

COMUNICARTE

11/12

121-50



INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÕES
PUCCAMP

COMUNICARTE

Revista semestral do Instituto de Artes e Comunicações da
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

ANO VI — nºs 11/12 — 1º e 2º semestres de 1988

DIRETOR: Mário L. Erbolato (Registro nº 115 no Ministério do Trabalho).
EDITOR: Gilberto Gonçalves (Registro nº 11.576 no Ministério do Trabalho).
CONSELHO DE REDAÇÃO: Eduardo de Melo Ferreira (Presidente), Cleuza G.
Gimenes Cesca, Gilberto Gonçalves, J. B. Pinho, João Ribeiro Júnior, Marcel
Cheida e Maria Sílvia Barros de Held (membros).
CORRESPONDENTE EM SÃO PAULO: Francisco de Assis M. Fernandes.
Secretária Administrativa: Isabel Cristina Rossi

Capa: Wladimir Fera.

Departamento de Composição e Gráfica — Supervisão Geral: Anis Carlos Fares.
Composição e Past-up — Coordenadora: Celia Regina Fogagnoli Marçola; Equipe:
Maria Rita Aparecida Bulgarelli e Silvana Dias de Souza; Desenhistas: Alcy Gomes
Ribeiro e João Daniel de Araújo.

Fotolito, Impressão e Acabamento — Encarregado: Benedito Antonio Gavioli.
Equipe: Ademilson Batista da Silva, Douglas Heleno Cioffi, Eduardo Paulo Ma-
geste, Jamil Aparecido Milani, João Divino Pereira Pardin, Luiz Carlos
Batista Grillo, Nilson José Marçola e Ricardo Maçaneiro.

COMUNICARTE, órgão oficial do Instituto de Artes e Comunicações, da PUCAMP, é redigida por professores e alunos desta unidade e divulga também trabalhos que lhe forem enviados, a convite ou espontaneamente, por especialistas da área. **Os temas abordados serão os relacionados com as artes, a comunicação social e o turismo. ****COMUNICARTE** não se responsabiliza pelos conceitos emitidos em artigos assinados, mas dá ampla liberdade de pensamento aos seus colaboradores. **Todos os trabalhos são submetidos ao Conselho de Redação que, pela sua maioria, pode sugerir ao autor alterações não substanciais em seus textos, visando sobretudo a aprimorar aspectos técnicos. A linguagem deve ser simples e acessível. **Recomenda-se que as colaborações tenham o mínimo de cinco e o máximo de 12 páginas datilografadas, em espaço dois com 70 toques por linha. **Não haverá, em hipótese alguma, devolução de originais. *** O conteúdo de **COMUNICARTE** inclui artigos, teses, pesquisas, noticiário sobre atividades da PUCAMP e do IAC, resenhas e resenhas de livros, notas sobre acontecimentos ligados ao ensino, correspondência recebida e quaisquer outras matérias julgadas oportunas pelo Conselho de Redação. **As ilustrações poderão ser fornecidas pelos autores. ***A redação segue integralmente as diretrizes da Associação Brasileira de Normas Técnicas, quanto a notas, citações bibliográficas, referência e outras, ligadas à publicações de artigos. ***As matérias eventualmente publicadas não serão remuneradas. ***Permite-se a transcrição dos artigos de autoria de professores do IAC/PUCAMP, desde que mencionada a fonte. *** **COMUNICARTE** é enviada gratuitamente a Faculdades, Institutos e Escolas de Comunicação Social, a professores e entidades da área, mediante solicitação escrita. *** **COMUNICARTE** não aceita pedidos de assinaturas. Números avulsos podem ser adquiridos aos seguintes preços: Brasil, quantia correspondente a um quarto do valor de uma OTN e Exterior US\$6,00 (porte simples incluso). Os cheques devem ser emitidos em nome da "Pontifícia Universidade Católica de Campinas e/ou Revista **Comunicarte**" e acompanhados de carta, esclarecendo quais os exemplares solicitados.

INTEGRANTE DA REDE IBERO-AMERICANA
DE REVISTAS DE COMUNICAÇÃO E CULTURA

COMUNICARTE

Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Campus I — Rodovia "D. Pedro I", km 112
Caixa Postal 317 — Telefone (PABX) 52-0899 — CEP 13100
CAMPINAS (Brasil)

COMUNICARTE



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS

(Sociedade Campineira de Educação e Instrução)

GRÃO-CHANCELER: D. Gilberto Pereira Lopes

REITOR: Prof. Eduardo José Pereira Coelho; **VICE-REITOR PARA ASSUNTOS**

ADMINISTRATIVOS: Prof. Antônio José de Pinho; **VICE-REITOR PARA**

ASSUNTOS ACADÊMICOS: Prof. Paulo de Tarso Barbosa Duarte.

INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÕES

DIRETORA: Prof^a Geny de Oliveira L. Vieira. **VICE-DIRETORA:** Prof^a Cleuza G. Gimenes Cesca.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÕES

Rodovia D. Pedro I, km 112 – tel.: 52-0899 – ramal 176

Caixa Postal 317 – CEP 13100 – Campinas – SP

SUMÁRIO

Editorial	5 a 7
Cleuza Gimenes Cesca	
O desenvolvimento da opinião pública	9 a 18
Duílio Battistoni Filho	
Considerações gerais em torno do Art-Déco	19 a 25
Gustavo Cimadevilla	
Cultura popular: vértice del compromiso para la extensión rural?	26 a 40
João Baptista de Almeida Júnior	
Transmissão de conhecimento em classe: a aula expositiva e o seminário	41 a 52
João Ribeiro Júnior	
Notas sobre a história da imprensa no Brasil	53 a 57
Jonas de Araújo Romualdo	
Entrevistador — entrevistado, relações assimétricas no discurso	58 a 68
Luiz Gonzaga Godoy Trigo	
Turismo: um aprendizado acadêmico?	69 a 77
Marcel Cheida	
O jornalismo e o espaço público	78 a 91
Maria Estela Orsini	
Biodança — um sistema terapêutico	92 a 102
Marília Gomes dos Reis Ansarah	
Lazer cultural nos centros culturais	103 a 110
Mário L. Erbolato	
Assessorias de imprensa: novo mercado de trabalho	111 a 132
Beaux Arts, Paris, mai 68	133 a 144
Biblioteca de Comunicação	145 a 152
Pesquisa e Documentação	
Levantamento da cultura popular da região de Campinas	153 a 196

Opinião e Debate

Imposição de modelo cultural	197 a 198
Os prêmios do progresso cultural e os seus custos.	198 a 200

Pensamento Ibero-Americano II

"Nuevas tecnologias", Información y Comunicación	201 a 214
--	-----------

Notícias

Congresso INTERCOM 88 discutiu a comunicação rural em Viçosa.	215 a 217
São Paulo sedia a reconstrução da Alaic.	217 a 218
UNICAMP promove seminário sobre os "novos rumos do jornalismo"	218 a 219
Correspondência com o leitor	220

EDITORIAL

Os meios de comunicação social assumem, a cada instante, papel mais decisivo sobre os **receptores**. As mensagens se multiplicam e se diversificam, visando atingir a um universo que se expande, para atender aos fins mais diversos. De segundo em segundo elas chegam aos sentidos dos que lêem livros, jornais e revistas, ou que procuram programas de rádio ou de televisão, para informações ou lazer. No contexto **fato/idéia-transmissão-recepção** não há, portanto, apenas técnicas materiais, mas também constante evolução de métodos, variações nos resultados obtidos e reestruturação permanente dos esquemas e da linguagem. Importante é dizer algo, atingir consciências, persuadir e mudar para melhor.

A Comunicação Social tem sido, pois, estudada sob ângulos e aspectos vários, como ciência autônoma ou analisada por psicólogos, sociólogos, lingüistas, folcloristas, historiadores e por todos quantos necessitam recorrer a matérias jornalísticas para apoio ou ilustração de teses, monografias ou palestras em qualquer área do conhecimento.

Neste número de **Comunicarte** selecionamos colaborações, dentre as muitas que nos chegaram, escolhendo-as pela variedade dos assuntos e considerando o valor intrínseco que apresentam, sob o aspecto da pesquisa, paciente, reveladora de pensamentos profundos e pelos aspectos inéditos das dissertações.

O surgimento da opinião pública, a evolução pela qual passou na história e as suas características, são abordadas pela professora Cleusa G. Gimenez Cesca que, a par de conceitos de renomados mestres, emite os seus próprios, para chegar a conclusões que merecem ser meditadas, porque refletem as suas experiências na cátedra, como docente do IAC/PUCCAMP.

