daqueles anos, apontava para o embate de cultura política gestor da incessante busca por hegemonia que caracterizava o período de bipolarização entre capitalistas e comunistas. A releitura de manchetes e imagens que compuseram algumas das primeiras páginas/capas dos diários Folha de S. Paulo e o Última Hora, pertencentes ao recorte 1960 a 1964; bem como a visitação a consistente bibliografia sobre o tema, transformaram-se em estimulantes veredas para o convívio com as disputas partidárias; com sujeitos do cenário político e militar; com a instigante produção cultural; com a ingerência estrangeira; entre outras, reverberando como caixa de ressonância daquele lugar social. O golpe cívico-militar de 1964 compõe memórias daquele e deste presente vivido.

Palavras-chave: Golpe cívico-militar. Cultura política. Primeiras páginas

60 + 4. Outros anos da mesma crise. Histórias, imagens e outros diálogos, percorrerá o recorte proposto *objetivando a convivência com os muitos sujeitos e indícios ali presentes, que indagados nos seus respectivos contrafluxos e interagindo com a historicidade daquele presente vivido*, reproduziram muitas das *práticas e representações* para uma compreensível leitura daqueles anos de crise. O golpe cívico-militar de 64 pertencia a um cenário apenas nacional? Os acontecimentos construtores daquele embate de culturas políticas se limitavam aos interesses partidários? Até que ponto a produção cultural ali integrada refletia ou realinhava o cenário?

1 GT: HISTORIOGRAFIA DA MÍDIA. Coordenadora: Profa. Dra. Aline Strelow (UFRGS).

2 Mestre em História pela PUCSP com dissertação apresentada em outubro/2014. Apresentação de Seminário Temático no XXVII Simpósio Nacional de História (ANPUH 2013/RN). Professor de Ensino Médio e Pré-vestibulares no Estado de São Paulo. E-mail: <profpaulao@terra.com.br>.

Outro dos principais objetivos dessa dissertação será a constante *problematização* presente no cotidiano informativo daqueles *Diários*, sobre qual papel a **iconografia – imagens** – se dispunha representar quando dividia o disputado espaço das *primeiras páginas* com *manchetes, textos, gráficos* e outros? Tratava-se apenas de mero destaque *visual ilustrativo* cuja eventual existência de legenda tornava-o redundante? Em destaque nas *primeiras páginas as imagens* estariam “*buscando traduzir a posição editorial em outra linguagem*”? Poderiam “*reforçar, complementar, extrapolar e, por vezes, entrar em tensão com a abordagem da parte textual*”³? Estas serão algumas das indagações a serem trabalhadas ao longo do desenvolvimento dessa dissertação.

A temporalidade que abrigará o movimento dessa dissertação – **60 + 4. Outros anos da mesma crise. Histórias, imagens e outros diálogos.** – construirá sua estrutura metodológica sustentando-se na composição do recorte histórico identificado nos *vestígios e nos múltiplos sujeitos* do início dos anos 60; nas relações político-administrativas; nas práticas econômico-financeiras; nas inter-relações socioculturais; e, na visualidade do fotojornalismo como *fonte imagética* reverberados nas inúmeras veredas e vestígios com suas possibilidades de diálogos.

Nos sessenta do vinte, aqui no Brasil, *imagens fotográficas* fizeram-se *sujeitos* quando se transformaram em *evidências* do marcante período da crise institucional ali instalada e, posteriormente constatada através do advento do golpe de Estado nos primeiros meses de 1964.

O decênio vivido – *os sessenta do vinte* – observado a partir deste presente, oferece argumentações documentais – *textos e imagens* – e esclarecedoras evidências do processo de desconstrução da embrionária base institucional democrática gerada nos anos pós-1946 caracterizada por *eleições livres; pluripartidárias nos três níveis de poder; promulgada pela Constituição Republicana nos meses posteriores ao final da Segunda Guerra*. Sob fortíssimo embate por hegemonia amalgamado por um tempo histórico de apaixonado engajamento político – pró ou antissoviéticos e/ou norte-americanos –, aqueles anos de bipolarização corporificaram um *alinhamento público e privado*, ao mesmo tempo, tenso e grandioso, que, morbidamente, parecia apontar para a edificação de uma hecatombe mundial.

O cenário das operações vislumbrava uma eventual destruição generalizada que, por sua vez, era progressivamente construído e registrado pelas lentes fotográficas que acompanhavam o trabalho diário da *imprensa escrita*, convivendo naturalmente com um farto e empolgante noticiário: *construção do muro de Berlim (1957); Revolução Cubana (1959); crise dos mísseis na base Cubana (1961); Guerra do Vietnã (1965-1975)*; entre outros, efetivando memórias de um tempo que equivocadamente pretendia-se justificar a *destruição antes da elaboração*.

3 CRUZ, Heloísa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. *Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa in Projeto História 35 – História e Imprensa*. São Paulo: Editora da PUCSP, 2007 (p. 264).

Desta forma, o *recorte temporal 60 + 4*, contemplado por essa dissertação visando determinar o trajeto histórico que antecedia o rompimento democrático ocorrido no golpe de março/abril de 1964 no Brasil. Tal conjuntura acena-se em direção dos *muitos sujeitos e múltiplos indícios* existentes entre o *final dos anos JK – inauguração de Brasília* – e a *outorga da legislação constitucional – Ato Institucional n. 1* – pelo denominado *Alto Comando da Revolução*.

A dicotomia “*desenvolvimentismo nacionalista com dependência externa*”, que atrelava-se aos resultados alcançados pelo *mineiro de Diamantina* no quinquênio presidencial de 1956 a 1961, especialmente representada nos esforços para viabilização do *Programa de Metas* – festejado com euforia na inauguração da *Nova Cap.* Contudo, também foi rigorosamente questionado diante dos *resultados financeiros – taxa inflacionária; emissão e desvalorização monetária; endividamento externo* – transferidos para Jânio Quadros, que no seu brevíssimo mandato, jamais logrou superá-los.

A construção desse cenário econômico-financeiro – acelerado crescimento agregado a consistente dependência externa – incorporava-se a historicidade do período pré-64, também marcada por impetuoso embate de culturas políticas, por declaradas atividades golpistas; por constantes ameaças de intervenção militar; por atento acompanhamento e intervenção externa; por consistente produção cultural engajada; por intermitente noticiário tendente da imprensa; entre outros, constantemente interpenetrados à temporalidade referente a 1960 até 1964, na qual essa dissertação procurará fazer-se arraigar como produtora de alguns dos muitos diálogos ali existentes.

Fazendo uso de *primeiras páginas* ou *capas* de alguns dos principais *diários da imprensa nacional* como *fonte primária* para constituir o movimento do recorte proposto, como também será objeto dessa pesquisa a permanente observação de *manchete e imagem (fotojornalismo)* que quando atreladas ao tema extrapolavam o papel da *informação* para constituírem-se *representação cotidiana* daquele cenário das ações.

“*Não adianta simplesmente apontar que a imprensa e as mídias ‘tem uma opinião’*”, a dimensão da representatividade daquele segmento de comunicação completava-se quando também se identificava “*que em sua atuação delimitam espaços, demarcam temas, mobilizam opiniões, constituem adesões e consensos*”. Eventualmente, é notória a atuação da imprensa não apenas *informando*, mas *formatando* condições favoráveis a parceiros ou a si própria “*como força social que atua na produção de hegemonia, a todo o tempo, articula uma compreensão da temporalidade, propõe diagnósticos do presente e afirma memórias de sujeitos, de eventos e de projetos, com as quais pretende articular as relações presente/passado e perspectivas de futuro*”⁴.

Os anos construtores do início da década de 60 permaneciam fiéis condutores/guardadores das transformações que se multiplicavam desde o pós-guerra e, especialmente dinamizadas, no decorrer dos 50. Um suceder de *crises políticas* e tentativas de

4 CRUZ, Heloísa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. *Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa in Projeto História 35 – História e Imprensa*. São Paulo: Editora da PUCSP, 2007. (p. 260- 261).

golpes políticos caracterizaram o período: crise de 1954 (trágico final de mandato do governo Vargas); crise de 1955 (a UDN não aceitando a derrota eleitoral presidencial); crise de 1955/1956 (dificuldades políticas para a posse de JK); crise de 1961 (renúncia de Jânio Quadros e clima golpista superado pelo Movimento da Legalidade), entre outras consubstanciaram as atividades de destacados *periódicos* que para além da *informação* reproduziam em suas páginas *formatações idealizadas*, como soluções que viessem contemplá-las: “o documento não é inócuo, é resultado de uma montagem, de um esforço das sociedades históricas para impor ao futuro, voluntária ou involuntariamente, determinada imagem delas mesmas.”⁵

Entendemos também a dinâmica da imprensa como um diálogo tenso entre práticas que expressam as contradições da sociedade. A categoria abstrata ‘imprensa’ se desmistifica quando se faz emergir a figura dos seus produtores como sujeitos dotados de consciência determinada na prática social. A imprensa não é espelho da realidade, mas um espaço de representação do real ou, melhor, de momentos particulares de realidade. Sua existência é fruto de determinadas práticas sociais de uma época.⁶

Ainda como *fonte primária* dessa dissertação, a múltipla, instigante e portentosa *bibliografia* sobre o período, constituída, entre outros, por aqueles que interpretaram o ato golpista como *gesto sensato* (CHIRIO, Maud. *A política nos quartéis: Revoltas e protestos de oficiais na ditadura militar brasileira*, 2012) e/ou *gesto insensato* (BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *O governo João Goulart – as lutas sociais no Brasil – 1961-1964*, 2010); também aqueles que mutuamente detectavam atitudes golpistas sendo, às vezes, eles próprios integrantes do golpe (MAGALHÃES, Mário. *Mariguella – o guerrilheiro que incendiou o mundo*, 2012; CORDEIRO, Janaína Martins. *Direitas em movimento*, 2009); daqueles que as interpretavam *biografando seus personagens* (BOJUNGA, Cláudio. *JK – O artista do impossível*, 2001; GOMES, Ângela de Castro; FERREIRA, Jorge. *Jango – As múltiplas faces*, 2007; FERREIRA, Jorge. *João Goulart uma biografia*, 2011).

Assim como, trabalhos realizados através da *memória e cotidianidade* (BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade – lembranças de velhos*, 1994; MATOS, Maria Izilda Santos de. *Cotidiano e cultura. História, cidade e trabalho*, 2002); através do *olhar estrangeiro* (DREIFUSS, René Armand. *1964 – A conquista do Estado – Ação política, poder e golpe de classe*, 2008; CANTARINO, Geraldo. *1964 – A revolução para inglês ver*, 1999); daqueles que dialogaram com indícios da *História Social-Cultural* (SARLO, Beatriz. *Paisagens imaginárias. Intelectuais, arte e meios de comunicação*, 2005; SOARES, Mariza de Carvalho; FERREIRA, Jorge. *A História vai ao Cinema*, 2001); através da *im-*

5 LE GOFF, Jacques *apud* ROMERO, Mariza. *Inúteis e perigosos no diário da noite. São Paulo 1950-1960*. 1. ed. São Paulo: EDUC, 2011, p. 28.

6 ROMERO, Mariza. *Inúteis e perigosos no diário da noite. São Paulo 1950-1960*. 1. ed. São Paulo: EDUC, 2011, p. 28.

prensa (PINHEIRO, Luiz Adolfo. Jânio, Jango & Cia, 1988; ROMERO, Mariza. Inúteis e perigosos no diário da noite, 2011; OLIVEIRA, Maria Rosa Duarte de. João Goulart na imprensa – de personalidade a personagem, 2001; DIAS, Luiz Antonio. O poder da imprensa e a imprensa do poder: a *Folha de S. Paulo* e o golpe de 1964, 1993); através das *fontes imagéticas* (KOSSOY, Boris. Fotografia & História, 2009; SANTAELLA, Lúcia. Leitura de imagens, 2012; NEIVA Jr, Eduardo. A imagem, 2006; BURKE, Peter. Testemunha ocular – história e imagem, 2004), serão algumas delas.

Especialmente sobre a utilização das *fontes imagéticas* registradas pelas *primeiras páginas* disponibilizadas por *acervos de hemerotecas* ou integrantes de *bibliografias* sobre o tema, estarão adensadas à dissertação não só como *objetos de recuperação visual do instigante ocorrido fotografado*, também e, principalmente, como *memória e representação* a servirem para a construção historiográfica aqui proposta.

Por vezes, diante de sua explícita importância, essas *imagens estáticas movimentam-se na condução das análises*:

As imagens visuais seriam um dos mais importantes veículos de divulgação de uma série de acontecimentos que, a um só tempo, sustentaria a bipolarização do mundo e começaria a colocá-la em questão. Lembremo-nos, por exemplo, de como as imagens fotográficas e televisivas contribuíram para veicular e defender tantos interesses político-ideológicos do bloco capitalista, quanto os do socialista. Previamente selecionadas, elas justificariam a onda golpista que marcou as décadas de 1960 e 1970 na América Latina [...].⁷

Envolver-se intensamente na tarefa de incluir a *interpretação de imagens* como seguro e necessário *novo fazer da historiografia*, seria incorporar a este estudo, conclusões que referendassem a temporalidade de *várias e diferentes imagens produzidas como verdadeiros prolongamentos contextuais* que nas suas *infinitas leituras* possibilitassem dialogar com incontáveis nuances à traduzir/detalhar sociedades e suas características. A atualidade dos *estudos imagéticos* sobre o cotidiano que nos cerca, assim como as irremediáveis e intermitentes *intervenções visuais* a que estamos envolvidos no dia a dia, pode sugerir:

Nos próximos anos, será interessante observar como os historiadores de uma geração exposta a computadores, bem como à televisão, praticamente desde o nascimento e que sempre viveu num mundo saturado de imagens vai enfocar a evidência visual em relação ao passado.⁸

“*As imagens fotográficas têm o apelo da evidência, que é, por si mesma, capaz de nos persuadir*”. Os historiadores culturais, particularmente, apropriar-se-iam deste novo re-

7 BORGES, Maria Eliza Linhares. *História & Fotografia – coleção História & ... reflexões*. 3. ed. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2003, p. 78.

8 BURKE, Peter. *Testemunha ocular – história e imagem*. 1. ed. Bauru: EDUSC, 2004, p. 16.

gistro de acontecimentos – instantâneo e revelador – que, entre outras especificidades, no ato da construção do produto final – *a fotografia* – apenas reproduzia a simples e única indução do próprio autor e, muitas vezes, democraticamente, livrava-se de influências indesejáveis: “*a imagem fotográfica produz uma representação pela qual se acredita que as linhas e formas fotográficas caracterizam-se por ter uma semelhança nativa com elas mesmas.*”⁹:

A imagem do real retida pela fotografia (quando preservada ou reproduzida) fornece o testemunho visual e material dos fatos aos espectadores ausentes da cena. A imagem fotográfica é o que resta do acontecido, fragmento congelado de uma realidade passada, informação maior de vida e morte, além de ser o produto final que caracteriza a intromissão de um ser fotógrafo num instante dos tempos.¹⁰

O período de análise proposto por essa dissertação – *os sessenta do vinte*, retratará os anos imediatamente anteriores ao *golpe de estado de 1964* – registrando o funcionamento de importantes *Diários* nos principais centros urbanos do país. A esta constatação temporal referente a *imprensa escrita brasileira* acrescentar-se-á a da **produção de imagens para jornais (fotojornalismo)**, que transformar-se-á em fonte de informação e interpretação juntamente com *textos, gráficos, ilustrações* e outros, a fim de interagir/dialogar com os *sujeitos e evidências* daquele momento histórico.

O caminho percorrido até aqui por pesquisadores na tentativa de efetivação dos *estudos de fontes visuais*, se emparelhado aos *estudos de documentos textuais*, têm sido de superação. Mesmo com “*objetivas*” à procura de *subjetividades* compondo *pautas* milimetricamente pré-concebidas pelas *redações*, as *fontes imagéticas* permanecem requerendo credibilidade para o trabalho de reconhecimento de evidências a serem interrogadas por pesquisadores a procura de *memórias visuais* que, por vezes, desmascaram o intrincado *jogo do poder*.

O cotidiano percorrido pelos anos entre 1960 e 1964, *impresso em manchete e fotojornalismo*, especialmente nos jornais *Folha de S. Paulo* e o **Última Hora**, acompanhados de outras imagens relevantes produzidas por diferentes autorias que compõe *acervos em hemerotecas*, foram individualmente trabalhadas, selecionadas e apresentadas nessa dissertação como *memória, identidade, representação* do enfrentamento de cultura política daquele lugar social. A releitura das imagens destacadas e distribuídas no corpo desse texto em construção traduziria e/ou incorporaria ao *mosaico de sinais* deixados naquele momento pré-64.

Diários com temporalidades e composições distintas – *Folha e UH* – representaram ao longo das décadas de 50 e 60, *importantes segmentos midiáticos* atrelados a *grupos sociais hegemônicos* em defesa de preceitos político-econômicos diferenciados que dis-

9 NEIVA Jr, Eduardo. *A imagem*. 2. ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Editora Ática, 2006, p. 66-67.

10 KOSSOY, Boris. *Fotografia e História*. 3. ed. revista e ampliada. Cotia: Ateliê Editorial, 2009, p. 36-37.

putavam um crescente número de *leitores/seguidores* sedimentados pela urbanização industrial em progressão desde as primeiras décadas do século, que naquele cenário mostrava-se em grande performance de crescimento. Entre outras referências, o presidente JK reverberava: *50 anos em 5*.

A escolha da *Folha de S. Paulo* e do *Ultima Hora* – respectivamente, um jornal paulista e outro fluminense – permitiu a realização constante do *contraponto de culturas políticas* existente entre estes veículos utilizando-se das diferenças nas linhas editoriais e repercutindo os acontecimentos condutores que, de alguma forma, *informavam e/ou formatavam* condições para a interação dos vários sujeitos envolvidos na posterior eclosão do *golpe de março/abril de 64*.

Aqueles anos do início da década de 60, especialmente observados através da *problematização* de assuntos contemplados nas **primeiras páginas** – “*vitrine da publicação que, por meio de ‘chamadas’ de matérias, fotos, manchetes e slogans, indicam ênfase em determinados temas e questões*”¹¹ – fornecedoras de *evidências* que ao serem produzidas e distribuídas aos leitores, ativavam *valores, projetos, consensos, dissensos, compreensões, distorções, apoios, oposições e, uma considerável importância na formação de opinião do público leitor*.

Sobre a trajetória de fundação do *diário paulista*:

“*Em 19 de fevereiro de 1921, Olival Costa e Pedro Cunha fundam o jornal ‘Folha da Noite’. Em julho de 1925, é criada a ‘Folha da Manhã’, edição matutina da ‘Folha da Noite’. A ‘Folha da Tarde’ é fundada 24 anos depois. Em 1º de janeiro de 1960, os três títulos da empresa (‘Folha da Manhã’, ‘Folha da Tarde’ e ‘Folha da Noite’) se fundem e surge o jornal Folha de S. Paulo*”¹².

A família Frias – comandante da marca *Grupo Folha* nos dias atuais – associada a Carlos Caldeira Filho – ex-sócio do Grupo – vem dirigindo o conglomerado desde 1962, que sustentado em um vigoroso sucesso *comercial e de marketing* – marca insistentemente ligada ao liberalismo democrático, apesar do declarado apoio ao golpe de 64 – pertence ao seletivo grupo da *imprensa escrita* que alcança difusão nacional por vezes consagrada.

Para aparentar imparcialidade a *Folha* valia-se de editoriais e matérias onde os ataques ficavam implícitos, feitos de forma sutil, sempre procurando um apoio constitucional ou moral. Esse jornal, em quase todos os períodos de sua história teve um aspecto bastante indefinido no que tange à sua posição política. Com exceção de sua inegável característica de ‘defensora’ das classes médias, a *Folha*, sempre tentou esperar definições da situação política para depois

11 CRUZ, Heloísa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. *Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa in Projeto História 35 – História e Imprensa*. São Paulo: Editora da PUCSP, 2007, p. 264.

12 <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/historia_da_folha.shtml>. (acessado em 01/09/2012)

assumir uma postura. ‘Jogando sempre dos dois lados no campo político, nos marcos do capitalismo, e na medida das suas possibilidades, diversificando a linha de produtos, mesmo com desacertos do ponto de vista da segmentação, o grupo (Folhas) consolidou seu império. Para qualquer tendência de mercado e da política que se esboçasse, ele tinha um produto pronto para ser ativado. Nos momentos de opacidade apostava nos dois lados. Quando a nitidez aumentava, investia no lado mais forte. Tinha montado um aparato para seguir os ventos e tirar proveito deles, qualquer que fosse a sua direção.’¹³

Desta forma, durante os anos pós-64 submergia na atuação do *Grupo Folha* as chamadas *memórias dissonantes* sobre o posicionamento da *linha editorial* daquele *diário* que, por vezes, mostrava-se sob aparente dualidade:

Enquanto o proprietário era aclamado como um dos principais responsáveis pelo retorno da democracia ao país na década de 1980 pela maioria das personalidades que lhe renderam homenagens, memórias dissonantes eram reveladas. Poucos dias após sua morte, Hamilton Octávio de Souza e Vasco Oscar Nunes, jornalistas da Folha entre 1983 e 1986 e de 1970 a 1979 respectivamente, publicaram no portal ‘Comunique-se’ – e posteriormente no *site* do ‘Observatório da Imprensa’ – suas versões sobre o empresário ‘*para não deixar que a história seja reescrita conforme os interesses dos poderosos*’.¹⁴

Uma outra vez, realçava-se a dicotomia entre o *criador* (*Grupo Folha*) e a *criatura* (*jornalistas do Grupo Folha*) diante da difícil convivência com o regime de exceção postado no poder pós-64 e a (in)suportável presença de censores no cotidiano de redações:

Nunes citou, entre outros exemplos, a censura praticada e os agentes do Departamento de Ordem Política e Social que trabalharam na sede da empresa. E assim definiu Frias: *Frias era, como se diz, um ‘come quieto’, um ‘por dentro, pão bolorento, por fora bela viola’... Qualquer pessoa que o conhecesse o julgava uma ótima pessoa. Cortez, gentil, amigável, fala mansa, um diplomata, um ‘gentleman’. Mas no recôndito do seu egoísmo era um ditador.*¹⁵

Com efeito, no início da década de 50, sufragado por confortável maioria, Getúlio Vargas logrou fazer-se novamente o principal mandatário do país. Desta vez, eleito em pleito constitucionalmente legalizado, com disputa pluripartidária e com voto direto e

13 DIAS, Luiz Antonio. O poder da imprensa e a imprensa do poder: a Folha de S.Paulo e o golpe de 1964. Assis/São Paulo, 1993. Dissertação de mestrado, FCL/UNESP, p. 10-11.

14 PIRES, Elaine Muniz. Imprensa, ditadura e democracia: a construção da autoimagem dos jornais do Grupo Folha (1978-2004) in Projeto História n. 35 - História e imprensa. 1. ed. São Paulo: Editora PUC/SP, 2007 – Portal Comunique-se, 14/05/2007.

15 PIRES, Elaine Muniz. Imprensa, ditadura e democracia: a construção da autoimagem dos jornais do Grupo Folha (1978-2004) in Projeto História n. 35 História e imprensa. 1. ed. São Paulo: Editora PUC/SP, 2007 – Portal Comunique-se, 14/05/2007.

secreto, diferenciando aquele mandato das impropriedades jurídicas que ajudavam a mantê-lo no poder durante o chamado Estado Novo (1937-1945).

Entretanto, o retorno do “*retrato do seu Gegê para o mesmo lugar*”, reativava na *imprensa oposicionista apoiadora dos candidatos udenistas* – *Tribuna da Imprensa, O Globo, O Dia, OESP*, entre outras – a manutenção do implacável *cercos midiático* composto de *denúncias, acusações, delações, revelações* e outros, visando *menos seus esclarecimentos e mais a instabilidade do mandato*.

Nesta conjuntura de acometimentos políticos de ambos os lados, o *político de São Borja* constatava a viabilidade de contar com apoio de *veículos de comunicação* aliados às suas propostas políticas. A *historiografia da imprensa escrita brasileira* daquele período consignava o surgimento do *Diário Última Hora* como o preenchimento de tal lacuna.

Wainer, opositor de Vargas na revista *Diretrizes*, publicada durante o Estado Novo, tornou-se fiel seguidor de Getúlio a partir daí. O candidato ganhou a eleição sem contar com o apoio da grande imprensa; nesse episódio demonstrou que sua habilidade para seduzir o público era maior que a da própria imprensa. Consciente da necessidade de ter uma base de sustentação no meio jornalístico, o Presidente eleito procurou Samuel Wainer, com quem articulou a criação do jornal *Última Hora*, em 1951. A partir dessa época travou-se intensa peleja entre esse órgão getulista e os porta-vozes da UDN (União Democrática Nacional) – *O Estado de S. Paulo* e *Tribuna de Imprensa*, principalmente.¹⁶

Para além do engajamento político em direção ao getulismo, das propostas do PTB e do enfrentamento jornalístico contra os *veículos udenistas*, as duas décadas de existência do *Última Hora* demarcaram um dos destacados *sucesso editorial da imprensa escrita nacional*. Desvinculado do *modelo das grandes famílias* – *o jornalismo brasileiro, ainda nos dias atuais, mantém-se associado à propriedade, domínio e condução de um seletos clã familiar* – as páginas deste diário fluminense, *mais que a tradição, impactava pela inovação*.

“Era comum também encontrar nas páginas do jornal grandes anúncios de promoções, shows de artistas famosos, brindes e concursos, uma outra maneira de tornar o leitor mais próximo e ativo”¹⁷. Verdadeira *caixa de ressonância* de alguns dos mais diversos anseios do leitor comum, o *Última Hora* replicava boa parte da cotidianidade que cercava desde o *fiel comprador de jornal* até o *leitor em trânsito de manchetes* no varal das bancas.

A *inovadora visualidade* que compunha a *primeira página/capa* – entre outras novidades espalhadas pelo corpo do jornal – composta de efetiva contribuição do *fotojornalismo* com imagens destacando *política, esporte, entretenimento, cultura, curiosidade*,

16 CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Imprensa e história do Brasil*. 1. ed. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988, p. 51.

17 PEREIRA, Lauro Ávila; ROMERO, Mariza (coordenação geral). *Arquivo em imagens. Número 5. Série Última Hora. Artes*. 2. ed. revisada. São Paulo: Arquivo do Estado – Imprensa Oficial do Estado, 2003, p. 9.

e outras que revolucionava a tradicional e sisuda diagramação dos “jornalões” e, assim, em acréscimo fomentava para os leitores a sensação de relacionamento com *igualdade de interesses* e, por vezes, *análogos nos seus fins*.

Quando foi lançado, em junho de 1951, o UH detonou uma revolução na imprensa nacional. Seu fundador, Samuel Wainer, implantou ideias inovadoras [...] diferente dos outros jornais de sua época, o UH introduziu uma linguagem nova, uma nova forma de relacionar com o público [...] essas mudanças dificultam o trabalho de definir um perfil do jornal de seu início até o fim. Ainda assim, é possível identificar no UH um fio condutor que atravessa as suas duas décadas: a linguagem [...] grande parte das matérias era escrita na primeira pessoa, sem a menor intenção de manter uma postura ou uma imagem imparcial e impessoal. Buscando uma maior aproximação com seus leitores, os cronistas e colunistas de UH conseguiam, através de sua escrita ‘pessoal’, fazer com que a leitura das notícias, por vezes, parecesse uma conversa entre amigos, com conselhos e dicas.¹⁸

No início dos anos 1950, a partir da criação, as páginas do *Última Hora* candidatava-se diariamente a transformarem-se em *periódico de considerável apelo popular* não somente pelo *novo design e linguagem*, sobretudo pela *defesa política das propostas de Getúlio Vargas* que – demagógicas ou não – possuíam o admirável poder de *confundir-se com as aspirações da maioria*.

A dissensão entre *petebistas* e *udenistas* – respectivamente representantes do *trabalhismo liberal* e *burguesia conservadora* – interpenetrou-se àquela temporalidade atingindo os anos pré-64 como *representação dos encarniçados embates partidários*, especialmente aqueles que envolveram pleitos eleitorais presidenciais. Agindo como *caixa de ressonância* destas disputas, a *imprensa escrita* reproduzia nos editoriais o *confronto de opiniões que, ao mesmo tempo, ocupavam as ruas*. Assim, enquanto o

Última Hora transformava-se em um *diário nacional* pelo número de leitores e, paralelamente, com o *sucesso comercial* seus *opositores de pauta-política-finanças* articulavam-se por sua destruição.

Comercialmente, o UH incomodava toda a sua concorrência, formada pelas famílias tradicionais da imprensa nacional [...] a crise final iniciou-se em 1963, ano de lançamento do NP [Notícias Populares – grifos nossos] e de uma campanha dos grandes grupos da imprensa (OESP – O Estado de São Paulo, Folha, Globo, Jornal do Brasil) para terminar de vez com o rival. Na articulação dessa campanha, a família Mesquita (Grupo OESP), teve papel fundamental.¹⁹

18 PEREIRA, Lauro Ávila; ROMERO, Mariza (coordenação geral). *Arquivo em imagens. Número 5. Série Última Hora. Artes. 2. ed. revisada*. São Paulo: Arquivo do Estado – Imprensa Oficial do Estado, 2003, p. 9.

19 PEREIRA, Lauro Ávila; ROMERO, Mariza (coordenação geral). *Arquivo em imagens. Número 5. Série Última Hora. Artes. 2. ed. revisada*. São Paulo: Arquivo do Estado – Imprensa Oficial do Estado, 2003, p. 10.

O golpe de março/abril de 1964 que derrubou do poder o petebista João Goulart, entre tantos reflexos, também foi decisivo na sobrevivência para o jornal criado por Samuel Wainer:

Os grandes anunciantes retiraram gradualmente seus anúncios das páginas do UH, iniciando uma crise econômica. Em 1964, o golpe garante que, além dos inimigos da imprensa, o jornal tenha como rival também o governo do país. Diante da repressão, o jornal mostrou-se inteligente e sobretudo corajoso, com constantes críticas ao poder estabelecido, tanto diretas quanto metafóricas, caricaturas e frases fortes de pessoas conhecidas, exibidas em letras enormes na primeira página. Ainda assim, o UH não conseguiu fazer frente à quantidade e ao poder de seus inimigos. Lentamente, o jornal entrou em declínio [...].²⁰

Destarte, a pesquisa em construção que consubstanciará a dissertação **60 + 4. Outros anos da mesma crise. Histórias, imagens e outros diálogos**, se iniciará respeitando a *estrutura de estudos do recorte histórico* delimitado entre o *final dos anos JK – consequências da construção de Brasília – alcançando, como limite final, a primeira quinzena de abril de 1964, quando da implantação institucional das primeiras leis/atos do novo regime ditatorial*.