Com a sua presença em **Comunicarte** desde o seu primeiro exemplar e sempre escrevendo sobre as artes, o professor Duilio Battistoni Filho discorre sobre o **art-déco (art décoratif)** revelando que um dos seus poucos exemplares arquitetônicos do país se encontra em Campinas. É um prédio central que abriga modesta casa de lanches, talvez por pouco tempo, até que seja derrubado para, em seu lugar, surgir um conjunto de apartamentos...

A exposição que o professor João Batista de Almeida Júnior fez, por ocasião do 1º Seminário Brasileiro de Pedagogia da Comunicação, durante o 10º Congresso da INTERCON (Campinas, setembro de 1987) sobre "Transmissão de conhecimento em classe: a aula expositiva e o seminário" sai publicada na íntegra para que tenha, nos países em que **Comunicarte** circula, a mesma acolhida com que foi recebida quando lida e debatida perante representantes de várias Universidades brasileiras.

João Ribeiro Júnior, poeta, escritor, professor do IAC/PUCAMP e um dos novos **imortais** da Academia Campinense de Letras dá-nos uma vez mais, a sua contribuição, relatando curiosidades ligadas a jornais da época do Império e a posição de seus dirigentes e colaboradores, ao ser proclamada a República.

O folclore como motivador do turismo foi pesquisado pelas professoras Laura Della Mônica e Maria Ângela Ambrisi, que identificaram os elementos tradicionais em seus aspectos autênticos, na região de Campinas, trazendo à luz a tradição popular sobre brinquedos, lúdica (infantil e de adultos), gastronomia, artes e técnicas, linguagem e literatura, medicina caseira, danças, folguedos, superstições e credices, religião-sincretismo, usos e costumes e eventos. Esse retrato da região campineira não teria algo de comum com algumas tradições de diferentes Estados?

Será o turismo um aprendizado acadêmico? Quem responde é o professor Luiz Gonzaga Godoy Trigo, que se refere à escolaridade universitária e à experiência que o aluno deve adquirir junto a outros profissionais. O professor Marcel Cheida afirma que "a informação, um bem social, só pode ser compreendida no âmbito ético jornalístico como propriedade coletiva, cuja finalidade é dotar a sociedade de elementos vitais para a sua estruturação ou reestruturação". E prossegue, analisando as funções do jornalismo, as censuras havidas, os interesses em jogo, o empenho na obtenção de informações. Seu artigo: "O jornalismo e o espaço público".

O papel das assessorias de imprensa, que se propagam, como órgãos independentes ou ligados a empresas, é abordado pelo professor Mário L. Erbolato que, com entusiasmo, vê, nelas, um grande e promissor mercado de trabalho para os jornalistas profissionais.

De outras Universidades, são colaboradores convidados desta edição, os professores: Gustavo Cimadevilla (Universidad Nacional de Rio

Cuarto), Jonas de Araújo Romualdo (UNICAMP), Marília Gomes dos Reis Ansarah (ECA/USP) e Maria Stela Orsini (ECA/USP).

Continuamos mantendo alto nossos ideais, e lutando por eles, para fazer de **Comunicarte** um porta-voz dos comunicadores latino-americanos, sejam eles professores, universitários ou profissionais especializados em Ciências da Comunicação. Que nos escrevam, de onde quer que estejam. Serão bem-vindos!

O EDITOR

O DESENVOLVIMENTO DA OPINIÃO PÚBLICA.

Cleuza G. Gimenes CESCA
(Professora do IAC/PUCAMP)

Introdução

Antes de abordarmos o tema específico deste artigo, para o seu melhor entendimento, buscamos breves notícias históricas do surgimento da opinião pública.

Inicialmente, na Antiga Grécia, esteve ligada à atividade política. Era o consenso obtido entre os cidadãos da cidade (Polis), em assembléia, realizada na praça principal (ágora) que influía na decisão do governo. O mesmo se dava na Antiga Roma, chamando-se o local dos debates de **forum**, porém, em ambas as cidades, a opinião pública era representada por parte da população, apenas pelos "cidadãos".

Na Idade Média, em consonância com a homogeneidade dos sistemas de crenças e valores em torno da fé cristã, encontramos o conceito de **consensus omnium** (acordo de todos). É desta era também o adágio **vox populi, vox Dei** (a voz do povo é a voz de Deus), expressão essa usada ainda por Maquiavel em seus **Discursos**. Se no decorrer da Idade Média com o surgimento das heresias já se podia sentir pequenas divergências de opiniões, foi com o Renascimento e a vitória da Reforma que se estabelece a opinião crítica.

Contudo, o termo "opinião pública", no sentido de que a opinião crítica é capaz de transformar-se em opinião preponderante, apare-

ce somente com os Enciclopedistas, no século XVIII. Foi Jean Jacques Rousseau, em sua excelente obra **O Contrato Social**, quem afirmou que a vontade do povo é a única origem de soberania e das leis, A Revolução Francesa em 1789 engendrada pelos Enciclopedistas, em sua origem intelectual, tanto pretendia sempre respeitar a voz do povo, que as proclamações republicanas tinham esse início: "O Povo decidiu".

No século XIX, essas idéias filosóficas se solidificam ainda mais, surgindo a primeira revolução industrial, esta para atender a classe média, os problemas sociais e econômicos, época em que a expressão "opinião pública" passou, na prática, a ser exercida, pois, anteriormente fora usada apenas em reivindicações políticas, que não era o principal desejo do povo.

É, porém, no século XX, com o surgimento das técnicas modernas dos meios de comunicação de massa, que a opinião pública aparece mais intensamente, chegando a controlar até mesmo os atos do governo, mormente nas democracias plenas.

Hans Speier, sintetiza essa história como segue: "a opinião do mercado grego, do teatro romano, dos sermões, das cartas e das baladas da Idade Média, dos panfletos e livros, dos jornais, até as modernas técnicas de comunicação de massa".¹

Público

Consideramos, também, necessário apresentarmos um conceito de **público**, antes de entrarmos propriamente no "Desenvolvimento da Opinião do Público". Frente a diversos conceitos, optamos por aquele que nos pareceu mais abrangente, que é o do respeitado Mestre dr. Teobaldo. Sem negarmos, também, aqui, a nossa grande preferência pelo referido mestre, visto a nossa formação de graduação ter sido quase na sua totalidade "Teobaldiana".

Ele, assim, nos ensina:

*"O agrupamento espontâneo de pessoas adultas e/ou de grupos sociais organizados, com ou sem contigüidade física, com abundância de informações, analisando uma controvérsia, com atitudes e opiniões múltiplas quanto à solução ou medidas a serem tomadas frente a elas; com ampla oportunidade de discussão e acompanhamento ou participando de debate geral, através da interação pessoal ou dos veículos de comunicação, a procura de uma atitude comum expressa em uma decisão ou opinião coletivas, que permitirá a ação conjugada."*²

O Desenvolvimento da Opinião do Público

*"Não existe opinião pública onde não haja um acordo substancial. Mas não existe opinião pública onde não haja desacordo. Opinião pública pressupõe discussão pública."*³

Para o público chegar a uma **opinião comum**, há todo um processo de desenvolvimento que abrange quatro fases, cujo início se dá com o aparecimento da controvérsia, a qual gera nas pessoas a necessidade de discussão, dada a incomodidade que provoca.

Na segunda fase desse desenvolvimento tenta-se, por meio de debates públicos, palestras, reportagens, pareceres de autoridades no assunto, definir-se essa controvérsia. Aí usam-se os meios de comunicação.

Inicia-se, propriamente, a discussão pública quando seu desenvolvimento entra na terceira fase, delimitando-se, então a controvérsia por meio de propostas e soluções alternativas. Nessa fase, no calor da discussão, poderá aparecer um comportamento próprio de multidão, que depois dos ânimos se acomodarem, desaparece.

Chega-se, após, delimitada a controvérsia, a uma opinião comum, que, obviamente não é a opinião da maioria ou minoria, mas uma opinião representada por todas as opiniões dos participantes da discussão pública, daí segue-se a ação conjugada.

O professor Teobaldo, assim coloca as características da Opinião Pública:

- "a) Não é uma opinião unânime;*
- b) não é, necessariamente, a opinião da maioria;*
- c) normalmente é diferente da opinião de qualquer elemento do público;*
- d) é uma opinião composta, formada das diversas opiniões existentes no público;*
- e) está em contínuo processo de formação e em direção a um consenso completo, sem nunca alcançá-lo."*⁴

A racionalidade deverá estar presente neste processo de desenvolvimento, mas para tornar-se possível há necessidade de que haja um começo de entendimento entre os indivíduos que fazem parte da discussão. Não poderá, portanto, haver posições dogmáticas ou fanáticas entre os elementos do grupo.

O DESENVOLVIMENTO DA OPINIÃO PÚBLICA

Em dedução ao exposto podemos afirmar que a controvérsia é que dá origem à formação do público e conseqüentemente à opinião do público.

Necessário se faz, entretanto, que essa controvérsia seja colocada para debate público, sem ter um encaminhamento pré-determinado, como, às vezes, ocorre com grupos de interesse que conseguem uma "opinião do público", que na realidade é a opinião apenas do grupo.

Para que isso não suceda, os veículos de comunicação de massa devem cumprir o seu papel, que é divulgar as informações, de forma abundante, para que os membros do público possam debater amplamente, pois esses grupos de interesse poderão monopolizar esses veículos, levantando controvérsias em favor de interesses privados, mas com conotação de interesse público.

Fazem parte do público elementos que são meros espectadores, cujas opiniões, irão unir-se à daqueles que "falam mais alto", surgindo, então, os grupos de interesse, tentando conquistá-los.

A respeito, doutrina o Mestre Teobaldo:

*"Nas escolas ou nas escolas-veículo de comunicação massiva, a preparação do jovem para sua vida imediata, no aspecto econômico, individual e do país, criará um tipo de educação que vai dificultar, ainda mais, a constituição do público e conseqüentemente da opinião pública. O moço assim formado terá enormes dificuldades para entender suas questões e interesses pessoais em razão dos problemas de interesse público. Ele, acossado e esmagado por seus interesses egoístas, não conseguirá compreender a significação que as questões coletivas terão na solução de seu próprio destino. E assim, futuramente, dentro dos públicos, aumentará o número de pessoas desligadas e desunidas em face das controvérsias de interesse geral. Crescerá desse modo a massa de meros espectadores que aceitará, por comodismo ou por manipulação, os caminhos sugeridos pelos grupos de interesse."*⁵

Sabemos, também, que diversos fatores influem na formação da opinião do público e observando este aspecto o Prof. Hadley Cantril, da Universidade de Princeton (USA) estabeleceu algumas leis que regem a opinião pública:

"1) A opinião é muito sensível aos acontecimentos importantes.

O DESENVOLVIMENTO DA OPINIÃO PÚBLICA

- 2) *Acontecimentos importantes podem lançar a Opinião Pública, temporariamente, de um extremo a outro. A Opinião Pública não se estabiliza enquanto os fatos estão a pouca distância.*
- 3) *A Opinião Geral, é determinada mais pelos fatos do que pelas palavras a não ser que as palavras sejam consideradas, elas mesmas, como fatos.*
- 4) *As afirmações verbais e os esboços de programa de ação são da máxima importância quando a Opinião não está ainda formada, quando os indivíduos estão ainda sugestionáveis e procuram uma espécie de interpretação proveniente de uma fonte fidedigna.*
- 5) *Em geral a Opinião Pública não precede as emergências. Apenas reage a elas.*
- 6) *Psicologicamente a Opinião é determinada pelo interesse próprio.*
- 7) *A Opinião não permanece desperta por muito tempo, a não ser que as pessoas sintam que o seu interesse próprio está profundamente envolvido, ou, então, que a opinião provocada pelas palavras seja mantida pelos fatos.*
- 8) *Depois que o interesse próprio entra em jogo, dificilmente as opiniões mudam.*
- 9) *Quando o interesse próprio está em jogo a Opinião Pública em uma democracia, geralmente segue adiante da política oficial.*
- 10) *Quando alguma opinião conta com pequena maioria ou não tem bases sólidas, um fato consumado tende a levar a opinião em direção a aceitação.*
- 11) *Em períodos críticos as pessoas são mais sensíveis no que diz respeito aos seus dirigentes. Quando confiam, exigem mais e, caso contrário, são intolerantes.*
- 12) *O povo aceita melhor as decisões, se sente que, de alguma maneira, participa delas.*
- 13) *As pessoas têm mais opiniões e maior capacidade de formar opiniões com respeito a objetivos do que aos métodos para serem atingidos os objetivos.*

O DESENVOLVIMENTO DA OPINIÃO PÚBLICA

14) *A Opinião Pública como a Opinião Individual é colorida como os desejos. Quanto menos factual, mais facilmente se desvia.*⁶

Dispensável se torna algum comentário em torno de cada uma dessas leis, visto que por si só elas se explicam.

Para o professor Teobaldo as duas leis principais de Cantril, que regem a opinião pública, são as de números 1 e 5.⁷

Vale aqui, também, citarmos um grande exemplo de Mutação de Opinião, que é a volta de Napoleão após o exílio, noticiada pelo jornal **Le Moniteur**, na França, onde de 9 a 22 de março ele passou de **Monstro a Sua Majestade**:

“Dia 9 – O monstro fugiu do local do exílio.

Dia 10 – O ogro desembarcou em Cabo Juan.

Dia 11 – O tigre apareceu em Gap. As tropas estão chegando de todos os lados para deter-lhe a marcha. A miserável aventura acabará em fuga nas montanhas.

Dia 12 – É verdade que o monstro adiantou-se até Grenoble.

Dia 13 – O tirano agora está em Lyon. O terror apoderou-se de todos os que o viram chegar.

Dia 18 – O usurpador arriscou-se a chegar a umas 60 horas de marcha da capital.

Dia 19 – Bonaparte adianta-se a marchas forçadas, mas é impossível que alcance Paris.

Dia 20 – Napoleão chegará amanhã aos muros de Paris.

Dia 21 – O Imperador Napoleão está em Fontainebleau.

Dia 22 – Ontem à tarde, Sua Majestade o Imperador entrou solenemente em Paris e chegou ao Palácio. Nada pôde ultrapassar a alegria universal.”

Opinião Pública, Opinião do Público ou Opinião de Público?

Como resposta a essa indagação, que não deve ser só nossa, mas de muitos interessados no assunto, vem o professor Teobaldo esclarecer:

“A opinião pública é a expressão verbal da atitude comum de um público determinado, frente a controvérsias; daí admitir-se também como mais correto o emprego do termo “opinião do

O DESENVOLVIMENTO DA OPINIÃO PÚBLICA

público” em lugar de “opinião pública”. Ademais o termo “opinião pública” significa, em nossos dias, manifestação de sentimentos coletivos originários de massas e não de públicos.”⁸

O professor Marcos Fernando Evangelista, prefere a expressão “opinião de público”, e assim justifica sua colocação:

“Opinião de público é o agregado de opiniões das pessoas que constituem determinado público. Falamos em Opinião de Público e não Opinião Pública. Relações Públicas, tem como objetivo formal “A Opinião de Público”. A mensuração se refere a uma pluralidade de pessoas específicas, identificadas e que constituem um Público. Talvez apenas um problema de semântica. Mas é importante conscientizarmo-nos que somente poderemos estudar, analisar e mensurar a opinião quando referente a um público específico. A Opinião de Público, objeto formal, é o elemento que nos proporcionará valorizar, graduar a situação de nosso trabalho, para que possamos tomar novas iniciativas. A verdade é que nosso trabalho de informação, esclarecimento, se dirige a cada pessoa, unidade de determinado público. Ora, se a sua opinião pessoal será um dos elementos para formar a resultante final – Opinião de um determinado público a que você pertença –, é lógico que para modificar esta última, só será possível atuando diretamente com as pessoas. Visto que a sua opinião pessoal será um dos elementos no processo somatório para a resultante final – Opinião de Público.”⁹

Childs assim se manifesta sobre o assunto:

“A expressão “opinião pública” é, evidentemente, uma expressão geral e bastante lata, como muitas outras expressões úteis do nosso idioma, tais como “partido político”, “tempo” e “democracia”. Só quando se refere a um público específico e a opiniões específicas sobre assuntos definidos é que ela adquire um significado, no sentido de poder ser estudada. Neste ponto, é semelhante à palavra “tempo”, definida por um dicionário, no sentido que nos interessa, como “um estado da atmosfera”. Os estudiosos da meteorologia não costumam preocupar-se com o tempo em geral, mas sim com o estado da atmosfera em determinado período e lugar. Definida nestes termos, a palavra “tempo” torna-se significativa e pode ser estudada. Da mesma

forma a expressão "opinião pública" deve ser relacionada com um público específico e com opiniões definidas sobre alguma coisa. Então é possível estudá-la, descobrir qual o seu estado por que razão ela é o que é, que mudanças tem ocorrido e continuam a ocorrer, e o que deve ser feito, se alguma coisa precisa ser feita."¹⁰

Esses três autores permitem-nos concluir que opinião pública decorrente de massa é um tanto utópica. O que é possível obter-se é "opinião pública" resultante de discussão de um público, formado por meio de controvérsias.

Para obter-se uma opinião que represente todo um povo (massa), há necessidade de formarmos vários públicos, conseguir de cada um deles a "opinião do público" e posteriormente, dessas opiniões obter-se-ia uma opinião final que seria a opinião que representaria a todos.

Quanto ao termo mais correto, se: opinião pública, opinião do público ou opinião de público, parece-nos ser apenas uma questão de semântica.