Organizada em capítulos essa pesquisa manter-se-á objetivando identificar e/ou resgatar alguns dos muitos *vestígios* – especialmente os referentes a *história sócio-político-cultural* – aflorados ou por aflorarem através dos estudos da *literatura disponível sobre o tema*, bem como através da *identificação e releitura de fontes imagéticas* retratadas naquele presente vivido.

Do cultural ao político: sustos e sucessos de um país equilibrista, título que identificará o capítulo 1, responsável por interpenetrar-se no efervescente cenário socio-cultural da transição entre as décadas de 50 e 60 quando múltiplas ações daquele setor garantiram *reconhecimento de público e de crítica* no país e no estrangeiro. A chamada “*batida do violão bossanovista*”; a “*câmera na mão*” do *Cinema Novo*; o *teatro engajado de vanguarda*; *vitórias em disputas esportivas pelo mundo contribuíram* para reforçar a euforia nacionalista do período.

O *janismo* como fenômeno político eleitoral causou – em reduzido espaço temporal – *euforia e frustração* entre seus milhões de eleitores. A herança dos *anos JK* – para o bem e/ou para o mal – inserida nos poucos meses de duração do mandato de Quadros, contribuiu para a implacável implosão daquele político, deixando combustível suficiente para acelerar as *intenções golpistas* que seguiam pairadas sobre o país.

Diante deste contexto instável e conturbado do cotidiano político, *setores da imprensa escrita conservadora* – especialmente representados por *diários tradicionais do*

20 PEREIRA, Lauro Ávila; ROMERO, Mariza (coordenação geral). Arquivo em imagens. Número 5. Série Última Hora. Artes. 2. ed. revisada. São Paulo: Arquivo do Estado – Imprensa Oficial do Estado, 2003, p. 10.

sul/sudeste – insistentemente *formatavam* denúncias contra o presidente Goulart e seu governo, acusando-os de coniventes e condutores de *ideais esquerdistas: perigo vermelho!*

Para compor o capítulo 2, **Do nacional ao transnacional: oficinas e arenas em operação**, essa pesquisa recuperará alguns dos *sujeitos produtores das atividades esportivo-culturais* do início dos anos 60, os quais se destacaram com novas conquistas em competições internacionais e em montagens artísticas que para além de suas importâncias reafirmavam o ufanismo presente na época, bem como ampliavam a *politização das representações teatrais que mais que entretenimento, também propunham engajamento*.

Naquele momento, o regime republicano do país contava com o funcionamento do *Sistema de Conselho de Ministros (Parlamentarismo)*, adotado como *solução de passagem* em 1961, diante da crise formada após a renúncia de Quadros e a resistência de militares e conservadores em aceitarem a constitucional posse do vice-presidente Goulart. Os *vestígios e sujeitos* presentes nas administrações que se sucederam de Primeiros Ministros foram decisivos para dimensionar a atuação de Goulart que logrou reativar – 17 meses depois – o *Sistema Presidencialista* com a vitória no *Plebiscito de 1963*.

A conjuntura internacional impregnada pela *bipolarização de culturas políticas – capitalismo versus comunismo* – inseriu ao *encalacrado panorama brasileiro* os interesses de *norte-americanos e soviéticos*. A *atuação de Washington* por aqui, principalmente através das atividades do *complexo IPES/IBAD* – que, na prática, *organizava, ativava e financiava as ações pró-Golpe*.

O capítulo 3 que encerrará a dissertação aqui proposta, titulado **Do virtual ao visceral: marcha em construção da quarta-feira de cinzas**, acompanhará a *trajetória presidencialista de Goulart – do Plebiscito ao Golpe* – percorrendo o *recorte temporal* entre 1963 até 1964.

O conturbado *cenário das ações* ganhava – com devidos apoiadores e opositores – um novo *fio condutor: as Reformas de Base*. Destramar aqueles meses de *permanente prontidão civil e/ou militar* ativará *diálogos* que absorvam as questões ligadas as *reformas agrária, eleitoral, educacional*; a *insubordinação nos quartéis*; a *formatação informativa da imprensa*; o *permanente olhar estrangeiro*; entre outras.

Em torno das *reformas* a cotidianidade sócio-econômico-político-cultural contabilizava as múltiplas e divergentes articulações que do *interior dos gabinetes* logo ganharam *praças e avenidas* em *marchas e contramarchas* a justificarem o *visceral comportamento das partes*.

Referências Bibliográficas

ALVES, Júlia Falivene. **A invasão cultural norte-americana**. 2. ed. São Paulo: Editora Moderna, 1989.

- ALVES, Maria Helena Moreira. **Estado e oposição no Brasil** – 1964-1984. 3. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1985
- AZEVEDO, Cecília; ROLLEMBERG, Denise; KNAUSS, Paulo; BICALHO, Maria Fernanda Baptista; QUADRAT, Samantha Viz; (orgs.). **Cultura política, memória e historiografia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009
- BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. **O governo João Goulart** – as lutas sociais no Brasil – 1961-1964. 8. Ed. revista e ampliada. São Paulo: Editora UNESP, 2010.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política** – vol. 1. 7. ed. Brasília: UNB, 1983
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política** – vol. 2. 7. ed. Brasília: UNB, 1983.
- BOJUNGA, Cláudio. **JK** – O artista do impossível. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2001.
- BURKE, Peter. **Testemunha ocular** – história e imagem. 1. ed. Bauru: EDUSC, 2004.
- CANTARINO, Geraldo. **1964 – A revolução para inglês ver**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Imprensa e história do Brasil**. 1. ed. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988.
- CAPELATO, Maria Helena; PRADO, Maria Lígia. **O bravo matutino, imprensa e ideologia no jornal O Estado de S. Paulo**. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.
- CHIRIO, Maud. **A política nos quartéis: Revoltas e protestos de oficiais na ditadura militar brasileira**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012
- CORDEIRO, Janaína Martins. **Direitas em movimento**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.
- CRUZ, Heloísa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. **Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa in Projeto História 35** – História e Imprensa. São Paulo: Editora da PUCSP, 2007.
- DIAS, Luiz Antonio. **O poder da imprensa e a imprensa do poder: a Folha de S. Paulo e o golpe de 1964**. Assis/São Paulo, 1993. Dissertação de mestrado, FCL/UNESP.
- DREIFUSS, René Armand. **1964 – A conquista do Estado – Ação política, poder e golpe de classe**. 7. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.
- FERREIRA, Jorge. **João Goulart uma biografia**. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.
- GREEN, James N. **Apesar de vocês – oposição à ditadura brasileira nos Estados Unidos, 1964-1985**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2009
- HOBBSAWM, Eric. **Tempos interessantes** – uma vida no século XX. 1. ed. 2. reimpressão. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia & História**. 3. ed revista e ampliada. Cotia: Ateliê Editorial, 2009.
- OLIVEIRA, Maria Rosa Duarte de. **João Goulart na imprensa** – de personalidade a personagem. 2. ed. revista e ampliada. São Paulo: Annablume Editora, 2001.
- PARANHOS, Kátia Rodrigues; LEHMKUHL, Luciene; PARANHOS, Adalberto (orgs.). **História e imagens: textos visuais e práticas de leitura**. 1. ed. Campinas: Mercado de Letras Edições, 2010.
- PILAGALLO, Oscar. **História da imprensa Paulista** – Jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma. 1. ed. São Paulo: Editora Três Estrelas, 2011.

PIRES, Elaine Muniz. **Imprensa, ditadura e democracia**: a construção da autoimagem dos jornais do Grupo Folha (1978-2004) in Projeto História n. 35 – História e imprensa. 1. ed. São Paulo: Editora PUC/SP, 2007.

SARLO, Beatriz. **Paisagens imaginárias**. Intelectuais, arte e meios de comunicação. 1. ed. 1. reimpressão. São Paulo: EDUSP, 2005.

SAUNDER, Francis Stornor. **A guerra fria cultural**. A CIA e o mundo das letras e das artes, The New York Press, 1999.

TAVARES, Flávio. **1961 – o golpe derrotado** – luzes e sombras do Movimento da Legalidade. 1. ed. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

Percursos para um jornalismo benjaminiano, catador e colecionador de memórias

Sílvia Mendes¹

Resumo: Walter Benjamin propõe uma nova forma ética e estética de registro histórico que leva em consideração as memórias dos oprimidos, dos vencidos na disputa pelo direito de dominar. Para ele, o passado só faz sentido quando atualizado no presente com a meta da redenção. É preciso não apenas reparar as injustiças sociais, mas também representar uma narrativa completa, complexa e multifacetada da história. Na sua filosofia da história, compara o papel do historiador aos do catador e do colecionador. O presente é ruína, escombros deixados pelo passado. É preciso escavar, recolher o lixo, os vestígios daquilo que foi desprezado e ocultado. É preciso atribuir um novo valor e uma nova dignidade ao lixo coletado. Relacionar a ética da memória benjaminiana ao jornalismo não parece difícil: não tem também o jornalismo um compromisso ético a ser desenvolvido? Não lida também o jornalismo com a memória de suas fontes, com os acontecimentos históricos de seus territórios de cobertura, com o registro de uma época que é o atual presente? Este artigo relaciona a concepção de uma ética da memória com o jornalismo enquanto agente ativo da narrativa historiográfica em busca de sinalizar percursos para a possibilidade de um jornalismo benjaminiano, catador e colecionador de memórias. Para tanto, utiliza brevemente como objeto de estudo o jornalismo impresso local. Importa destacar, porém, que se acredita aqui que as noções levantadas podem ser virtualmente aplicadas a todos os modos de fazer jornalístico.

Palavras-chave: Jornalismo; História; Memória; Walter Benjamin.

O ponto de encontro mais evidente entre o jornalismo e a filosofia benjaminiana parece residir no compromisso ético: num certo dever social que tem o jornalista – assim como qualquer outro agente de registros históricos, de produtos estéticos culturais, da narrativa de uma época. Esta constatação é válida tendo em vista duas premissas fundamentais: 1) o jornalista coleta e manuseia frequentemente a memória de suas fontes; 2) a preocupação de Walter Benjamin com a memória é, além de tudo, uma preocu-

¹ Jornalista e acadêmica de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina – silviamidia@gmail.com.

pação com a ética. De fato é possível falar, sem risco de equívoco, na existência de uma ética benjaminiana da memória.

Seligmann-Silva (2009), importante comentador da obra de Walter Benjamin no Brasil, escreve que o compromisso benjaminiano com a ética deve ser pensado, antes de mais nada, como um modo de tentar salvar nas representações culturais a violência que está na origem da cultura. Para compreender essa noção, é preciso ter em mente que entre as diversas contribuições de sua obra, uma das mais importantes é a concepção de uma filosofia da história. Com as raízes de suas influências germinadas no romantismo, no messianismo judaico e no marxismo, as teses “Sobre o conceito de história”, de 1940, condensam a visão do filósofo alemão sobre o compromisso ético do historiador; mais precisamente, do materialista histórico. Trata-se da responsabilidade de salvar o esquecido.

Inserido em um século de catástrofes, Benjamin vivenciou a primeira e a segunda grande guerra, sistemas ditatoriais, mudanças nos modos de produção e nas relações as diferentes classes sociais. Quando propõe que se escove a história a *contrapelo*, reivindica uma modificação nos hábitos positivistas de registro historiográfico. Quer abrir os olhos dos historiadores para a maneira como a história é escrita; maneira essa em que apenas os grandes acontecimentos ganham a dignidade de história e os vencedores da disputa pelo domínio ganham a dignidade de narradores. Aos vencidos e oprimidos, resta assistir passivamente a parada triunfal. Mas após o século de Benjamin, com todas as suas transformações e catástrofes, foi preciso haver uma ruptura no modo como a historiografia era vista. Isso ocorreu justamente porque houve uma ruptura no modo como as “categorias universais” eram vistas. Instalou-se sobre elas o signo da desconfiança e foi sob tal signo que novas formas de representação do passado precisaram ser modeladas (SELIGMAN-SILVA, *op. cit.*). Como resultado deste novo modo de pensar a ética e a estética da história, a preocupação com o registro da memória ascendeu mais e mais. Como bem explica Seligmann-Silva (*op. cit.*), a narrativa da memória é fragmentária, calcada na experiência individual e da comunidade, no apego aos locais simbólicos e sem a pretensão de traduzir integralmente o passado. Nas palavras de Benjamin: “articular historicamente o passado não significa conhecê-lo “tal como ele de fato foi”. Significa apropriar-se de uma recordação, como ela relampeja no momento de um perigo”. E o que seria esse perigo, que se ameaça não só ao sujeito, mas à própria tradição? Benjamin responde: “entregar-se às classes dominantes, como seu instrumento”².

Walter Benjamin não foi o único a se preocupar com tais questões. Diversos autores, Proust entre eles, definiram a memória como garantia da identidade. Talvez a maneira mais fácil de conceber esta noção seja na perspectiva do paciente com amnésia. Desprovido da capacidade de recordar, sua principal questão tende a ser: quem sou eu?

2 “Sobre o conceito de história” (In: BENJAMIN, 2012, p. 243).

Nos meados do século XX, Maurice Halbwachs escreveu sobre a importância da memória coletiva, do testemunho do outro, em períodos de crise e instabilidade social: tais testemunhos reforçam a noção de pertencimento a determinado grupo, solidificando a noção individual de identidade e segurança. Nessa perspectiva, Seligmann-Silva (op. cit.) fala na valorização dos lugares de memória (*lieux de mémoire*), que são revisitados na contemporaneidade por uma série de autores, entre eles Pierre Nora.

O resultado de tais reflexões é que o historiador passa a se identificar com a figura do arqueólogo, que escava sob os escombros do passado. Se o passado benjaminiano é catástrofe, cabe, de fato, a quem for investigá-lo debruçar-se sob as ruínas de seu presente. É nesse contexto que Benjamin compara o papel do historiador ao de um catador: na busca de uma redenção do passado no presente, que é a meta maior, não interessam os grandes blocos de concreto, mas o lixo que se acumula sob eles. Aquilo que foi desprezado e ocultado. Que é a memória daqueles oprimidos e vencidos, já citados anteriormente. Mas não basta catar: é preciso colecionar. Trata-se de um ato de amor no qual o objeto, resgatado de um local de abandono, é colocado entre pares e recebe dignidade e valor diante do colecionador. Seligmann-Silva constata, na relação entre catador e colecionador em Benjamin, a ética da memória que implica um ato duplo:

[...] por um lado a *destruição da falsa ordem das coisas* e, por outro, a *construção de um novo espaço mnemônico* – que ao mesmo tempo salva a individualidade do objeto e é mais condizente com as demandas do presente (2009, p. 56).

Para Nora (1993), a tendência de se falar sobre memória atualmente resulta do fato de que a memória não existe mais. Por definição, os lugares de memória consistem na resistência do que resta de outro tempo, já passado, e são capazes de preservar e transmitir os ritos, hábitos, costumes e demais manifestações e características culturais que não mais existem. Há lugares de memória justamente porque não há mais meios de memória. Assim como Halbwachs, Nora observa que a memória emerge do grupo que ela une, havendo, portanto, tantas memórias quanto grupos existem. Tais grupos, na perda dos rituais, dos costumes que de tão impregnados não precisavam ser ditos, reivindicam os lugares de memória nos quais os vestígios, rastros do que sobrou do passado vivido sejam coletados, catalogados, arquivados. Tais locais podem ser materiais ou imateriais, caracterizando-se fundamentalmente pela habilidade de permitir com que grupos ou povos se identifiquem e se reconheçam. Os grupos reivindicam lugares onde possam ancorar sua memória (NORA, 1993, p. 9). Poderia ser o jornalismo um destes lugares?

Pelo menos o jornalismo local parece, em algum nível mais evidente, atuar como um lugar de memória, que tal pode ser evocada através de elementos da situação presente que se relacionam com a experiência passada, gravada em nós devido ao seu valor afetivo, sua importância, significação ou impacto em nossa existência. Ao ver uma foto da antiga escola ou do bairro em que se viveu, ao ler sobre o caso antigo, envolvendo

vizinhos ou familiares, evocamos recordações do tempo passado, povoadas de valores, tais como saudade e alegria pelas brincadeiras e amigos da infância. As fotos, textos e mesmo conversas propriamente ditas, dão testemunho da experiência vivida. Deparar-se com tais testemunhos é como reencontrar um velho amigo: exige um esforço inicial de “recordar em comum” que antecede o reconhecimento verdadeiro, apontado por Halbwachs (2006, p. 30).

Para o autor, estas rememorações conjuntas elevam a importância do fato vivido: de fato, acreditamos revivê-los. Pensar a memória a partir de sua dimensão coletiva é fundamental para compreender o senso de comunidade que demonstra unir os grupos sociais. Sobre isso, Halbwachs ainda nos faz perceber que jamais estamos a sós: “nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros” (*op. cit.*, p. 30).

O século das catástrofes, no qual viveu Walter Benjamin já se foi. Hoje, porém, como já constatado por muitos (entre estes, Agamben³), o estado de exceção transformou-se na regra. Além da queda na cotação da experiência, o mundo ainda permanece em guerra (ainda que descentralizadas e espalhadas pelo globo). Mas, diferentemente da época de Benjamin, dispomos de uma tecnologia que modifica todo o tabuleiro do jogo. O contexto da atualidade é, além de tudo, caracterizado pela cultura líquida⁴, que coloca em crise a identidade ao dissolver territórios, ritos e costumes.

Hall (2011), Giddens (1991) e outros autores que refletiram sobre a modernidade tardia abordaram, mesmo que de maneiras diferentes, a ideia da crise de identidade nas sociedades atuais. Isso porque se aprendeu a relacionar identidade à família, à história pessoal e às posições ocupadas durante a vida. Se o espaço se dissolve, como criar um ponto fixo do qual se lança a história pessoal do indivíduo? Para Castells (1999), tal crise, ou sensação de desorientação, forma-se principalmente devido às mudanças radicais no âmbito da comunicação, derivadas da revolução tecnológica no campo e – conseqüentemente – na passagem dos meios de comunicação de massa tradicionais para um sistema de redes horizontais de comunicação, já enraizado na internet.

No que diz respeito ao jornalismo impresso, a imagem que se forma a partir de tais noções é altamente fatalista. No entanto, o jornalismo local sobrevive e prospera em oposição ao impresso de grande abrangência, que decai gradativamente em tiragem e receita. Cabe, portanto, atentar para o papel e os atributos que o jornalismo local é capaz de conter num cenário de desorientação e crise de identidade. Warren Buffet, ao gastar U\$ 143 milhões na aquisição de 63 impressos locais norte-americanos, defendeu o investimento afirmando que, em cidades pequenas, onde o senso de comunidade é forte, não há instância mais importante do que o jornal local. A afirmação pode ser exagerada,

3 AGANBEM, Giorgio. **Infância e História**: destruição da experiência e origem da história. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

4 (BAUMAN, 2001).

mas ainda assim levanta uma questão importante: como se dá o vínculo do jornal local com a comunidade? De quais recursos se apropria para enraizar-se na experiência comum e sobreviver na era da Sociedade em Rede?

Leva-se em conta aqui o pressuposto de que, mesmo de maneira não deliberada, o jornalismo local faz uso da memória a fim de firmar e reafirmar seus vínculos com o público. Por sua proximidade, dispõe constantemente de testemunhos que reforçam o seu pertencimento à comunidade para a qual se dirige. O princípio primordial do jornalismo de abrangência local é possivelmente este: fazer-se incluído no grupo a que se dedica. Esse esforço pode ser percebido nos títulos e slogans de alguns impressos locais de Santa Catarina: “*Jornal Vanguarda*: o urussanguense com conteúdo” (Urussanga); “*A coluna*: em defesa da comunidade” (Videira); “*Correio dos Lagos*: o veículo de comunicação e integração da Região dos Lagos” (Anita Garibaldi); “*Correio Otaciliense*: o nosso jornal!” (Otacílio Costa); “*Linha Popular*: aqui Camboriú é notícia” (Camboriú).

Em Santa Catarina, é possível observar uma grande quantidade de pequenas empresas jornalísticas, talvez devido ao próprio processo de desenvolvimento geográfico e histórico do estado, que é composto em maioria por pequenos municípios com população abaixo dos 100 mil habitantes. O jornalismo impresso segue o mesmo padrão, com poucos diários de maior abrangência e muitas pequenas empresas. Apenas um diário se propõe a cobrir Santa Catarina – o *Diário Catarinense*, do grupo RBS; e outros poucos têm público regional. Os demais se voltam para as próprias cidades ou pequenas localidades onde circulam.

A Associação dos Jornais do Interior de Santa Catarina (Adjori/SC) atualmente possui 185 associados. Considerando que 57% dessas publicações têm tiragem entre mil e três mil exemplares, pode-se verificar que o jornalismo de interior com abrangência local representa uma força significativa no estado.

Maurice Halbwachs, em *A Memória Coletiva*, traça a relação entre os grupos sociais e as memórias do indivíduo. Para ele, é nas associações pequenas e duradouras que a memória se fortalece. Tempo e proximidade são grandes responsáveis por imprimir, no indivíduo, as marcas do grupo. Diferente do que seria a memória histórica, que pressupõe a reconstrução dos dados fornecidos pelo presente da vida social e projetada sobre o passado reinventado (HALBWACHS, 2006), a memória coletiva atualiza o passado, recompondo-o magicamente no tempo presente a partir de um germe de rememoração. Tal noção sobre o passado e a temporalidade não parece diferir da pensada por Walter Benjamin, para quem a experiência se configura na intersecção entre elementos do passado individual e elementos do passado coletivo⁵. O que faz sentido no olhar para o passado do grupo é somente aquilo que ativa memória do indivíduo. Esta memória,

5 “Sobre alguns temas em Baudelaire” (In: BENJAMIN, 1994).

para Halbwachs, ainda que possua uma dimensão individual, é essencialmente coletiva: os testemunhos dos outros são capazes de reforçar ou enfraquecer, e também de completar, as imagens que evocamos de um evento sobre o qual já possuímos algumas informações.

Assim como o outro, cujo testemunho me toca, não precisa estar materializado diante de mim para que isso ocorra, a sua presença física e sensível não seria o suficiente para provocar o movimento da rememoração em mim, caso o acontecimento vivido não tenha imprimido marcas na minha memória. Ou seja: caso não tenha tocado o inconsciente, configurando algum tipo de experiência. Como aponta Halbwachs, se na ausência dos testemunhos é impossível reconstruir qualquer traço do acontecimento vivido, os outros podem apresentar um quadro vivo da cena, mas este jamais será uma lembrança.

O autor traça modos com que o testemunho do outro pode agir no inconsciente de quem o recebe, configurando algum tipo de lembrança. As imagens novas de que ouvimos testemunho podem modificar impressões que guardamos de um acontecimento vivido ou de pessoas conhecidas. Também podem, tais imagens externas, não reproduzir muito exatamente o passado: a lembrança inicial do indivíduo talvez seja mais fiel ao acontecido de fato. Neste sentido, lembranças reais podem se misturar com as lembranças fictícias. Outra possibilidade é que nossa lembrança seja incompleta, ofuscada ou rasa, e o testemunho do outro atue no sentido de clarear as imagens e preencher espaços vazios da memória. Conforme Halbwachs (2006, p. 32):

Assim como é preciso introduzir um germe em um meio saturado para que ele cristalize, o mesmo acontece neste conjunto de testemunhas exteriores a nós, temos de trazer uma espécie de semente da rememoração a este conjunto de testemunhos exteriores a nós para que ele vire uma consistente massa de lembranças.

Considerar a necessidade da existência desse germe de memória no sujeito, para Halbwachs, significa considerar que ainda que um indivíduo não consiga acessar por si só todas as partes da cena vivida, possui algo que o mantém em contato com o grupo, tornando-o capaz – em algum nível – de se identificar com ele e confundir o seu passado com o dele. Neste sentido, memória coletiva não prescinde da existência de um grupo cuja partilha comum tenha possibilitado algum tipo de experiência. Não basta o testemunho para que a memória do indivíduo se aproveite da memória do outro: é preciso que essas imagens concordem; que existam pontos de contato; que sejam construídas sobre uma base comum. Isso é possível, para Halbwachs, apenas quando o indivíduo e os outros que lhe cedem testemunhos fizeram e seguem fazendo parte de uma mesma sociedade, de um mesmo grupo.

Também para Halbwachs, a constituição do grupo, enquanto comunidade que compartilha de uma memória coletiva, está ligada ao espaço físico ocupado. Deste modo,

nos limites de uma cidade, de uma casa, de um bairro, de uma universidade, o grupo constituído encontra suas lembranças coletivas no contexto espacial assim definido. Cada sociedade recorta o espaço ao seu modo, mas sempre de maneira a constituir um novo contexto fixo em que encerre e encontre suas lembranças (*op. cit.*, p. 188).

Nesta concepção, que leva em conta os diversos testemunhos do grupo que não só constituem a memória coletiva, mas também são capazes de acionar no indivíduo os seus vínculos e afetividades em relação à comunidade, é possível criar um ponto de partida para a reflexão sobre o jornalismo local enquanto lugar de memória.

Alguns fatores evidentes se demonstram capazes de oferecer recursos ao jornalismo local para uma relação íntima com a comunidade: tiragem e público reduzidos; periodicidade semanal – prolongamento do tempo para apuração, redação e leitura; exigência de que o leitor adquira o exemplar físico do jornal, muitas vezes demandando de uma circulação dele no espaço também físico, preenchido pelo grupo (*espaço de lugares*)⁶; possibilidade de impressão destes testemunhos do outro, que não sou eu, mas que me toca a memória e diz de mim.

De acordo com Motta (2013a, p. 96), “a lógica narrativa só se revelará nas duras e cruas notícias do dia a dia se observarmos como elas lidam com o tempo e o organizam”. De fato, o pressuposto assumido pelo autor apenas confirma a relação entre a ética da memória benjaminiana e o fazer jornalístico, no modo como esta relação é aqui proposta: os leitores constroem cognitivamente significados a partir de informações provenientes do texto da notícia, mas também de informações do contexto e de suas próprias experiências, memória e cultura (*op. cit.*, p. 100).

O contexto do jornalismo na cidade pequena se demonstra ambiente propício para a configuração de uma narrativa jornalística que permita ao leitor a construção de significados, mas também é possível abstrair tal constatação para qualquer outra dimensão do jornalismo. Se o leitor recorre à sua própria memória e experiência ao ler o jornal, à notícia que é deliberadamente é construída para o leitor em sua comunidade e especificidades, parece ser possível não apenas a dignidade de narrativa, mas também a capacidade de se incorporar e enraizar na experiência comum. Motta sugere a compreensão da comunicação narrativa jornalística como um processo entre sujeitos interlocutores no qual cabe observar as interpretações de mundos possíveis. Cabe, à análise crítica das narrativas presentes nos jornais, vasculhar “a experiência estética da recepção jornalística onde esvaece o mundo fático e manifesta-se o mundo subjetivo das ideologias, mitos e modelos de mundo” (MOTTA, 2013a, p. 103).

É possível pensar a relevância de uma preocupação que o jornalismo deve ter com a memória quando se acredita no princípio de que o jornalismo tem em mãos o poder de acessar e ajudar a pensar uma história viva, mais importante do que a documental, de seu público: através de perfis, narrativas baseadas na oralidade, cadernos especiais

6 Castells, 1999.

de datas comemorativas e imagens. Motta (2013b) defende o caráter histórico da narrativa jornalística ao definir o jornalista como historiador da atualidade e destacar a importância da valorização do atual como matéria histórica. Aponta também para a noção de que negar às narrativas jornalísticas o caráter de história é negar à atualidade a dignidade de história:

“Antes de qualquer elaboração crítica, o presente é vivido diretamente como história e se impõe ao historiador desde o exterior, história falada, escrita, televisionada” (MOTTA, 2013b, p. 24). Ao se referir às narrativas jornalísticas, o autor ainda destaca que a identidade do texto deve ser buscada em seu caráter temporal, de acordo com a ideia de que o tempo torna-se humano na medida em que está articulado de modo narrativo.

Um jornalismo benjaminiano, além de compreender sua constante contribuição para a narrativa da história, também assume para si o dever de lutar por aqueles que não são dignos de memórias duráveis; aqueles cujo passado é desconsiderado como fato histórico. Ele deve catar não apenas nas ruínas do passado, mas debaixo do tapete do presente todos aqueles restos desprezados, oprimidos e marginalizados. O que coleta, tem como responsabilidade colecionar; atribuir às memórias-lixo posição igualmente relevante às demais no arquivo mnemônico que inevitavelmente acabam sendo as páginas dos jornais.

Referências

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire um crítico no auge do capitalismo**. 1. ed. – São Paulo: Brasiliense, 1994. – (Obras escolhidas: v. III)

_____. **Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação**. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2002.

_____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e a história da cultura**. 8. ed. revista – São Paulo: Brasiliense, 2012. – (Obras escolhidas: v. I).

CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Sobrevivência dos vaga-lumes**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.

GIDDENS, Antony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. 2. ed. São Paulo: Centauro, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica das narrativas**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013a.

_____. **Jornalismo e configuração narrativa da história do presente.** Revista Eletrônica E-Compós, edição 1, dezembro de 2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/8/9>>. Acesso em: 22 de outubro de 2013 b.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário.** São Paulo: Contexto, 2002.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto história**, São Paulo, nº 10, p. 7-28, 1993.

SELIGMAN, Laura. COZER, Karis. **Jornais populares de qualidade: ética e sensacionalismo em um novo padrão do jornalismo de interior catarinense.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornais-seligman.pdf>>. Acesso em: 27 de agosto de 2013.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. **A atualidade de Walter Benjamin e de Theodor W. Adorno.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

O Jornal das Senhoras e a subjetivação do feminino no jornal dedicado as mulheres¹

Giovanna G. Benedetto Flores²

Resumo: O século XIX foi marcado por inúmeras transformações no Brasil-Colônia como a instalação da imprensa e a fundação do discurso jornalístico brasileiro. Nas duas primeiras décadas, os jornais que circulavam na Corte eram de predominância política e dirigidos aos homens, foi somente a partir dos anos 1850 do século XIX que surgiu o primeiro jornal dedicado à mulheres: O Jornal das Senhoras, editado por Joanna de Paula Manso de Noronha. Circulando na Corte, o periódico tinha como proposta incentivar a “emancipação moral das mulheres”, embora colocasse os interesses da família como prioritários. O que percebemos, *a priori*, é que as mulheres eram praticamente invisíveis na imprensa que começava a se formar no Brasil. Portanto, entendemos que, naquele período, havia um processo de apagamento do feminino na imprensa no período do império. Nossa pesquisa tem como suporte teórico a Análise do Discurso, desenvolvida na França por Michel Pêcheux e no Brasil por Eni Orlandi, produzindo gestos de interpretação que buscam compreender o funcionamento das práticas sociais em diferentes épocas.