Quando alguns de nossos comunicadores usam o termo "opinião pública" como opinião do povo em geral, na realidade estão se reportando à manifestação de sentimentos coletivos de massas e não se trata, portanto, de opinião pública.

Conclusão

Finalizando este nosso trabalho, podemos afirmar que sempre que para um determinado problema não é possível encontrar-se uma solução nos padrões tradicionais, surge a controvérsia, formando o público, para amplo debate público, onde deve predominar a racionalidade frente às emoções, em busca de uma opinião comum.

Diversos fatores poderão dificultar a formação da opinião pública, entre eles podemos destacar: meio cultural, hereditariedade, educação, as pressões, a falta de informações desinteressadas etc.

A contribuição dos indivíduos do público, para a formação da opinião pública é variável, embora todos sejam atingidos pelo problema em discussão, existindo, também aqueles que são meros espectadores, exemplo comum na sociedade brasileira.

O DESENVOLVIMENTO DA OPINIÃO PÚBLICA

NOTAS

- (1) Speier Hans — "Historical Development of Public Opinion, apud Augras Monique — **Opinião Pública — Teoria e Pesquisa**, 3ª edição, Editora Vozes, 1978, pág. 15.
- (2) Andrade, Cândido Teobaldo de Souza, **Psico-Sociologia das Relações Públicas**, Petrópolis, Vozes, 1975, pág. 40.
- (3) Introduction to the Science of Sociology — Park, Robert E. and Burgess, E. W., apud Andrade Cândido Teobaldo de Souza, **Curso Médio de Relações Públicas — Nível III** — DEA, 1966.
- (4) Andrade, Cândido Teobaldo de Souza, **Curso de Relações Públicas**, Atlas, 1977, 2ª ed. pág. 15.
- (5) Andrade, Cândido Teobaldo de Souza, **Psico-Sociologia das Relações Públicas**, Petrópolis, Vozes, 1975, pág. 62.
- (6) Cantril, Hadley, apud Azevedo, P. E. M. de — **Manual Prático de Relações Públicas** R. de Janeiro, Tecnoprint, 1979, págs. 101/102.
- (7) Idem, ibidem, págs. 63/64.
- (8) Idem, ibidem, pág. 66.
- (9) Evangelista, Marcos Fernando, **Relações Públicas — Fundamentos e Legislação**, Editora Rio, 1977, 3ª edição, págs. 84/85.
- (10) Idem, ibidem, págs. 86/87.

BIBLIOGRAFIA

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza — **Psico-Sociologia das Relações Públicas** — Petrópolis — Vozes — 1975.
- _____ **Curso de Relações Públicas** — São Paulo — Atlas — 2ª Edição — 1977.
- _____ **Dicionário Profissional de Relações Públicas e Comunicação e Glossário de Relações Públicas e Termos Anglo-Americanos** — São Paulo — Saraiva — 1978.
- _____ **Curso Especial de Relações Públicas Nível II** — DEA — São Paulo — 1964.
- _____ **Curso Médio de Relações Públicas — Nível III** — DEA — São Paulo — 1966.
- AUGRAS, Monique — **Opinião Pública — Teoria e Pesquisa** 3ª Edição — Petrópolis — Vozes — 1978.
- CANFIELD, Bertrand R. — **Relações Públicas — Princípios, Casos e Problemas** — 2ª Edição — Pioneira — 1970 — Vol. I.
- AZEVEDO, P. E. M. de — **Manual Prático de Relações Públicas** — Rio de Janeiro — Tecnoprint — 1979.

- EVANGELISTA, Marcos Fernando – **Relações Públicas – Fundamentos e Legislação** – Rio de Janeiro – Ed. Rio – 2ª Edição – 1979.
- LAKATOS, Eva Maria – **Sociologia Geral** – São Paulo – Atlas – 4ª Edição – 1981.
- PENTEADO, J. R. Whitaker – **Relações Públicas nas Empresas Modernas** – Centro do Livro Brasileiro – 4ª Edição – Lisboa.

CONSIDERAÇÕES GERAIS EM TORNO DO ART-DÉCO

Duílio BATTISTONI FILHO
(Professor do IAC/PUCAMP)

Muito se tem comentado sobre o **Art-déco** nas esferas artísticas, porém boa parcela do público brasileiro desconhece realmente o significado e importância deste movimento artístico, no contexto das artes em geral.

Embora deva muito de sua formação ao **Art Nouveau**¹, o **Art-déco**, abreviatura dos vocábulos "art decoratif", surgiu entre os anos de 1920 a 1940, mais precisamente em 1925, quando a Sociedade dos Artistas Decoradores de Paris resolveu organizar uma Exposição Internacional. O termo somente seria consagrado pela crítica em 1966.

Para que possamos entendê-lo melhor faz-se mister focar o mundo da época, quando os países da Europa Ocidental e os Estados Unidos passam por profundas transformações políticas, econômicas e sociais, alterando substancialmente o quadro artístico de então. Nas camadas mais altas da sociedade, instala-se o **bon goût** francês, condição que reflete, na maioria das vezes, ambientes sofisticados e certa maneira de viver. É a época dos "anos loucos", das melindrosas de saias curtas, cabelo a la **garçonne**, olhos maliciosamente brejeiros, cintura baixa e longos colares caindo sobre o ventre. Os jovens se rebelam, especialmente contra a opressão da máquina. É a geração que os críticos chamam dos **angry young men**.

Ernest Hemingway no seu livro **Paris é uma festa** retrata de uma maneira impressionista sua vida nesta cidade na década de vinte, com

seus tipos populares, seus cafés, seus pescadores do Sena, e, agitando-se nela, marcando-a com sua paisagem humana e rica em contrastes, figuras famosas como Ezra Pound, James Joyce, Gertrude Stein e Scott Fitzgerald para citar algumas. Estes literatos costumavam se reunir na Livraria Shakespeare de propriedade de Silvia Beach na rua Odeon, nº 2.

A Itália e a Alemanha passam por radicais transformações políticas com o surgimento do Fascismo e do Nazismo, respectivamente, em 1922 e 1933, fazendo com que recrudescesse o totalitarismo de Estado.

No teatro destaca-se a obra social de Bertold Brecht, cujas peças procuram mostrar libertinos se rebelando contra moralistas retrógrados, atingindo em cheio as camadas populares.

Máquinas criadas pelo homem

O cinema forneceu dois cineastas dignos de registro: o russo Sergei Eisenstein com o seu antológico **Encouraçado Potenkin**, de 1925, com sua áspera crítica contra o domínio dos czares, e o alemão Fritz Lang com o seu insuperável **Metrópolis** de 1926, sem dúvida alguma o filme mais rico e exponencial do expressionismo, por sua postura metafórica quanto à crise alemã da República de Weimar, e o posterior nazismo e pelo seu caráter futurista ao encontrar um modelo de cidade capitalista industrializada. Não obstante, para entendermos melhor este filme, é preciso que nos reportemos ao ano de 1920, no qual o teatrólogo tcheco, Karel Capek, escreve a peça R.U.R. que significa "Rossum's Universal Robots", onde, pela primeira vez, usa-se o termo **robot** para designar as máquinas criadas pelo homem para executarem os trabalhos manuais mais pesados sob controle total. Na peça, um engenheiro cria-os desprovidos de inteligência, mas dotados de fala e memória, tendo sensibilidade apenas à dor, a fim de diminuir os acidentes de trabalho. Os **robots** rebelam-se contra essa tirania, destroem a sociedade dos humanos e tornam-se perfeitos, amando-se e reproduzindo-se.

Ainda dentro da cinematografia mundial, o maior acontecimento foi o aparecimento, em 1927, do primeiro filme falado, **O Cantor de Jazz** com o notável Al Jonson e que marcou época. Ainda neste mesmo ano, o avião americano, Charles Lindberg, cruz o Atlântico, de Nova York a Paris, num vôo solitário de extrema audácia e coragem, pilotando pequeno avião batizado com o significativo nome **spirit of St Louis**, façanha inédita que empolgou o mundo.

CONSIDERAÇÕES GERAIS EM TORNO DO ART-DÉCO

Na música clássica, Igor Stravinsky, compositor russo, produz uma verdadeira revolução estética ao abrir novos horizontes e, sem nenhum exagero, imensos. O encontro com o diretor de balé russo Sergei Diaghilev e o bailarino Nijinsky foi decisivo para ele, pois daí vão surgir obras-primas como *Pássaro de Fogo*, *Petruska* e *Sagração da Primavera*. Esta última tornou-se um canto da terra e do cosmo que, fundidos, representam um canto à natureza, dentro de uma pureza selvagem, quase primitiva e, por isso, livre dos limites humanos. Inicialmente estas composições provocaram a ira e depois os aplausos das platéias europeias, vencidas pela beleza de suas qualidades músico-coreográficas².

Nos Estados Unidos, Cole Porter escreve músicas para filmes, e suas melodias fluentes correm mundo despertando com George Gershwin a preferência do público musical. A versátil artista franco-americana, a bailarina negra Josephine Baker, empolga os franceses levando-os ao delírio com suas danças sensuais, irreverentes, graças a um estilo pessoal, curiosa mistura de ritos afro-americanos.

O jazz estava no auge, cujos centros, Nova Orleans e Nova Iorque disputavam a preferência do público americano. O **Cotton Club** de Nova York era o local preferido dos intelectuais jazzistas.

Como podemos perceber, a época é de mudanças de costumes, pois a agitação da vida moderna assim o permitia. E elas chegam celereamente transmitidas pelo rádio e pela informação gráfica, desenvolvendo-se notavelmente o setor da publicidade.

Revalorização da arte egípcia

Os achados arqueológicos efetuados na tumba do faraó Tutancamon, em 1922, pelo arqueólogo inglês Howard Carter permitem revalorizar as artes egípcias, assim como a redescoberta da arquitetura maia, representam pontos fundamentais para o desenvolvimento da arquitetura Art-decô, pois os arquitetos buscam um estilo mais sóbrio de linhas simples e despojadas. Não podemos esquecer também a contribuição da escola alemã **Bauhaus**, de Walter Gropius, que prega a união de todas as artes para o estabelecimento de uma moderna estética industrial.

Nos Estados Unidos o arquiteto Frank Lloyd Wright, sensibilizou-se com as linhas ornamentais dos maias³, as idéias cubistas e o esplendor do clássico grego. Basicamente, numa arquitetura Art-déco, encontramos como características importantes a simplificação de linhas,

pilastras facetadas ou estriadas sem base ou capitel, abundância de motivos florais geométricos vitrais do mesmo gênero.

Alguns exemplos são notáveis desta arquitetura. Em pleno crack da Bolsa de Nova York, é construído o colossal Empire State Building, com 102 andares bem no coração de Manhattan. Na arquitetura de interior, o Art-déco resultou num estilo que pode ser observado intacto no Rádio City Music Hall, império de diversão de Nova York, com 6.200 lugares, palcos giratórios mecânicos e com um esplêndido órgão eletrônico. Os arranha-céus Art-déco são, muitas vezes, nada mais que uma extensão dos esboços futuristas de Sant'Elia.

No Brasil, especialmente em São Paulo, a arquitetura sofreu um processo de renovação com a chegada do arquiteto russo Gregori Warchavchik que imediatamente iniciou o movimento modernista na arquitetura paulistana, chegando inclusive a popularizar o Art-déco com a construção de residências, utilizando o concreto armado de uma forma bem racional⁴. Seus projetos não se enquadravam de jeito algum na corrente construtivista colonial. Para ele o álbum do passado era somente um germe de vivência e de vitalidade, de se admirar, mas não de se copiar.

É preciso destacar, todavia, que os escritórios das grandes imobiliárias não tinham orientação alguma, poucos projetos e obras e uma completa ausência de arquitetos de personalidade, com exceção talvez do arquiteto Elisiário da Cunha que trabalha com certa liberdade. Alguns de seus projetos como o novo edifício do Mappin são de nítida inspiração Art-déco⁵.

As atividades intelectuais em S. Paulo

Merece um especial, o ambiente intelectual de São Paulo especialmente no período pós-semana de Arte Moderna com a sofisticação de seus salões literários. Um deles foi o de d. Olívia Guedes Penteadó, respeitável dama da sociedade paulistana que reunia em sua casa, intelectuais de respeito. Aliás, as ligações de São Paulo, na ocasião, com a agitação artística francesa, através de Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral, são intensas. Basta lembrar que a visita do poeta francês Blaise Cendrars ao Brasil na década de 20, tornando-se, destarte, amigo de Paulo Prado, Mário de Andrade e Oswald de Andrade, muito contribuiu na revolução estética da poesia.

Nas artes plásticas a renovação começou com a chegada do pintor europeu Lasar Segall, que fixou residência em São Paulo, trazendo

CONSIDERAÇÕES GERAIS EM TORNO DO ART-DÉCO

novas concepções modernas com uma obra instigante, e a nossa Anita Malfatti com seus quadros expressionistas de forte inspiração germânica e americana.

No Rio de Janeiro encontramos o estilo **Art-déco** em interiores de lojas, salas de cinema, café e sorveterias. Na área central, a Confeitaria Cavé é um belo exemplo. Apesar de fundada em 1890, foi toda decorada segundo o modelo Art-déco na década de 20 com vidros e lustres trazidos da França e móveis desenhados pelo espanhol Colón.

Em outras cidades brasileiras restam poucos exemplos de arquitetura Art-déco⁶, isso devido à sanha imobiliária que pôs abaixo belos exemplos de arte, para construir prédios de apartamentos e estacionamentos para autos.

Durante os anos da depressão econômica ocorre o grande **boom** dos quadrinhos ou **comics** quando são apresentados personagens superdotados, semi-deuses aventureiros em países ou planetas deslumbrantes, cujo destemor estava a serviço dos fracos e desamparados e da defesa da Democracia. Muitos desenhistas da época, como o americano George MacManus, o francês Alain Saint Organ e o brasileiro J. Carlos, sofrem a influência do Art-déco.

Capítulo especial merece a obra de José Carlos de Brito Cunha, o nosso J. Carlos (1884-1950), carioca irreverente, criador de tipos antológicos na caricatura brasileira como a melindrosa e o almofadinha, personagens constantes de suas histórias. Há em seus desenhos uma preocupação com o perfeccionismo com uma rica combinação de linhas curvas e retas em sua diagramação. Sua obra revela alguma incidência do Art Nouveau especialmente nas posturas curvilíneas de suas figuras⁷. Entretanto, as referências **Art-déco** são bastante claras no formato das casas, dos móveis, objetos cotidianos e cenários os mais diversos.

Os seus principais personagens infantis como o Carrapicho e Jujuba povoam as páginas das revistas **Tico-Tico** e **Careta**. Sua jocosidade se faz presente nas inúmeras charges de políticos e intelectuais influentes.

Os colecionadores de objetos Art-déco

A presença do **Art-déco** foi notável não só na arquitetura como em outras atividades. Assim, a vemos no **design** de móveis, com a famosa cadeira de Marcel Breuer, nos cenários extravagantes, do teatro e do

CONSIDERAÇÕES GERAIS EM TORNO DO ART-DÉCO



Arquitetura Art-déco em Campinas

(Foto de Nelson Chinalia, 1988)

CONSIDERAÇÕES GERAIS EM TORNO DO ART-DÉCO

cinema, tipos de letras de filigramas, com extremidades e cantos de complicado desenho, como nas pinturas de Picasso, Braque, Leger e Mondrian. No Brasil, na arte de John Graz, Regina Gomide e Vicente do Rego Monteiro são visíveis essas influências.

Concluindo, podemos dizer que o **Art-déco** chegou até os nossos dias e brilha nas noites entre os coloridos tubos de neon. Estamos sempre relembando com nostalgia aqueles saudosos tempos com a proliferação de antiquários e ruas quase inteiras destinadas a abrigar objetos e curiosidades dos anos 20. Podemos citar, a título de curiosidade, dois pontos obrigatórios: a Waterloo Plein, em Amsterdã e a Portobello Road, em Londres⁸. Artistas como Barbra Streisand e o recentemente falecido Andy Warhol destacam-se como exímios colecionadores de objetos **Art-déco**. Os filmes nos conduzem também àquela atmosfera louca. O **Grande Gatsby**, extraído do romance do mesmo nome, de Scott Fitzgerald, é um bom exemplo.

NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) Movimento ocorrido na Europa entre 1895 e 1914 em que as linhas e a forma ocupam um papel importante na arte quando os artistas praticam uma estilização dos objetos cotidianos ao procurar uma síntese de funcionalismo e beleza.
- (2) Colangelo, Adriano. **Mil anos de Arte**. S. Paulo, Editora Cultrix, 1978, p. 110.
- (3) Hurlburt, Allen. **Lay-out**. S. Paulo, Nobel, 1986, p. 33.
- (4) Lemos, Carlos A. C. **Alvenaria Burguesa**. S. Paulo, Nobel, 1985, p. 190.
- (5) Lemos, Carlos A. C. **Arquitetura Brasileira**. S. Paulo, Edit. Melhoramentos, 1979, p. 139.
- (6) Em Campinas, o único exemplo que restou da arquitetura **Art-déco** é o prédio 1318, da avenida Francisco Glicério e que hoje abriga uma casa de lanches.
- (7) Luyten, Sonia Maria Bibe. **Elementos art-déco em histórias em quadrinhos: um exemplo brasileiro**. Publicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, nº 8, 1979, p. 27.
- (8) Ribeiro, Hécio Pupo. **As Artes Industriais, do Decorativismo Rococó ao Funcionalismo Industrial**. Bauru, Editora Jalovi, 1985, p. 92.