Palavras-chave: Análise do Discurso, Discurso Jornalístico, Sentidos, Imprensa Feminina

Introdução

Meados do século XIX, início do ano de 1852. O Brasil tinha praticamente acabado de proclamar sua independência de Portugal, e a imprensa brasileira estava ainda engatinhando. A nação que ainda estava se formando, já nascia marcado pelas diferenças: um país de iletrados, de escravos e de injustiças sociais. E as mulheres faziam parte dessa classe oprimida e sem direitos a expressar seus pensamentos. Foi justamente neste

1 Trabalho apresentado no GT de Historiografia da Mídia integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem e do Curso de Graduação em Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul). Jornalista (Unisinos/RS) Mestre em Ciências da Linguagem (Unisul/SC) e Doutora em Linguística (Unicamp/SP). Integrante dos grupos de pesquisas (CNPq) em Discurso, Cultura e Mídia e em Produção e Divulgação do Conhecimento

período da metade do século XIX que começa a circular no Rio de Janeiro, centro cultural e político do Brasil, o primeiro periódico redigido exclusivamente por mulheres: o *Jornal das Senhoras*. Até o surgimento deste periódico, algumas mulheres participavam da imprensa por meio de artigos e poesias, mas os poucos jornais voltados ao público feminino eram redigidos somente pelos homens.

Portanto, esse trabalho tem como objetivo analisar discursivamente a ideia de emancipação feminina proposta pela editora do *Jornal das Senhoras*, procurando compreender os sentidos de emancipação social e moral marcados neste periódico de 1852.

O *Jornal das Senhoras* tinha como epígrafe: *modas, literatura, belas artes, teatro e crítica* e vinha marcado por uma novidade: a voz feminina de Joana Paula Manso de Noronha. Argentina radicada no Brasil, Joana de Noronha, separada de um compositor e violinista português, buscava mostrar às mulheres os seus direitos, “discutindo sobre melhoramento social e emancipação moral” (Ribeiro, 2010, p. 43)³.

Seguindo os costumes portugueses, devido a influência moura, a mulher quase não saía de casa, a não ser para ir à missa. Vivia cozinhando e fazendo rendas; raramente, os pais deixavam as filhas estudarem, sob a alegação de que elas poderiam assim manter correspondências amorosas não consentidas. O hábito de enviar as filhas à escola só foi absorvido pelas famílias de posses por volta da metade do século. Então, se os homens letrados eram poucos as mulheres alfabetizadas formavam um número muito reduzido. (BUITONI, 1986, p. 36)

Joana Paula de Noronha ficou apenas seis meses na direção do *Jornal das Senhoras*, o qual passou a ser editado por Violante Atabalipa Ximenes de Bivar e, depois, passou para a direção de Gervásia Numésia Pirs dos Santos Neves⁴, circulando até 1855. No *Jornal das Senhoras*, as mulheres participavam com artigos, mas não assinavam, ou então, usavam pseudônimos, ou seja, uma forma de poder dizer sem serem censuradas.

Já a partir dos anos 60 daquele século, a imprensa feminina se expandiu, com diversas publicações que traziam marcas do interesse de emancipação e valorização da mulher.

À medida que o século XIX transcorria com transformações e mudanças profundas na vida social e política brasileira a luta das brasileiras pela emancipação moral da mulher branca, escolarizada e classe média crescia. Pois as mulheres, ditas feministas, eram alvo de descrédito em suas lutas pela emancipação e a imprensa nacional, dominada pelo poder masculino, publicava ar-

3 RIBEIRO, Mônica. Movimento feminista na fonte dos centros de combate à violência contra mulheres. In: *Anais do I Simpósio sobre Estudos de Gênero e Políticas Públicas*, Universidade Estadual de Londrina, junho de 2010.

4 Há divergência entre autores da História da Imprensa sobre as editoras do *Jornal das Senhoras*.

tigos grotescos e maledicentes, ilustrados com caricaturas irônicas acerca das reivindicações emancipatórias da mulher brasileira. (MOREIRA, 2008, p. 150)

Iniciativas como a revista *Belo Sexo*, que circulou no Rio de Janeiro em 1862 e editado por mulheres que não ficaram no anonimato, é um dos exemplos da expansão da imprensa feminina no Brasil. Ainda na Corte, circularam *O Domingo* (1874), também de Violante Atabalipa Velasco e *Eco das Damas* (1879), de Amélia Carolina da Silva Couto, que publicou, em 1887, *O Leque*, periódico que propunha a libertação das mulheres. Em outubro de 1897 foi lançado em São Paulo *A Mensageira*, que circulou até 1900. Em Minas Gerais, Francisca Senhorinha Motta Dinis editou o jornal *O Sexo Feminino* em 1873.

A segunda metade do século XIX será o palco privilegiado das mulheres brasileiras escritoras se lançarem no jornalismo e/ou no mercado editorial determinadas a resistirem aos poderosos instrumentos de intimidação moral e/ou sexistas lançados pelos guardiões da sociedade patriarcal brasileira a qualquer mulher-escritora que se aventurasse pelo território masculino da escrita. (MOREIRA, 2008, p. 152).

Portanto, foi a partir da segunda metade do século XIX que a imprensa feminina começou a despertar no Brasil, embora de maneira muito tímida e fortificando o modelo já existente.

Análise

Voltando ao *Jornal das Senhoras*, o periódico buscava demonstrar às mulheres que elas podiam ser emancipadas e que não dependiam dos homens e casamentos para adquirirem direitos.

Já no primeiro número, Joana de Noronha apresenta em suas formulações este viés argumentativo. Começa a edição relacionando a Corte brasileira com a Europa, principalmente a França, Inglaterra, Itália, Espanha e Portugal, onde as mulheres colaboravam nos jornais. Para Joana de Noronha, o Brasil precisava se igualar à tendência da sociedade europeia, incluindo as mulheres na produção jornalística.

Por ventura a América do Sul, ela só, ficará estacionária nas suas ideias, quando o mundo inteiro marcha ao progresso e tende ao aperfeiçoamento moral e material da Sociedade? Ora! Não pode ser. A sociedade do Rio de Janeiro, principalmente Corte e Capital do Império, Metrópole do sul da América, acolherá de certo com satisfação e simpatia o *Jornal das Senhoras*, redigido por uma Senhora mesma: por uma americana que, senão possui talentos, pelo menos tem a vontade e o desejo de propagar a ilustração e cooperar com to-

das suas forças para o melhoramento social e emancipação moral da mulher. (JORNAL DAS SENHORAS, n.1, 1 de janeiro de 1852).⁵

Podemos pensar discursivamente esse poder dizer que vem marcado pelo aparecimento da imprensa feminina. Se, naquele período, havia somente jornais editados por homens e que para poder dizer, muitas mulheres usavam de pseudônimos ou não assinavam os artigos, o simples fato de surgir um jornal editado por uma mulher pode ser considerado como acontecimento discursivo?

O acontecimento discursivo para a AD é a ruptura, a falha que nos remete para outros sentidos, é aquilo que “escapa”, aquilo que desestabiliza. É o que permite o deslizamento de sentido e torna possível um novo gesto de leitura, num “mundo logicamente estabilizado” (Pêcheux, 1990b, p. 31). Lembramos Orlandi quando afirma que “dar sentido é construir limites, é desenvolver domínios, é descobrir sítios de significação, é tornar possível gestos de interpretação” (2003, p. 15). Neste sentido, entendemos a participação de Joana de Noronha no *Jornal das Senhoras* como um não rompimento com uma ordem estabilizada, que não provoca deslocamento em relação ao jornalismo que era produzido naquela segunda metade do século XIX no Brasil.

Na textualidade no recorte abaixo, é possível identificar marcar no batimento entre o “eu” – editora, e o “tu” – mulher/interlocutora: **eu quero, da mulher, na mulher, ela, seus deveres**

Emancipação moral **da mulher** no meu limitado entender é: – sua ilustração. Não entendo por ilustração habilidades fúteis: a ilustração **na mulher** deve entender-se em primeiro lugar: – uma religião. Entendemos que a religião é o verdadeiro conhecimento dos nossos deveres para com Deus, baseados no amor e na caridade para com nossos irmãos. – O verdadeiro conhecimento dos deveres que cada criatura tem para consigo mesmo, e a subdivisões desses deveres **da mulher**: – como filha, – como esposa, – como mãe, – como ser, formado para a obra imensa do progresso social. (...) **Quero** que **a mulher** saiba que ser esposa, não quer dizer simplesmente – casar-se. Quero que **ela** estude acuradamente toda a sublime abnegação que encerram estes nomes. – Filha, Esposa, Mãe. **Quero**, que uma vez persuadida de sua missão, de **seus deveres** e de seus direitos, sinta nascer no seu coração a bela dignidade, esse santo e nobre orgulho do ser que no fundo de si mesma encontra o Eu impenetrável, onde nunca chegarão outros olhos que os de Deus; e às vezes o de uma mãe!. (JORNAL DAS SENHORAS, n. 4, 25 de janeiro de 1852). (*grifo nosso*)

O que se lê nesta textualidade, é que a editora enuncia na terceira pessoa, isto é, a posição de que se fala não é na primeira pessoa (eu – mulher) nem na segunda (interlocutora). A posição que a editora fala da mulher é comparável a posição dos outros

5 Os exemplares do *Jornal das Senhoras* foram pesquisados no arquivo digital da Biblioteca Nacional.

periódicos em que também se produz sentido desse lugar, cujo autor é um homem. Ou seja, ao enunciar, a editora “quer” que as mulheres cumpram “seus deveres”, mas sem romper com a ordem já determinada de submissão ao pai ou ao marido. A editora Joana de Noronha se coloca na mesma posição-sujeito dos editores homens. Portanto, essa posição sujeito não parece se alterar na textualidade do *Jornal das Senhoras*.

Para a AD, a posição sujeito é entendida como os “lugares” ocupados pelos sujeitos dentro de uma formação social, mobilizando alguns saberes e identificando-se com eles. Na prática discursiva, o sujeito ao falar adere à formação discursiva⁶ (FD) em que está inscrito, que determina “o que pode e deve ser dito”, podendo haver efeitos de contradição, ou seja, o sujeito pode ocupar diferentes posições dentro de uma mesma FD. A relação entre o sujeito que enuncia algo e o sujeito do saber da formação discursiva, é produzida pela identificação que esses sujeitos estabelecem entre si, e que passa a ser designada de posição-sujeito, produzindo uma intercambialidade entre os sujeitos. O conjunto de diferentes posições sujeito demonstra que é possível se relacionar com a ideologia de diferentes formas.

Se nos periódicos anteriores a participação das mulheres era (re)negada, ter um jornal editado por mulheres que tratavam de temas sociais e morais poderia colocar a mulher em igualdade com o homem, e, assim, fundar uma nova discursividade, legitimando a posição sujeito da mulher jornalista. No entanto, isso não acontece no *Jornal das Senhoras*.

As marcas dessa discursividade podem ser lidas desde a primeira edição do jornal, com a editora explicando os objetivos do periódico:

Falar em diferentes coisas, e sobretudo das mulheres, dos seus direitos, sua missão, etc. Isto é; eu falarei se Deus não dispuser outra coisa, e se a este Jornal, lhe não acontecer o que aconteceu lá na Espanha a um tratado de E de economia política de Bentham. (...) Falar nos direitos, na missão da mulher, na sua emancipação moral! (JORNAL DAS SENHORAS, n. 2, 11 de janeiro de 1852)

Apesar da “promessa” da editora de emancipação moral da mulher”, a posição-sujeito ocupada por ela, ao enunciar, não produz tal emancipação, já que a mulher não se constitui no gesto de interpretação do seu interlocutor, do leitor do jornal, mas continua como objeto do discurso, como nos demais periódicos, a exemplo das marcas discursivas no recorte acima: **Falar em diferentes coisas, e sobretudo das mulheres**, dos seus direitos, sua missão etc.

Podemos também perceber nesse recorte que a editora Joana de Noronha inscrevia-se no discurso religioso para ser legitimada pelas leitoras. Era através de marcas

6 Conforme Pêcheux (1988), a formação discursiva é o lugar da constituição do sentido e da identificação do sujeito em que ele se reconhece na relação consigo mesmo e com outros sujeitos e, ao se identificar, o sujeito se inscreve em processos de identificação.

como Deus, família, direitos, que era construído o discurso do primeiro jornal escrito por uma mulher no Brasil.

Na edição de n. 4 do *Jornal das Senhoras*, a editora critica a maneira como têm sido compreendidos seus editoriais. Joana de Noronha ressalta que não deseja às mulheres atividades exercidas pelos homens, “como ser empregado público, ser oficial da marinha, ser ministro de estado, ser doutor graduado em leis”. Para ela, a emancipação feminina está ligada ao lar, a atividades de dona de casa, mas, principalmente, a reflexão de direitos e poder expressar opiniões, não sendo tratada como ser inferior pelos homens. No entanto, a opinião da editora se constrói na defesa de direitos, inteiramente dirigida aos homens. O “não” em resposta a uma afirmação que vem do seu interlocutor “homem”.

[...] Nada, urge desenganar o mundo que eu não quero de modo algum contrariar a natureza; tenho-me esforçado toda a minha vida em adivinhar o pensamento do Criador e cumprir o que ele me ensina. Não entendo por emancipação moral da mulher subtraí-la à proteção do homem. – Sempre que essa proteção tenha por base a amizade, será justa. Não entendo porém por proteção, um domínio brutal. Não entendo por emancipação moral da mulher, a suspensão da obra das gerações: querer isto seria querer entronizar os vícios mais degradantes da humanidade. Não entendo por emancipação moral da mulher subtraí-la à sua missão marcada pelo Criador – a mãe e esposa. (JORNAL DAS SENHORAS, n. 4, 25 de janeiro de 1852).

Ou no trecho da edição n. 6, em que Joana de Noronha debate novamente com um leitor que não concorda com as ideias da jornalista.

Porque considerando o matrimonio, não como uma venda infame do corpo e da alma da mulher, dessa a quem Deus tanto distinguiu fazendo dela a Mãe, porque considerando o matrimonio simplesmente como um contrato social, quis que a mulher entrasse no gozo de seus direitos, que a bondade de Deus lhe doou, e que o estúpido egoísmo do homem lhe nega! Vós falais, senhor, da China e da Turquia mas esqueceste que é o Brasil o único lugar da América e da Europa onde a maior parte das mulheres são domesticamente tiranizadas! Onde vegetam como planta, onde foram despojadas até os mais remotos direitos, onde a sua inteligência é quase sempre considerada como um crime, e donde, se levantássemos o véu misterioso que encobre a sociedade, recuaríamos espantados! (JORNAL DAS SENHORAS, n. 6, 8 de fevereiro de 1852).

Discursivamente, podemos pensar nos deslizamentos de sentidos deste discurso. Ao mesmo tempo que a editora aponta para uma ruptura com o modo de subjetivação do feminino, ela retoma o discurso estabelecido pelo homem, pela igreja e pelo estado, reafirmando o lugar da mulher como filha, esposa e mãe. Dito de outra forma, ao pro-

por uma nova posição para a mulher na sociedade, ela mantém a mulher na mesma posição e formação discursiva – lugar da constituição do sentido e da identificação do sujeito – que é a da religião e da família. Como nos ensina Orlandi (2005, p. 30) “os sentidos não estão só nas palavras, nos textos, mas na relação com a exterioridade, nas condições em que eles são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos”. Entendemos por esta exterioridade, as condições de produção em que são formulados estes discursos. Ou seja, as mulheres no século XIX não tinham nenhum direito, eram tratadas como “propriedades”, primeiro pelos pais e depois pelos maridos. Eram criadas para servir, obedecer e nunca expressar opiniões. Portanto, há sempre uma memória discursiva que aciona sentidos já existentes retomando os dizeres possíveis, dos quais o *Jornal das Senhoras* não escapa.