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISO PARA LA EXTENSION RURAL?

Gustavo CIMADEVILLA
(Professor da Universidad Nacional de Rio
Cuarto - Argentina)

1. Introducción

La actividad extensionista parece estar pasando, desde una perspectiva política-institucional, por un momento de autocrítica que se presenta públicamente como un "repensar" de su modelo de presupuestos y actuación.

El hecho, cuyo origen tal vez se encuentre más próximo a una decisión vertical (de cúpula) que a la presión de las bases, no deja de ser un paso significativo en la dinámica social por cuanto toda crítica sugiere la necesidad de superación.

Así, esa decisión hacia un "repensar", que en Río Grande do Sul pasó a ser una táctica institucional de acción, puede analizarse como hecho social a través de varias lecturas. Para el poder económico, por ejemplo, ello tal vez implique un proceso de ideologización tendiente a subvertir las relaciones sociales basadas en la propiedad de los medios de producción y el sometimiento del trabajo al capital. Desde el otro extremo, en cambio, la propuesta puede ser interpretada tan solo como una reformulación inofensiva en busca de calmar ciertas tensiones sociales, aumentar el número de productores para el mercado y o encubrir un nuevo esfuerzo "desenvolvimentista" a través de discursos demagógicos.

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISSO...

Lo cierto es que, al margen de las interpretaciones polares, todo "repensar" implica un espacio para la discusión y toma de decisiones que permite — al menos en primera instancia — pensar en mudar ciertas reglas del juego en cuanto existan para ello bases de sustentación. Y en ese sentido, ese espacio no puede considerarse sólo en términos maniqueístas sino, por el contrario, como una oportunidad para la superación.

Desde esa perspectiva es nuestra intención realizar un breve análisis sobre los puntos críticos levantados en torno del "repensar" sobre el modelo hasta ahora aplicado por la extensión para luego vincularlo a una de las categorías que — como se verá — se presenta como alternativa de acción y comprensión: la cultura popular.

2. La nueva extensión rural

En un breve pero denso artículo publicado por el Director Administrativo de EMATER/RS, Suimar Bressan*, encontramos las bases de discusión entre lo "viejo" y lo "nuevo" para la actividad extensionista, para decirlo con sus propias palabras.

Así, pensado en términos dicotómicos, podemos caracterizar cada modelo a través de las siguientes propiedades:**

(*) BRESSAN, Suimar: Os compromissos da nova extensão rural em Campo & Lavoura del diario *Zero Hora*, Porto Alegre, RS, Brasil, 22-05-87, p. 2.

(**) El nuevo modelo fue elaborado considerando la propuesta de Bressan (ver el artículo Os compromissos da nova extensão rural), el viejo modelo surge por oposición y consulta a los trabajos críticos de Canuto (*Capital, tecnologia na agricultura e o discurso da EMBRATER*, 1984) y Fonseca (*A extensão rural no Brasil, um projeto educativo para o capital*, 1985).

CARACTERISTICAS DE LOS MODELOS EXTENSIONISTAS	
"VIEJO"	"NUEVO"
<ul style="list-style-type: none"> * Promueve el desenvolvimiento económico * Se compromete con los sectores grandes y medios * Autocrático-verticalista * Promueve una participación acrítica y subordinada del productor * Comunica unilateralmente * Transmite conocimientos del "saber técnico" * Pretende una acción educativa como repasadora de conocimientos vinculados a la producción * El productor es concebido como objeto de transformación * Induce un referente cultural urbano-consumista * Posee una visión determinista de la técnica * Comprende al medio rural como un todo desde una perspectiva productivista 	<ul style="list-style-type: none"> * Promueve el desenvolvimiento de la producción, la política y la cultura * Se compromete con los pequeños productores, trabajadores rurales y "sin tierra" * Democrático-participativo * Promueve una participación crítica y organizada * Comunica dialógicamente * Procura un "saber nuevo" (producto del "saber técnico" y la "práctica social cotidiana" del productos) * Pretende una acción educativa como proceso dialógico y de liberación * El productor es concebido como sujeto de transformación * Respeta el referente cultural del productor * Posee una visión instrumentalista de la técnica * Comprende al medio rural como un todo desde una perspectiva política

I. Cuadro comparativo de las características de los modelos extensionistas "viejo" y "nuevo".

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISO...

Estos modelos en cuanto constructos teóricos en estado puro si bien no han de encontrarse con idénticos detalles en la práctica social extensionista, delinear al menos las generalidades de los presupuestos que los sustentan.

Ahora bien en un primer recorrido del cuadro podrá observarse que el nuevo paradigma extensionista se basa en cuatro principios fundamentales:

- a) El compromiso con los sectores subalternos de la estructura fundiaria;
- b) la promoción de un desenvolvimiento global (y no sólo productivista);
- c) la procura de una relación dialógica con el productor democrática y participativa; y
- d) la procura de una acción "transformadora" sobre la base de un "saber nuevo" (conjunción del "saber técnico" y la "práctica social cotidiana" del productor), crítico y libertador.

Estos principios suponen, por su vez, la necesidad de una toma de posición política-ideológica, el reconocimiento de la inadecuación del modelo "desenvolvimentista" y el reconocimiento de los derechos y capacidades del sujeto rural como transformador activo de su realidad histórica. Aspectos que no son necesariamente "nuevos" dentro del universo de alternativas de acción social libertadoras, sino la continuidad de esfuerzos y pensamientos anteriores. Entre esos pensamientos anteriores es que nosotros ubicamos a la problemática de la "cultura popular" en cuanto alternativa señalada a inicios de los años '60 como opción libertadora para los sectores subalternos.

3. La cultura popular como realidad y estrategia política

Veamos por qué la denominada "cultura popular" puede venir hoy al encuentro de las nuevas categorías del "repensar" extensionista.

Si detenemos por un momento nuestra atención en el análisis de los diferentes documentos reivindicatorios de los derechos de los sectores sociales más desprotegidos en la coyuntura histórica-social de inicios de los años '60, percibiremos que el lenguaje de los discursos no dista mucho de las bases esbozadas hoy en el "repensar extensionista".

En aquel momento la posibilidad de un espacio político favorable al cuestionamiento de los sectores dominantes permitió organizar

y llevar adelante movimientos que procuraban mayor participación en la distribución de la riqueza y el poder político así como el crecimiento crítico de la conciencia. En ese marco el concepto de "cultura popular" era concebido como "movimiento o instrumento de lucha política en favor de las clases populares"; como "contraposición a la cultura de una clase"; como "todas las actividades relativas a la formación de la conciencia"; como "instrumento para la revolución económica-social"; como "proceso de transformación"; etc. (Favero, 1983). Lo que, en última instancia, implicaba — como lo implica hoy el "repensar" extensionista — un cierto posicionamiento político-ideológico, el reconocimiento de un modelo de relaciones sociales inadecuado y el reconocimiento de los derechos y capacidades de los sectores subalternos para mudar las coordenadas vigentes en el proceso histórico.

Ahora, y si es que esta relación guarda bases lógicas de articulación, podemos preguntarnos de qué modo ha de pensarse la transferencia de ese concepto a la realidad rural vinculada a la extensión y, en segundo término, cuál es el margen de viabilidad del "nuevo paradigma" extensionista?

3.1 La "cultura popular" como categoría de análisis

No obstante resulte obvio señalar el carácter polisémico y difuso del concepto "cultural popular", su análisis conceptual se hace necesario toda vez que se reconoce su origen netamente político-ideológico* y por ende concebido como instrumento de construcción de un sentido del orden social.

Al respecto y aun cuando no se pone en duda la función del lenguaje como instrumento que permite la construcción de la realidad simbólica pasible de tomar formas de sentido diferentes de acuerdo con los conceptos y estructuras utilizadas, se advierte que sobre él se opera una crisis de apropiación en la cual ciertos términos vinculados a determinadas concepciones pasan a ser utilizados intencional e indiscriminadamente para justificar modelos de relaciones sociales divergentes (ejemplo de ello es la concepción de "centro" y "centro-izquierda" para la autoidentificación de

(*) Sobre el carácter político-ideológico del concepto se han referido varios autores entre los que citamos a González Sánchez (1983), Beisiegel (en Paiva, 1984) y João Bosco Pinto (en Paiva, 1984). Este último concluyendo que la posición tiene "un carácter político no porque el término mismo lo contenga, sino porque la sociedad a la cual él se refiere es una sociedad de clases." (p. 87)

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISO...

las fracciones políticas en un curioso juego en el cual ya nadie es de "derecha").

Así, precisar el alcance de ciertos conceptos, aun en los discursos más informales como los políticos, es tarea necesaria para defender los auténticos presupuestos y denunciar las formas falsas de sentido por las cuales se manipulan los públicos a través del discurso. El concepto de "cultura popular" tanto en su sentido político-ideológico como científico (categoría de análisis) precisa, entonces, de un tratamiento teórico que muestre sus especificidades y adecuación contextual.