Conforme Pêcheux (2007)

[...] a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os ‘implícitos’ (quer dizer mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos transversos, etc) de que sua leitura necessita: a condição legível em relação ao próprio legível. [...] essa regularização discursiva, que tende assim a formar a lei da série do legível, é sempre suscetível de ruir sob o peso do acontecimento discursivo novo, que vem perturbar a memória: a memória tende a absorver o acontecimento, como uma série matemática prolonga-se conjeturando o termo seguinte em vista do começo da série, mas o acontecimento discursivo, provocando interrupção, pode desmanchar essa “regularização” e produzir retrospectivamente uma outra série sob a primeira, desmascarar o aparecimento de uma nova série que não estava constituída enquanto tal e que é assim o produto do acontecimento; o acontecimento, no caso, desloca e desregula os implícitos associados ao sistema de regularização anterior. (PÊCHEUX, 2007, p. 52).

A partir das análises, podemos compreender, na textualização do *Jornal das Senhoras*, a importância deste periódico como o primeiro jornal redigido por uma mulher para a história do jornalismo brasileiro, por ser um acontecimento social. No artigo “*A história não existe?*”, Paul Henry faz a distinção entre a história, a historiografia nas ciências sociais e a historicidade, da forma como é proposta pela análise do discurso.

Não há fato ou evento histórico que não faça sentido, que não peça interpretação, que não reclame que lhe achemos causas e consequências. É nisso que consiste para nós a história, nesse fazer sentido, mesmo que possamos divergir sobre esse sentido em cada caso. Isso vale para a nossa história pessoal, assim como para a outra, a grande História. Em se tratando das ciências humanas, se nós não nos contentamos com uma historiografia que fingiria ignorar esse

sentido que está sempre já-lá a retificar, a corrigir, a nuançar, é preciso admitir que não podemos não ser levados a reabrir essas questões fundamentais que as ciências humanas não cessaram de tentar evitar, que lhes retornam através da crítica interna e ou externa e que fixam os limites dos saberes que elas nos apresentam. (HENRY, 2010:47).

Desse modo, Paul Henry demonstra que a historicidade é ligada à questão da linguagem e à do sujeito. Por isso, a contrapõe ao conceito de historiografia como produtora de dados e de conteúdos, numa dimensão temporal expressa como cronologia e evolução. Para a AD, a relação da historicidade é com o texto, com sua determinação histórica, com a materialidade do sentido e do sujeito, buscando compreender como a matéria textual faz sentido. Ou seja, “a noção de historicidade mostra sua especificidade, seu aspecto paradoxal: ela constrói o gesto de interpretação e, ao mesmo tempo, é ela própria interpretativa, porque sua matéria é simbólica” (Orlandi, 2003, p. 15).

Algumas considerações

Ao iniciar as análises deste periódico, a nossa questão norteadora era compreender se este acontecimento social poderia ser um acontecimento discursivo. Se ao propor a emancipação moral e social das mulheres, a editora do Jornal das Senhoras, Joana de Noronha, produziu uma diferença na discursividade daquela época. No entanto, as nossas análises nos mostram, a priori, que não há descontinuidade, não há ruptura no modo de enunciar desse jornal, porque ele mantém a continuidade de falar sobre as mulheres para os homens, permanecendo na mesma posição-sujeito e na mesma formação discursiva dos jornais que circularam naquele período. Ou seja, nos termos da AD, o Jornal das Senhoras não se constituiu em um acontecimento discursivo, mas teve grande contribuição para o desenvolvimento da imprensa brasileira.

Referências

- BUITONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa Feminina**. Editora Ática, São Paulo-SP, 1986
- HENRY, Paul. **A história não existe?** In: Gestos de Leitura. Orlandi, Eni (org.). 3. ed. Editora Unicamp, 2010.
- JORNAL DAS SENHORAS – Rio de Janeiro, 1852 – Disponível no arquivo digital da Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro.
- MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina (orgs.). **História da Imprensa no Brasil**. Editora Contexto, São Paulo, SP, 2008.
- MOREIRA, Nadilza M. De B. **Júlia Lopes de Almeida: o lugar do feminino na imprensa oitocentista brasileira**. Revista Letra Viva, vol. 9, n. 1, 2008.

ORLANDI, Eni P. – **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Editora Pontes, Campinas, SP. 2005.

_____. **Vão surgindo sentidos**. In Discurso Fundador: A formação do país e a construção da identidade nacional. Orlandi, Eni (Org.). 3. ed., Editora Pontes, Campinas, SP. 2003.

PÊCHEUX, Michel. **Estrutura ou acontecimento**. Tradução Eni P. Orlandi. 6. ed. Editora Pontes. Campinas SP, 2012.

_____. **Papel da memória**. In Papel da memória, Pierre Achard (*et al.*). Tradução e Introdução: José Horta Nunes. 2. ed. Editora Pontes, Campinas, SP. 2007.

_____. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas, SP. Editora Unicamp, 1988.

RIBEIRO, Mônica. **Movimento feminista na fonte dos centros de combate à violência contra mulheres**. In: Anais do I Simpósio sobre Estudos de Gênero e Políticas Públicas, Universidade Estadual de Londrina, junho de 2010.

Pituca nas páginas da Revista do Rádio: a trajetória do multiartista catarinense Mozart Régis (1948-1970)¹

Márcia Ramos de Oliveira²

Resumo: Esta comunicação pretende abordar parcialmente os resultados da pesquisa sobre o artista Mozart Régis, melhor identificado pelo nome do personagem Pituca, de sua criação, a partir dos registros existentes na Revista do Rádio, durante o período de circulação deste periódico, entre 1948 e 1970. Através das reportagens e notas sobre sua atuação profissional, no período descrito, volta-se ao estudo das linguagens das mídias representativas do século XX, a citar, a rádio, o cinema e a televisão, além das referências a atuação deste profissional no teatro. Diante da trajetória individual deste multiartista, busca-se evocar a interpenetração das manifestações e produtos da indústria do entretenimento e a ampla repercussão obtida e documentada pela imprensa escrita, neste caso, observada pela revista/magazine em questão. A pesquisa orienta-se pela perspectiva da história do tempo presente, com destaque a ideia de construção do acontecimento e expressão da memória e subjetividades através das representações da indústria cultural, tendo por referência a noção de experiência compartilhada na atuação de Pituca/Mozart Régis. A formulação deste Projeto de Pesquisa procurou problematizar as relações entre mídia e memória na contemporaneidade, tendo por referência o percurso de um artista, que integrou em sua experiência de vida, as diversas linguagens mediatizadas do século XX, entre radiodifusão, cinema e televisão, nos anos de 1940 a 1970.

Palavras-chave: Revista do Rádio ; Pituca/Mozart Régis ; História do Tempo Presente

-
- 1 Trabalho apresentado no GT de Historiografia da Mídia ; Coordenadora: Profa. Dra. Aline Strelow (UFRGS), integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.
 - 2 É formada em História pela UFRGS (1988), onde também desenvolveu, no PPGH/UFRGS, o mestrado (1995) e doutorado (2002). Desde 2003 atua como professora na UDESC, no Departamento de História, junto a Graduação e PPGH e, também como vice-coordenadora do Laboratório de Imagem e Som (LIS/ FAED). Tem experiência em pesquisa na área de História Cultural e História do Tempo Presente, atuando nos seguintes temas: história e música, canção e documento histórico, história e audiovisual, história e radiodifusão, história do samba, história e oralidade, história e mídia, e, a canção de Lupicínio Rodrigues. Destaca como publicações: “Lupicínio Rodrigues: a cidade, a música, os amigos” (Editora da UDESC, 2013), “Entre representações e estereótipos: O tipo gaúcho como expressão na música gravada no século XX” (História Geral do Rio Grande do Sul – República: da revolução de 1930 à Ditadura Militar (1930-1985) (Edit. Méritos, 2007). Em 2011 realizou o vídeo-documentário “Através do Samba” (35 min.) (<http://atruvesdosamba.wix.com/home>).

Corpo do texto

A apresentação deste trabalho resulta das considerações iniciais de projeto de pesquisa que busca problematizar as relações entre mídia e memória na contemporaneidade, tendo por referência o percurso de um artista, que integrou em sua experiência de vida, as diversas linguagens mediatizadas do século XX, entre radiodifusão, cinema e televisão, nos anos de 1940 a 1970. O projeto em questão, pretende demonstrar a partir de um estudo de caso – a trajetória de Pituca/Mozart Régis nos registros da Revista do Rádio nos anos de 1940 a 1970 –, como é possível refletir sobre os usos da memória, em sua construção como fenômeno individual e social, na formação de subjetividades e identidades desenvolvidas a partir dos recursos midiáticos presentes na indústria cultural do século XX. Pretende, ainda, desenvolver tal estudo, refletindo sobre os recursos midiáticos do período, também compreendidos enquanto documentos.

Conhecer e descrever a trajetória de Pituca/ Mozart Régis, a partir das reportagens e notas da Revista do Rádio, constitui-se como principal conjunto de documentos a ser identificados, descritos, e analisados como possibilidade de desenvolvimento desta forma de estudo. Diante disso, utilizando-se de bibliografia complementar e fontes relacionadas, encaminha-se a apresentar a participação deste artista enquanto parte da indústria (cultural) do entretenimento no Brasil no século XX, nas diversas atividades que exerceu, diante das representações construídas pela Revista do Rádio, evidenciando sua contribuição na construção da história do rádio, do teatro, do cinema e da televisão no país.

De forma complementar, avaliar a importância da Revista do Rádio enquanto forma de expressão específica, em suas características, associada a mídia impressa na construção da subjetividade e memória sobre os fatos relacionados a Pituca/Mozart Régis e as linguagens artísticas e midiáticas em que esteve envolvido. Neste sentido, a própria Revista torna-se parte do estudo, ao dar subsídios a compreensão sobre como este veículo, em especial, pela relevância que alcançou enquanto esteve em circulação, possibilitando veio a contribuir na formação da indústria cultural no Brasil.

Enquanto metodologia a ser utilizada destaca-se o levantamento da documentação relacionada a trajetória de Pituca/Mozart Régis, a partir da Revista do Rádio, tendo por orientação teórico-metodológica a perspectiva da história do tempo presente, especialmente com relação aos autores que problematizam a presença da mídia impressa e digital na construção da memória e da história, a noção de fato e acontecimento no tempo presente. O uso de fontes e documentos diretamente vinculados a história do tempo presente, destaca-se como referente ao século XX e as múltiplas linguagens que se difundiram pelos meios de comunicação e indústria cultural. Ainda, este estudo procura desenvolver a reflexão acerca da trajetória do artista, compreendido diante das noções de “multiartista” e de “persona”, procurando destacar sua individualidade e especificidade enquanto forma de atuação, frente a sua trajetória profissional.

Com relação a Revista do Rádio, procura refletir sobre sua importância enquanto veículo de comunicação, e sua ampliada atuação e permanência como parte da imprensa escrita no país, diretamente vinculada a indústria de massas, tendo como principal atrativo de público a referência a presença e atuação dos artistas, entre músicos e atores, assim como da participação do público diretamente relacionados a indústria fonográfica e de radiodifusão, cinema, teatro e televisão, em seus primórdios e desenvolvimento.

O acesso a esta importante fonte documental veio a ser disponibilizado especialmente pela consulta ao acervo digital da Revista do Rádio, existente no Portal de Periódicos, desde julho de 2012, disponibilizado pela Biblioteca Nacional. Concomitante a isso, alguns exemplares foram adquiridos, em versão impressa, possibilitando uma melhor compreensão quanto ao formato e uso do veículo. E, ainda, através de lojas de livros usados (sebos), outras revistas, de características similares, ainda que não tão expressivas, complementam em versão impressa, a consulta documental, como por exemplo a “Radiolândia” e “Rádio e TV”, que apresentam várias aproximações entre si, especialmente pelo base publicitária em sua manutenção.

Complementando, a consulta aos jornais locais e documentação de referência sobre o artista, existentes na Biblioteca Pública do Estado de Santa Catarina e, a Casa da Memória em Florianópolis, associada a material informativo dos acervos de internet, relacionadas a memória e a história de Pituca/Mozart Régis, passíveis de reflexão sobre as noções de experiência e memória no campo da história do tempo presente.

Como levantamento documental, em caráter exploratório, realizado até o momento, apresentamos:

a) Revista do Rádio – Versão digitalizada : Hemeroteca Digital Brasileira/ Biblioteca Nacional Digital Brasil (Portal de periódicos lançado em julho de 2012 com apoio do Ministério da Ciência e Tecnologia e da FINEP) Coleção completa! Acesso através do link: <<http://hemerotecadigital.bn.br/artigos/revista-do-r%C3%A1dio>>;

b) junto as Revistas “ Radiolândia” e “Rádio e Tv”, em exemplares avulsos; b) Acervos locais:

Casa da Memória, em Florianópolis , na qual resulta um amplo conjunto documental sobre o artista, disponibilizado como doação a instituição, após a morte de Mozart Régis, reunindo: (1.) álbum de recortes (portifolio), (2.) cartazes de filmes de peças teatrais, e (3.) peças de roupa e outros objetos e documentos.

A partir desta documentação foi realizado um levantamento , registro fotográfico e catálogo elaborado por esta pesquisadora , durante atividade de pesquisa , mediante orientação de alunas do Curso de História da Udesc, já disponibilizado a Casa da Memória.

– Biblioteca Pública do Estado de SC, no acervo histórico localizado no 3º andar, contendo jornais locais, tendo por enfoque o início da carreira de Pituca em Florianópolis, entre 1942 a 1948.

c) Acervos virtuais:

Cinemateca Brasileira, *site* e acesso ao acervo: <<http://www.cinemateca.com.br>>;

Blog/site Caros Ouvintes, *site* e acesso: <<http://www.carosouvintes.org.br/blog/>>

Blog Elenco Brasileiro, acesso: <<http://elencobrasileiro.blogspot.com.br/2011/10/mozart-regis-pituca.html>>

Blog El Bufon (Memórias de Manekolopp), acesso: <http://manekolopp.blogspot.com.br/2011_12_01_archive.html>.

Como justificativa ao desenvolvimento desta pesquisa, em seus resultados iniciais apresentamos as evidentes relações entre as reflexões da história do tempo presente e os estudos sobre a constituição de uma memória e história das mídias no Brasil. Aproxima, em termos conceituais, áreas de investigação como a Comunicação e o Jornalismo e a História do Tempo Presente na discussão de temas importantes, característicos, do século XX em diante. Traz a lembrança também a figura do multiartista catarinense Mozart Régis, pouco conhecido de público, em geral, contribuindo para a compreensão de sua atuação profissional e contribuição na cena artística de Santa Catarina e do país. Destaca, ainda, um acervo pouco trabalhado pelos historiadores, e muito importante quanto ao registro documental sobre a cultura de massas no Brasil do século XX, que é a Revista do Rádio.