Así entendido y partiendo de la forma semántica más simple a la que se corresponde el concepto, algunas sugerencias surgen claramente:

a) En primer lugar se advierte que la dificultad más seria se vincula al calificativo "popular"* en cuanto sugiere una forma de manifestación de la cultura que no puede definirse tautológicamente a partir de ser considerada como "aquello perteneciente al pueblo", pues ello no ayuda a precisar el concepto sino a mantenerlo en una dimensión igualmente polisémica y circular.

b) En segundo lugar sugiere que ese problema puede resolverse teóricamente en cuanto se vincule lo "popular" a determinado sector social, lo que implica partir de una visión estructurada de la sociedad según jerarquías y estratos.

Estas observaciones, por cierto nada novedosas, pueden analizarse para su confirmación a través del tratamiento histórico que mereció el concepto, lo que facilitaría por otra parte el entendimiento de nuestro enfoque.

Si partimos como lo hace González Sánchez (1983) del siglo XVII en el cual se sitúan los primeros intereses vinculados al rescate de lo "popular", podemos dividir nuestro cuadro histórico en tres momentos:

(*) El concepto de cultura no se cuestiona con mayor detalle por cuanto se lo entiende en su acepción más amplia y generalizada como "el conjunto de realizaciones que el sujeto social ha generado a través de la historia (tanto material como inmaterial) y en el cual no quede fuera nada de aquello que se vincule a lo social (esto es, ligado al hombre en relación con otros hombres)". (Cimadevilla, 1986a)

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISO...

EPOCA	SECTOR INTERESADO	PREOCUPACION	ELEMENTOS RESCATADOS	OBJETIVO
S. XVII XVIII	MONÁRCAS/ARISTOCRACIA CAMPEÑINOS	Buscar y describir los restos de la antigüedad Transmitir su tradición	Creencias y prácticas campesinas Creencias y prácticas campesinas	Utilización de lo popular como elemento de cohesión para la conformación de los Estados Mantener su identidad cultural y modos de subsistencia
S. XIX	BURGUESIA ASCENDIENTE CAMPEÑINOS/TRABAJADORES ASALTADOS INDUSTRIALES	Buscar lo "auténtico" y "espontáneo"; las actitudes románticas Hacer conocer las manifestaciones rurales en la sociedad urbana	Mitos y poesías Mitos y poesías y manifestaciones poéticas	Utilización para la consolidación de las identidades nacionales y la ocultación de las diferencias sociales generadas y manifestadas en la revolución industrial Mantener su identidad cultural; luchar por mayor participación
S. XX	SECTORES DOMINANTES SECTORES SUBALTERNOS	Manifestaciones masivas. Reacción frente a las innovaciones del mercado y mecanismos de control Manifestaciones de resistencia y de identidad cultural	Formas de expresión de los movimientos sociales y políticos; manifestaciones artísticas y artesanales Formas de organización y participación; manifestaciones artesanales y artísticas; expresiones de auto-desarrollo y reivindicación	Estudios de mercado; producción de mercaderías en la "industria cultural"; elaboración de mecanismos de control político Elaboración de estrategias de resistencia frente al poder económico y político; defensa de la identidad cultural; procura de mayor participación sub-sistencia

El presente cuadro fue elaborado sobre las bases del tratamiento histórico dado por González (1983). Debe considerarse que la evolución histórica se refiere a la sociedad europea.

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISO...

Sobre el cuadro pueden operarse ciertas inferencias que muestran la evolución del tratamiento de lo "popular" en los siguientes términos:

1) Lo "popular" es manipulado en un primer momento por los llamados gobiernos de carácter absolutista en la procura de conformación de los Estados y para lo cual los sectores subalternos tenían limitadas condiciones de contestación. Surge la urbanización intensiva y desarticulación de los sectores campesinos.

2) Con la revolución industrial y la necesidad de una identidad nacional que asegure un proceso productivista armónico, lo "popular" pasó a ser instrumento de control y manipulación ideológica. Comienza unarticulación del operariado.

3) En el desarrollo capitalista el avance tecnológico facilita la mercantilización de las manifestaciones. El poder económico lucra aun en las formas subversivas (manifestaciones de oposición radical). Los sectores subalternos alcanzan mayor capacidad de respuesta y resistencia organizada (movimientos sociales, sindicales y políticos).

Esta evolución permite, en tanto descripta por la oposición entre sectores subalternos y dominantes, remarcar dos ideas que serán fundamentales para el análisis de la segunda parte, o sea de la viabilidad del nuevo paradigma extensionista. Esto es, el hecho de que históricamente lo "popular" surge y es por tanto procurado en el medio rural; en las no siempre estructuradas sociedades campesinas dependientes — según los períodos — de los imperios, señores feudales, caudillos y hacendados y, en su forma más avanzada, del capital agroindustrial. Y, en segundo término, porque el carácter de subordinación "dominante/dominado" restringe el marco teórico en que ese concepto puede ser utilizado. Esta segunda observación surge de que si, como se coloca, lo "popular" se vincula a lo dominado y lo dominado precisa de un dominante para poder constituirse genéricamente como tal, la relación se sitúa en una dimensión de poder de unos sobre otros en la que, si se acepta que ello se efectiviza en cuanto son las condiciones materiales que lo hacen posible, será un modelo teórico vinculado al materialismo histórico el que mayores condiciones tenga para dar respuesta a los interrogantes generados por su aplicación teórica.

Esta opción, que implica ciertos supuestos teóricos sobre la realidad social concreta, no se sujeta a criterios exclusivamente lógico-metodológicos o empíricos como el "cientificismo" lo quisiera, sino a una elección entre un conjunto posible de explicaciones que pretenden tomar cuenta de lo "real". Lo que significa, a decir de Verón (1977), no

negar la posibilidad de la objetividad sino "definir las condiciones pragmáticas del ejercicio de la norma de la objetividad". (p. 181).

Desde esa perspectiva el concepto se conformará en categoría adquiriendo su sentido operacional solo en cuanto participe de una teoría que le de significado y no como resultado de una manipulación metodológica ecléctica.

3.2 La "cultura popular" como categoría manifiesta

Identificar a la "cultura popular" como al conjunto de manifestaciones (materiales o no) vinculadas a los sectores subalternos, es decir, dependientes de quienes controlan las condiciones de producción*, es enfrentarnos — como ya lo expresara Gramsci — con un "aglomerado indigesto de fragmentos".** En otras palabras, la multiplicidad de formas y contextos en la que se puede manifestar la "cultura popular" sobrepasa los universos nominales y obliga a considerar la categoría en abierto. No obstante esto y los diversos problemas teóricos que de ello se desprenden, algunos aportes han permitido avanzar las discusiones y presentar alternativas de operacionalización.

Entre estos aportes parece no haber dudas en señalar a Gramsci como el primero en introducir al debate la problemática de lo "popular" por oposición a lo manifestado por las clases dominantes dentro de un sistema de hegemonía de clase. Así al ubicarse lo "popular" dentro de la cultura éste permitió pensar que su producción simbólica debía poseer rasgos distintivos y una lógica contrapuesta, según las palabras del propio Gramsci, a la de la "sociedad oficial". (en González Sánchez, 1983: 13).

La idea de contraposición fue trabajada también por Cirese (Intellettualli, Folklore, Instinto di classe, Torino, 1976) al postular que a la diversidad de la condición social le correspondía una diversidad cultural y orientó la discusión para considerar la desigual participación de los diversos sectores en la producción, administración y goce de los bienes culturales.

Estas ideas propias del enfoque materialista pueden pensarse sin mayores inkomodos, donde surgen los problemas es cuando se

(*) Preferimos utilizar el concepto de "control de los medios de producción" y no la "pose", puesto como se observa en la categoría de pequeños productores en sistemas de producción integrados, por ejemplo, la relación los ubica como meros asalariados.

(**) Utilizado por Gramsci en la obra *Literatura y vida nacional*. La noción es trabajada también por Antonio A. Arantes en *O que é cultura popular* (1986).

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISO...

considera que ciertos elementos culturales son de naturaleza "transclasista" (sea por apropiación o no) o que las relaciones de producción, dominación, contraposición, resistencia o adaptación trascienden las oposiciones de clases y se operan internamente tanto en lo hegemónico como en lo subalterno.

A nuestro entender la naturaleza armónica y por su vez conflictiva de las manifestaciones culturales en la sociedad de clases encuentra su respuesta teórica en la propia lógica dialéctica que la concibe a partir de la coexistencia de los contrarios en sus formas de interpenetración. Es decir, en tanto se conciba a la cultura "envolvente" (capitalista) como de naturaleza contradictoria, no puede esperarse que en su sistema se generen manifestaciones pasibles de ser comprendidas intrauterinamente, sino en función de las relaciones con el todo, lo que incluye, desde esa perspectiva teórica, la oposición y la contradicción.