Diante disso, a pesquisa vem estruturando-se a partir de 4 grandes eixos de orientação teórica e metodológica, sendo necessária ainda uma adequação conceitual, quando da definição de um recorte de interpretação mais estrito. Considerando que estas leituras e apropriações ainda precisam ser realizadas, destaca-se a escolha dos textos e aproximação dos eixos, conforme descrito.

Primeiro eixo: Estudos sobre a construção da figura do artista Mozart Régis/Pituca, em sua especificidade como ator/autor, a partir do personagem que definiu sua trajetória, a ponto de ter sido chamado pela imprensa de “Chaplin brasileiro”. Abordagem sobre as noções de “persona”, “multiartista” e “*star system*”, na elaboração do personagem e sua inserção nas diferentes linguagens artísticas com as quais se relacionou.

Segundo eixo: Estudos da mídia e história do tempo presente; enquanto campo de análise e interpretação, ou ainda, como discussão sobre as narrativas e representação, construção do acontecimento, e linguagens associadas, partindo da documentação analisada.

Terceiro eixo: Estudos sobre a indústria cultural e cultura de massas, com destaque as diferentes linguagens e manifestações que definem a cultura brasileira no século XX, a exemplo da radiodifusão, teatro, cinema e televisão.

Referências

Bibliografia e Fontes

Revista do Rádio – Versão digitalizada: Hemeroteca Digital Brasileira/ Biblioteca Nacional Digital Brasil (Portal de periódicos lançado em julho de 2012 com apoio do Ministério da Ciência e Tecnologia e da FINEP).

ADAMATTI, Margarida Maria. **A crítica cinematográfica e o star system nas revistas de fãs: A Cena Muda e Cinelândia (1952-55)**. Dissertação no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, ECA/ USP, 2008.

CALABRE, Lia. A Era do Rádio – Memória e História. **Anais do XXII Simpósio Nacional de História**, João Pessoa, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CHARTIER, Roger. Defesa e ilustração da noção de representação. **Revista Fronteiras**. Dourados - MS, v. 13, n. 24, p. 15-29, jul/dez. 2011.

FAOUR, Rodrigo. **Revista do Rádio: cultura, fuxicos e moral nos anos dourados**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FERRARETTO, Luiz Artur, e KLÖCKNER, Luciano (org.). **E o rádio?: novos horizontes midiáticos [recurso eletrônico]**. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

FICO, Carlos. História do Tempo Presente, eventos traumáticos e documentos sensíveis – o caso brasileiro. In: **Varia História**, Velo Horizonte, vol. 28, n. 47, p. 43-59, jan/jun 2012.

MARRACH, Sonia Alem. “Mídias e história: A explosão do presente e a mudança da perspectiva histórica”. In: **Desafios da Comunicação**. Petrópolis, Vozes, 2001.

MORIN, Edgar. **As Estrelas: Mito e Sedução no Cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

_____. **Cultura de massas no século XX**. O espírito do tempo – 1, neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

NORA, Pierre. “Entre memória e história. A problemática dos lugares”. In: **Projeto História**. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP. São Paulo, 1981.

_____. O retorno do fato. In: NORA, Pierre & LE GOFF, Jacques (dir.). **História: novos problemas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

PEREIRA, Fábio Henrique. “As relações entre jornalismo e história: um jogo de distinção e justaposição entre espaços”. In: **Verso e Reverso**. São Leopoldo: Revista de Comunicação da UNISINOS, 2006, Ano XX, n. 44.

PINSKY, Carla B. (Org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005.

RIOUX, Jean-Pierre. “Entre história e jornalismo”. In: CHAVEAU, Agnes; TÉTARD, Philippe. (Orgs.). **Questões para a história do tempo presente**. Bauru: EDUSC, 1999.

SARLO, Beatriz. **El imperio de los setimientos**. Narraciones de circulación periódica en la Argentina (1917-1927). Buenos Aires, Catalogos Ed., 1985.

SANTOS, Andrea Paula dos. Imagens e sons de história do tempo presente e do imediato: identidades e concepções de sujeito, memórias e subjetividades em (des)construção no cotidiano da História. In: **Revista de História Regional**, 12 (1) , (Departamento de História) Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa, PR, Verão 2007.

SCHAEFFER, Pierre. **Ensaio sobre o rádio e o cinema**: estética e técnica das artes-relé, 1941-1942. Belo Horizonte: Edit. da UFMG e Edições ALLIa., 2010.

SILVA, Sônia Maria de Meneses. A “musealização” do presente: mídia, memória e esquecimento, questões para pensar a história hoje. In: **Revista Tempo e Argumento**, PPGH/UEDESC, Florianópolis, V. 1, n. 1, p. 123-135, jan./jun. 2009.

_____. **A operação midiográfica: a produção de acontecimentos e conhecimentos históricos através dos meios de comunicação – A Folha de São Paulo e o Golpe de 1964**. 2011. Tese (Doutorado em História)- Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia.

Tratamento fotográfico na era digital: entre o crime e a estética¹

Sionelly Leite²
Susana Branco de Araujo Santos³

Resumo: Este artigo analisa as repercussões de uma fotografia capturada pelo fotógrafo Narciso Contreras durante a cobertura da guerra na Síria, em setembro de 2013. A imagem, que foi adulterada digitalmente, rendeu a demissão do fotógrafo da *Associated Press*, uma das agências mais antigas do mundo. Tendo em vista não a discussão sobre a postura ética do profissional, mas o contexto e a geração de sentido da imagem jornalística, são discutidos neste trabalho a manipulação e o tratamento fotográfico do digital ao analógico, as configurações da fotografia na imprensa e a geração de sentido pela imagem. Para a análise, há a contribuição de François Soulages, Paulo Boni e Jorge Pedro Souza para encaminhar a reflexão sobre as funções estética e histórica da fotografia.

Palavras-chave: Fotojornalismo; fotografia digital; tratamento fotográfico; estética; memória.

Introdução

Por sua “bravura e habilidade” na cobertura do conflito na Síria, em abril de 2013, o fotógrafo mexicano Narciso Contreras dividiu com quatro fotógrafos um dos maiores prêmios da fotografia mundial, o Pulitzer. O resultado do trabalho também lhe rendeu saudações de Santiago Lyon, vice-presidente e diretor de fotografia da agência onde trabalhava, a *Associated Press* (AP); além de um dos juizes da premiação o parabenizar pela

1 Trabalho apresentado no GT de Historiografia da Mídia, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Jornalista pela Universidade Federal de Alagoas. Professora das disciplinas de Fotografia, Fotojornalismo e Fotografia Publicitária nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Uninter/PR. Integra o Grupo de Pesquisa “Interações comunicacionais, imagens e culturas digitais”, sob a coordenação da Prof^a. Dr^a. Kati Caetano. E-mail: <sionelly@gmail.com>.

3 Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Jornalista pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero. Professora no curso de Pós-Graduação em Elaboração de Material Didático do IBPEX/Uninter/PR. Integra o Grupo de Pesquisa “Interações comunicacionais, imagens e culturas digitais”, sob a coordenação da Prof^a. Dr^a. Kati Caetano. E-mail: <susana.branco@gmail.com>.

capacidade de “produzir imagens memoráveis sob risco extremo”, segundo informações no Observatório da Imprensa⁴.

Passado menos de um ano, em janeiro de 2014, a agência demitiu Contreras de sua equipe. O motivo do descredenciamento teria sido uma alteração digital feita em uma de suas imagens da cobertura da guerra na Síria. Não se tratava da imagem vencedora do prêmio, mas de outra tomada no mesmo cenário. A manipulação da imagem parece ter sido um “simples” cuidado estético, mas que beira ao crime aos olhos de agências e à essência [ou engessamento] do fotojornalismo – e da fotografia também, por que não?

A imagem (Figura 1) foi tomada durante um tiroteio entre combatentes rebeldes e as forças do governo na aldeia de Telata. O fotojornalista captou um guerrilheiro empunhando uma arma e se abaixando para se esconder. Só que no canto inferior esquerdo do quadro aparece uma parte da câmera cinematográfica de seu colega, também da *Associated Press*, que estava ao seu lado na hora do clique. O fotógrafo admitiu ter copiado e colado partes do fundo para apagar a câmera, pois considerava que aquele elemento poderia ser uma distração para os leitores. Por isso, manipulou a imagem em um software digital.

Normalmente, o máximo permitido de tratamento nas imagens pelas grandes agências/jornais se resume a clarear/escurecer e a recortes simples, para que as imagens finais fiquem mais próximas do registrado. Incluir ou excluir elementos não é aceitável, pois significaria uma quebra ética do fotojornalismo: interferir na “realidade”. E permitindo que uma imagem seja aceita após confessada a manipulação, a AP abriria precedentes de dúvidas para outras imagens de seu estoque. Assim, a agência justificou que eles não poderiam tolerar “a manipulação de uma cena que não era fiel à realidade” já que “a reputação da AP é primordial e [por isso] reagimos decisiva e vigorosamente quando a atitude viola nosso código de ética.” (*ib idem*)

A ética no fotojornalismo proíbe alterações pós-tomadas nas imagens, contudo, as interferências podem partir tanto do pré-clique, ou seja, antes da tomada, como no ato fotográfico. (Figuras 2 e 3) Afinal, o fotógrafo faz suas escolhas de enquadramento, objetivas, ângulo, posicionamento; e o editor do veículo que divulgará a imagem também levará em consideração alguns aspectos técnicos, estéticos e informativos na hora da escolha. Isso não é também uma “edição”? Além do que, também é levado em consideração o recorte a ser tensionado do tempo, ou seja, o olhar de quem faz o registro. Sendo assim, diante do limiar entre crime e estética, até que ponto o fotojornalismo está engessado ao desestimular o uso de softwares de edições?

4 Com informações da Associated Press. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ap_dispensa_fotografo_que_adulterou_uma_unica_imagem>.

Figura 1: Guerrilheiro durante combate na aldeia de Telata, na Síria



Fotos: Narciso Contreras / Agência Associated Press.

Figuras 2 e 3: À esquerda, fotografia feita por Jan Grarup para a Noor Images, e à direita, por Carlos Garcia Rawlins, para a Reuters.



Histórico: do analógico ao digital

A fotografia, que nasceu oficialmente nas mãos de Nicéphore Niépce em 1825, demorou a ser utilizada pela imprensa por alguns motivos: pelo medo da reação dos leitores ao encarar a crueza da fotografia, em detrimento às gravuras e às ilustrações suaves que eram usadas até então; e devido à precariedade técnica de transpor a imagem fotográfica às páginas do jornal/revista. Naquela época, o que conhecemos nos dias atuais por filme/sensor, eram placas ou vidros planos recobertos por um material sensível à luz, quase sempre composto por um sal de prata. Essas placas eram postas dentro de uma câmara escura, fechada, em que a única entrada possível de luz era por um orifício direcionado ao que seria fotografado, havendo um controle manual do tempo de exposição para a luz – como as emulsões eram de péssima qualidade, o tempo era bastante alto.

Graças ao avanço dos equipamentos, os fotógrafos puderam acelerar o processo de tempo e exposição fotográfica e assim experimentar novas formas de registrar o momento, configurando um novo sentido, o da documentação. Em 1924, Oskar Barnack inventou a Leica (Figura 4), um equipamento muito menor que o aparato utilizado até então – a qual só chegou ao mercado após os anos 1930. Discreta, mais leve e mais ágil. Em 1925, surgia o flash de lâmpada, aperfeiçoado somente quatro anos depois com a introdução de um metal refletor, mas já era um elemento a mais que auxiliaria em ambientes com menos luz.

Figura 4: A Leica foi bastante utilizada pelo mestre da fotografia, Henri Cartier-Bresson



No início do século XX, as ilustrações publicadas nos veículos de comunicação perderiam de forma lenta o seu lugar para as fotografias. As fotos só eram publicadas quando havia o intuito de destacar alguma passagem tida como importante do texto, por isso, não se pode falar, ainda, em reportagem fotográfica, por não haver um aprofundamento visual do conteúdo. Isso só viria a acontecer décadas depois, já na metade do século, em revistas ilustradas e com maior apelo visual, como a memorável *O Cruzeiro* (Figura 5).⁵

Figura 5: Capa da Revista *O Cruzeiro*, 1961



Foto: Reprodução

O fotojornalismo nasce quando as câmeras passam a ser utilizadas nas coberturas oficiais de guerra, e as imagens do campo de batalha tornam-se mais próximas da realidade, oferecendo aos leitores uma nova visão de mundo. As imagens da guerra, antes retratada de forma epopeica e simbólica – já que os equipamentos exigiam tempo e cuidado dos retratados, passavam a sensação de um combate comportado, ingenuamente. É a partir de 1940 que a guerra passa a ser um dos temas mais próximos da fotografia e se aproxima do real existente.

Com equipamentos mais fáceis de manusear [e transportar], o fotojornalista ganha mobilidade e também a possibilidade de escolha de objetivas para cada situação, tendo

⁵ A revista semanal ilustrada *O Cruzeiro* foi editada pelos Diários Associados, de Assis Chateaubriand, entre novembro de 1928 e julho de 1975. Implantou inovações gráficas, concedeu espaço à publicação de grandes reportagens e ênfase ao fotojornalismo.

mais controle de exposição do obturador, do foco e do diafragma. O filme usado pela máquina passou a ter 35mm de largura, um princípio básico para a moderna câmera fotográfica. A habilidade era o diferencial imprescindível aos repórteres de imagem. Habilidade que, aliada à criatividade, foi de extrema importância na década de 1970, época em que o Brasil passava por um período de censura e a fotografia subjetivava o que o texto deveria omitir.

Durante os chamados “anos de chumbo”⁶, os repórteres ampliaram a linguagem fotográfica, na tentativa [bem-sucedida] de burlar a censura e trazer às páginas dos jornais e revistas informações visuais que não seriam reveladas em letras dentro do texto. Algumas revistas que exemplificam bem a importância e a atitude heroica do fotojornalismo são O Cruzeiro e Realidade e também o diário Jornal do Brasil, que valorizaram o fotojornalismo entre as décadas de 1950 e 1970. (MUNTEAL e GRINDI, 2005, p. 09)

O fotojornalismo ganhou destaque na comunicação social, despertando credibilidade à medida que reforçava um compromisso de tradução e revelação do fato. Assim, se fez ponte entre o povo e a notícia, tornando possível, ainda, um resgate à memória, fazendo uma ligação entre o homem e a sua história (dentro de um contexto individual ou coletivo). Com o passar dos tempos, nossa memória vai apagando certas lembranças, se não detalhes, e algumas vezes o que recordamos não corresponde exatamente ao vivido. A fotografia vem, então, como um ponto fixo, um registro concreto da lembrança omissa, nos ajudando a lembrar, a rememorar o que fomos, o que fizemos, o que planejávamos ser. A pesquisadora norte-americana Susan Sontag (2003) compara a fotografia a um arquivo que recuperamos na memória.

O fluxo incessante de imagens (televisão, vídeo, cinema) constitui o nosso meio circundante, mas, quando se trata de recordar, a fotografia fere mais fundo. A memória congela o quadro; sua unidade básica é a imagem isolada. Numa era sobrecarregada de informação, a fotografia oferece um modo rápido de apreender algo e uma forma compacta de memorizá-lo. A foto é como uma citação ou uma máxima ou um provérbio. Cada um de nós estoca, na mente, centenas de fotos, que podem ser recuperadas instantaneamente. (SONTAG, 2003, p. 23). Há 50 anos, iniciou-se no Brasil um regime militar que perdurou por mais de duas décadas. No livro *1964: História do Regime Militar Brasileiro* (2014), o historiador Marcos Napolitano discute as principais questões desse período que passou a ser denominado de “anos de chumbo”.

Nos anos 1990, a tecnologia digital já revolucionaria a técnica e a própria imprensa. Em 1989, entraram no mercado as primeiras máquinas digitais, como “a Rollei Digital

6 Há cinquenta anos, iniciou-se no Brasil um regime militar que perdurou por mais de duas décadas. No livro *1964: História do Regime Militar Brasileiro* (2014), o historiador Marcos Napolitano discute as principais questões desse período que passou a ser denominado de “anos de chumbo”.

Scanback, a Fuji Digital Still Câmera e a Kodak Professional DSC, junto com o software adaptado ao armazenamento, manipulação, edição e visualização de imagens” (SOUZA, 1998, p.183). Em apenas uma década, as máquinas digitais foram absorvidas por um grande público e muitas analógicas foram substituídas pelos novos equipamentos.

O primeiro grande teste com o equipamento digital foi realizado na Copa do Mundo de 1994, sediada nos Estados Unidos. No Brasil, ocorreu nas Olimpíadas de Atlanta, mas foi uma experiência isolada feita pelo jornal *Zero Hora*. O primeiro evento em que câmeras digitais foram utilizadas por fotógrafos brasileiros foi em outra Copa do Mundo, desta vez na França, em 1998, quando os fotojornalistas da Folha de S.Paulo utilizaram com exclusividade esse equipamento. Dois anos depois, todos os repórteres de imagem deste jornal utilizavam equipamento digital, facilitando na hora de captar a imagem, de enviar e receber, além do seu tratamento.

Foi em outro grande evento esportivo que esta tecnologia começou a chamar a atenção dos profissionais, nas olimpíadas de Atlanta, em 1996, vários fotógrafos utilizaram o equipamento. As facilidades e vantagens apresentadas pela fotografia digital acabaram por substituir todo sistema analógico, isso propiciou um novo tipo de fluxo no ato fotográfico, o profissional não precisava mais se preocupar em trocar o filme ou avançá-lo para a próxima exposição, tudo acontecia automaticamente e digitalmente. (OLIVEIRA, 2012, p. 2-3)

Essa agilidade impulsionou jornais a trocarem seus equipamentos analógicos por digitais. Ao mesmo tempo em que a rapidez trazia vantagens aos veículos, os fotógrafos se deparariam com uma grande potencialidade da fotografia, a possibilidade de ficção, que ultrapassando seus limites previstos pela ética, passariam a manipular imagens, alterar em programas de edição especializados com determinados fins. (MUNTEAL e GRINDI, 2005).

Tratamento analógico e digital

É importante diferenciar o tratamento da manipulação de imagens fotográficas, pois dois conceitos bem diferentes, embora sejam muitas vezes confundidos. A definição é dada segundo Paulo Boni e Cláudia Almeida (2006):

O tratamento de uma fotografia constitui na melhora da qualidade de sua imagem. É o uso da tecnologia disponível para clarear pontos escuros, ressaltar a luz e até alterar a saturação das cores, tornando-as mais fortes ou esmaecidas, dependendo do que se quer transmitir. Quando se trata uma imagem, a intenção não é alterar o seu conteúdo, portanto, as informações que fazem parte do quadro não são modificadas. (BONI e ALMEIDA, 2006, p.16)

Sendo assim, como houve alteração do conteúdo na imagem de Narciso Contreras ao ser retirado o elemento câmera do quadro – mesmo que o apelo tenha sido puramente plástico e estético – trata-se de uma manipulação digital. Por esse motivo o fotógrafo mexicano foi desligado da agência, que informa ter revisado todas as suas 494 fotografias arquivadas, em busca do teste de credibilidade do restante do seu material. Segundo o jornal *The Guardian*, o incidente foi pontual, pois “não foram encontrados registros de outros casos de alteração – inclusive nenhuma das fotos premiadas pelo Pulitzer foi comprometida. Ainda assim, a agência *Associated Press* decidiu cortar totalmente as relações com Contreras e remover todo o arquivo do fotógrafo disponível ao público de seu banco de dados.”⁷

A AP é uma das agências mais antigas do mundo, fundada em maio de 1846. Ela atualmente fornece imagens para mais de 1700 jornais em cerca de 120 países e retém os direitos autorais de mais de 10 milhões de fotografias. O fluxo de informação é exorbitante. “For more than a century and a half, men and women of The Associated Press have had the privilege of bringing truth to the world⁸.” Como informa em sua página oficial na internet, a “verdade” está entre os seus valores. Verdade que custou caro a Contreras.

A utilização de softwares nos meios de comunicação, mais especificamente no fotojornalismo, levanta uma série de questões sobre os valores éticos, estéticos e perceptivos das imagens como um todo. Com o surgimento da informática e sua rápida adoção como ferramenta tecnológica pelo homem, houve a sucessão de novas descobertas no campo digital, aplicações em praticamente todas as áreas, incluindo profundas mudanças no campo da construção, edição e da percepção das imagens.

A revolução digital possibilitou e facilitou o trabalho, mas trouxe uma série de questões ontológicas que envolvem o tratamento e a manipulação fotográfica. Além disso, essas possibilidades de se alterar a realidade já registrada põem em xeque credibilidade da fotografia e a sua capacidade de referenciar a realidade, evidenciando, igualmente, que as novas tecnologias vão provavelmente destruir de uma vez por todas a crença de que uma imagem fotográfica é um reflexo natural da realidade. As “culpas” recaem sobre a fotografia digital. (SOUZA, 1998, p. 212).

No entanto, como evidencia Jorge Pedro Souza (1998), muito antes da revolução digital já eram realizadas intervenções diretas e manuais nas imagens. Fotografia e pintura são mais próximas do que parece. Era comum, por exemplo, precisar refazer o desenho dos olhos nos primeiros retratos, devido à longa exposição do modelo ao equipamento

7 Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ap_dispensa_fotografo_que_adultearou_uma_nova_imagem>.

8 “Por mais de um século e meio, homens e mulheres da The Associated Press têm tido o privilégio de trazer a verdade ao mundo.” Tradução livre. Disponível em: The Associated Press.

e ao incontrollável piscar de olhos. Pinças em uma estrutura de metal, além de cadeiras e poltronas eram utilizadas para estabilizar ao máximo o corpo do modelo. Mas era mais fácil redesenhar os olhos do que montar uma estrutura que alicerçasse as pálpebras, o que também seria bastante incômodo ao modelo – e que mais lembraria uma cena do filme *Laranja Mecânica*⁹.

Percebeu-se muito rapidamente a possibilidade de um desvio do meio fotográfico: do realismo ao irrealismo, da fotografia como produção à fotografia como criação, ou melhor, da duplicação à ficção. No momento de tirar a foto, de revelá-la, de fazer a cópia, o fotógrafo podia intervir e, portanto, manipular a foto. (SOULAGES, 2010, p. 109).

No entanto, o compromisso ético que o fotojornalismo impõe tem um quê de incongruência: se a fotografia se utiliza da ficção para se construir uma linguagem, o que a tornaria um espelho do real, quando inserida no fotojornalismo. O digital no fotojornalismo deverá mostrar que a fotografia é um meio de ficção, tanto quanto um quadro de Goya – pois, embora empreguem elementos plásticos distintos, oferecem uma construção de algo, de uma ideia/fenômeno do mundo. Assim como um pintor, o fotógrafo é o “artista” que reúne tais elementos e lhe confere possível(is) significado(s). Até que ponto uma imagem adulterada esteticamente – com a intenção de “limpeza” – interferiria no arranjo final fotografado? Ou será que a pergunta é outra e o incômodo está no remexer da base e estrutura do fotojornalismo, que entra em xeque sobre sua geração intencional de sentidos?

Fotojornalismo: geração de sentido

A fotografia é ilusória, pois nasce das intenções conscientes e inconscientes do fotógrafo, além do fator recepção, contexto e outros aspectos consideráveis. Ela não é um traço absoluto de tradução fiel do real. Entrevistado pelo jornalista Evaldo Mocarzel e pela crítica de arte Simonetta Perchetti (no livro “Imagens da Fotografia Brasileira, 1996), as palavras do fotógrafo João Urban ilustram bem a relação do real com a foto, a partir de sua experiência como publicitário desde 1969 e na área documental a partir de 1977.

Antigamente acreditava que buscava a foto-verdade, uma imagem que fosse a reprodução da realidade. Hoje vejo que não é bem assim. Meu trabalho sobre os boia-frias é a minha idealização do boia-fria. Percebo que o conteúdo de realidade fica constrangido pela minha visão particular desse personagem. É assim com cada fotógrafo. Meu boia-fria é diferente do que está no trabalho da Nair Benedicto, é diferente daquele do Sebastião Salgado. Mas todos são

9 Título original: *A Clockwork Orange*. Dirigido por Stanley Kubrick 1971.

boia-frias. Então, a fotografia documental não existe sozinha, nem é isenta de comentário pessoal de cada fotógrafo. É uma gota de realidade. (URBAN, 2000).

Enraizada pela essência mimética de transpor o mundo em um recorte, a fotografia é a arte de combinar formas, tons, cores, luzes e sombras. Ideias. E mais: a fotografia participa da educação do olhar do sujeito que olha, em um exercício de encontros e aprendizados. Profissionais de imagem são diariamente testemunhas das mais diversas situações, empenhando seu olhar na captura de percepções de fenômenos significantes, carregando-as de símbolos e definições. Em razão de seu poder de comunicação, à imagem é atribuída mais que uma mera apresentação, no que provoca reflexão, estreita laços e distâncias, aproxima pessoas de outras realidades, tanto no registro de felicidade como a imagem da dor. Neste caso, a fotografia age como mediadora, um ponto de reflexo e reflexão sobre a tragédia alheia.

Para se fazer a leitura de uma fotografia, seus elementos constituintes precisam conferir sentido(s). Sendo polifônica, a fotografia, quando endereçada junto ao texto jornalístico precisa definir seus efeitos, e é a essa busca que o fotojornalista precisa estar atento. Mais que qualquer outro setor da fotografia, o fotojornalismo se alimenta de “instantes decisivos”¹⁰, e nem sempre o enquadramento/recorte/iluminação conferem o equilíbrio.

O papel do fotojornalismo é de tamanha importância que a sua credibilidade por vezes não é questionada. Por se tratar de uma captura de um determinado momento e do contexto jornalístico, a sua veracidade é praticamente inviolável. Mas o ato fotográfico é uma espécie nova de pouco menos de 200 anos. Se no seu princípio as produções ultrapassaram o “simples” recorte das cenas, ela agora é respaldada pela era digital: fotos tratadas em um computador se transformam em figuras cada vez mais distantes do figurativo real. Isso é bom, para que mostre a ficção que a fotografia é capaz, em sua essência.

A manipulação digital permite que as fotos sejam reproduzidas, copiadas, alteradas e enviadas para todo lugar do mundo. Mas ela também pode ser manipulada por meio do enquadramento, da escolha de lentes, ângulo de tomada, iluminação, cortes, cores etc. E isso também não nasceu da tecnologia digital. A visão do fotógrafo, sendo, portanto, uma versão do fato, é algo que prevalece na hora da escolha desses pontos plásticos. As variantes de leitura são os afetos da presença do elemento casual que dá a sensação do incontrolável, algo que sai do domínio de quem fez o registro. Esse sentimento fotográfico é a base que lhe confere uma identidade “crível”.

10 Para Henri Cartier-Bresson, há um instante no tempo em que os elementos se encontram em perfeita harmonia, um ponto exato inscrito na banalidade do cotidiano. Aquilo que o fotógrafo chama de “momento decisivo” é o momento único do tempo num determinado espaço, em que é possível registrar com equilíbrio a composição dos elementos, das formas geométricas que compõem uma linguagem visual. Observado como uma estratégia de composição do quadro, o decisivo momento de apertar o botão se enquadra em um momento “mágico” em que os elementos ganham sentido e equilíbrio quando enquadrados no devido tempo.

O realismo, que no início foi uma prática e uma doutrina necessárias, tornou-se imperialista, pois se confundiu e se quis confundir condição de possibilidade de um nascimento com condição de possibilidade de um funcionamento – em outras palavras, começo e essência. (SOULAGES, 2010, p.109).

A interpretação é mais forte que nossa racionalidade, porque nasce do nosso inconsciente. É aí que o receptor é pego pela imagem, quando esta lhe causa sensações e faz pensar. De acordo com Soulages (2010, p. 115-116), “isso é verdadeiro por duas razões: primeiro, porque toda foto pode produzir ficção, e, em seguida, toda recepção de uma foto tende à ficção.” Não sendo mais uma reprodução, mas uma produtora de sentidos, a fotografia estaria apoiada pela construção ficcional.

Considerações Finais

Até onde a tecnologia vai nos levar com as interferências digitais, ainda estamos a ver. A fotografia e, ainda mais, a tecnologia digital, são espécies novas em evolução, por isso, ainda é difícil mensurar seu futuro. Seu passado, no entanto, nos oferece uma previsão: somos fantoches de seus efeitos, e iremos longe com os novos conceitos que nascem à luz do espetáculo fotografado.

Ainda para Soulages (2010, p. 115), “não se trata de tentar atingir a realidade pela fotografia, mas de visá-la na realidade da fotografia.” Ou seja, a fotografia não é uma forma de apresentar o visível, mas sim de tornar visível algum fenômeno, para que, por sua vez, se possa tentar compreender a condição humana fenomenal. E para isso, a fotografia busca, por meio dos arranjos sógnicos, fazer representar os elementos dispostos no devido enquadramento. Isto porque, conforme a pesquisadora Lúcia Santaella (1998, p. 64), “o real na sua verdade é sempre algo inatingível, mas, em menor ou maior medida, sempre aproximável pela mediação do signo. É nessa aproximação como meta que reside nossa responsabilidade ética com a linguagem”.

A fotografia constrói sentidos a partir da harmonia das suas imagens constituintes. A câmera de Contreras foi muito pouco para justificar sua demissão. Ela representa a necessidade de serem discutidas novas formas de se fazer fotojornalismo. Que o digital complemente, com suavidade, o que o fotógrafo quer dizer, e que isso nos traga novos significados, novas interpretações sobre nosso mundo.

Referências Bibliográficas

BONI, Paulo César; ALMEIDA, Cláudia Maria Teixeira de. A ética no fotojornalismo da era digital. In: **Revista Discursos fotográficos**, Londrina, v.2, n.2, p. 11-42: 2006.

CARTIER-BRESSON, Henri. El instante decisivo. In: Fontcuberta, Joan (Ed.). **Estética fotográfica: uma selección de textos**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 2003.

MUNTEAL, Oswaldo; GRANDI, Larissa. **A imprensa na história do Brasil: Fotojornalismo no século XX**. Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2005.

OLIVEIRA, Pedro Revillion de. **A fotografia esportiva e o momento decisivo**. Intercom: 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1160-1.pdf>>.

PERSICHETTI, Simonetta. **Imagens da Fotografia brasileira Volume I**. São Paulo: Estação Liberdade Editora SENAC São Paulo. 2000.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento.

SANTAELLA, Lucia. **A percepção**. São Paulo: Experimento, 1998.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Editora Schwarcz (Companhia das Letras). 2003.

SOULAGES, François. **Estética da fotografia: perda e permanência**. Tradução: Iraci Poleti e Regina Salgado Campos. São Paulo: Editora São Paulo, 2010.

SOUZA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Porto: Letras Contemporâneas, Argos, 1998.

Este livro foi editado
pela Editora Insular
em 2016.