La noción de manifestaciones transclasistas, por ejemplo, llevó a González Sánchez a crear la categoría de "frentes culturales" para "pensar y analizar los espacios donde se producen y reproducen o desestructuran las identidades, es decir, aquellas áreas de lo social en donde culturas "desniveladas" se encuentran y se reconocen en estructuras de significantes similares, pero cada clase, sin embargo, a su modo". (1983: 28)

Por otra parte, y en trabajos anteriores, nuestra propuesta se orientaba a tratar la masa poco diferenciado de lo "popular" — en cuanto oposición al orden hegemónico — a través de la búsqueda de la lógica alternativa al orden vigente. Esto es, de aquellas manifestaciones que por su propia naturaleza de oposición se presentaban como cuestionadoras y superadoras del orden dado. En ese sentido se creía posible operacionalizar la categoría (nominada "realizaciones culturales no integradas") a través de la procura de los opuestos a los universales del sistema lógico de relaciones sociales capitalistas, considerándose como universales los siguientes:

- a) Mercantilización de las relaciones, personas y cosas;
- b) procura de máximo lucro; y
- c) valorización capitalista como ley natural.

Desde esta perspectiva, por ejemplo, creemos que el trabajo de Mendras (1978) brinda un valioso aporte al mostrar como los sectores rurales tienen su propia lógica de conducción en la cual las relaciones sociales y económicas no pueden pensarse sólo en términos capitalistas. (Cimadevilla, trabajos anteriores, 1986a y b).

En síntesis y como bien lo expresara González Sánchez al analizar la perspectiva Gramsciana, lo "popular" precisa analizarse en nuestro contexto como un fenómeno clasista, relacional e histórico, por tanto en continua transformación y construcción. "Contra lo romántico — explícita este autor —: lo popular no es una esencia, sino un hecho social. Contra los eruditos: lo popular no se comprende como una sustancia, sino como un hecho relacional e históricamente producido. Contra los populistas: lo popular no se define por su origen, sino por su uso y refuncionalización". (1983: 18) Y contra los nominalistas — agregaríamos nosotros — lo popular no se identifica por su coherencia o sistematicidad, sino por su desarticulación necesaria en la procura de la sobrevivencia.

4. Condiciones y condicionamientos para el "Nuevo Paradigma Extensionista"

En la primera parte del trabajo nos preguntábamos sobre cuál es el margen de viabilidad del "nuevo paradigma extensionista". Para responder esta pregunta y considerando en primer lugar esa propuesta, creemos que el problema debe pensarse en términos de las relaciones contextuales que envuelven al sistema.

Este punto es esencial para entender el comportamiento hoy cuestionado, pues éste tal vez sólo sea el resultado de determinadas correspondencias lógicas (lo que explica aunque no necesariamente justifica). Esto es, si la lógica del sistema capitalista se constituye y dinamiza a través de:

- a) La procura de una maximización del lucro;
- b) en la cual la producción y reproducción del capital es el motor social; y
- c) donde la sociedad es conflictiva y contradictoria (de intereses diferenciados y contrapuestos);

difícilmente podamos esperar que sus instituciones — creadas y legitimadas por correspondencia — la contrapongan hasta su extremo opuesto.

Si esto es así, no sería el modo de actuar de la institución lo que debería cuestionarse sino, en última instancia, el contexto que determina su existencia, la concepción que permitió su creación y fines, y la lógica social que la estimuló. Por tanto, si la actividad extensionista facilitó la acumulación de capital y la sobreposición de ciertos sectores e

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISO...

intereses sobre otros, ello es el resultado natural y correspondiente a su función dentro de un contexto dado.

Ahora, como bien sintetiza Callau, "... la extensión como un todo no podría modificar su "modus faciendi" y su concepción, (...) porque si así lo hiciese destruiría su propio esqueleto ideológico; sería como pedirle que trabajase en pro de su propia desaparición..." (1986: 06) Por tanto y entendiendo que sustantivamente es una actividad nacida y desarrollada en función de un proyecto político-ideológico (como sistema que delinea y justifica un determinado modelo de relaciones sociales, en este caso capitalista), deberíamos preguntarnos sobre los espacios de transformación que ese proyecto permitiría ocupar dentro de las coordenadas del sistema y como estrategia factible de ser operacionalizada en la actual coyuntura histórica.

Las limitaciones destacadas, entonces, se conforman en los condicionamientos presupuestos para la transformación. Condicionamientos estos que una vez conocidos permiten generar lo que denominaremos "condiciones" para la transición la "nuevo paradigma". Esta lectura, según nuestro entendimiento, está muy claramente colocada por Bressan, incluso apoyada en las afirmaciones del Presidente de EMBRATER, Romeu Padilha de Figueiredo. Según Bressan el "nuevo paradigma" precisa de dos condiciones primarias:

1) Un compromiso social y político como opción de clase; y por correspondencia necesaria,

2) la movilización y apoyo de los sectores interesados para una acción conjunta de superación de — lo que él llama — "las resistencias impuestas por los intereses históricamente establecidos". (1987: 02)

Si en esta línea de pensamiento consideramos como destinatarios del compromiso a los sectores rurales subalternos (como el propio Bressan los concibe: pequeños productores, trabajadores rurales y sin tierra) y pensamos que su apoyo a un "nuevo paradigma" depende de una crisis sobre las situaciones anteriores, situaciones que históricamente éstos sectores viven a través de relaciones de subordinación y sobrevivencia, no habrá dudas acerca de su opción. Por lo que restará preguntarnos si es que el sector extensionista tiene condiciones o desea asumir ese compromiso?

Todo compromiso político-social, a nuestro entender, se basa en cierto grado de conciencia sobre las relaciones sociales y los papeles a desempeñar, si esto no fuese así, la ingenuidad acabaría — de hecho — desestructurando cualquier intento de participación organizada. A

ese respecto la clase profesional extensionista se enfrenta con varios problemas histórico-estructurales. Primero — y en términos generales —, el hecho de que sus integrantes pertenecen a un sector que, si bien no en todos los casos, es dominante y o comparte prerrogativas de la clase dominante tales como la posibilidad de acceder a estudios superiores, compartir y vivenciar la lógica de reproducción de la cultura envolvente a través del grupo familiar, los medios de difusión masiva, las instituciones como aparatos ideológicos del Estado, etc. Y, en segundo lugar, el hecho de situarse en una coyuntura histórica que sistemáticamente desestimuló, a través de mecanismos dirigidos por la clase dominante, la práctica política, el derecho al cuestionamiento y la divergencia ideológica.

Pensado así y porque las grandes mudanzas (como lo implica pasar de un modelo de acción a otro) no se hacen por "decreto" sino por una acción organizada y conciente, es que el "nuevo paradigma" precisaría de ciertos estímulos institucionales (las discusiones para la conformación de las "Casas de Agricultura" son un buen espacio para ello), profesionales (en cuanto compromiso gremial), sociales (discusiones a través de la opinión pública y sectores involucrados) y principalmente una actualización crítica de los órganos responsables de la formación superior. Esto es, que las universidades opten por un modelo crítico y cuestionador del modelo social en el que están insertas y donde la lógica de la cultura subalterna se muestre como el resultado de la relación de ésta con la cultura dominante y no simplemente como un desnivel de la cultura como un todo (hegemónico).

Ello es posible, creemos, en cuanto el propio carácter contrapuesto de las relaciones sociales capitalistas genera, aun hasta en los aparentemente "estáticos" aparatos ideológicos del Estado, continuos espacios de confronto y, como lo señaláramos anteriormente, la coexistencia de los contrarios.

Si podemos avanzar, entonces, desde esos vértices, algunos espacios podrán ser ocupados en virtud de trascender el "viejo" modelo extensionista a través de una práctica social concientemente adoptada.

5. Algunas consideraciones finales

Como se ha intentado colocar, el "repensar" extensionista hacia un "nuevo paradigma" tiene antecedentes históricos que se unen, en definitiva, a los esfuerzos por mudar el actual modelo de relaciones sociales capitalistas.

CULTURA POPULAR: VERTICE DEL COMPROMISO...

El "repensar" y lo "popular" son — a decir de González Sánchez — desde esta perspectiva, "más que un paradigma, un pretexto para iniciar el análisis de las formas conflictivas (y armónicas) en que las clases sociales de una determinada sociedad se relacionan desde el punto de vista de la construcción social de sentidos". (1983: 28)

Transferir y utilizar la categoría de "cultura popular" en el "repensar" extensionista para designar las manifestaciones sociales subalternas del medio rural es reconocer su carácter clasista, relacional e histórico, por tanto, en construcción y continua transformación.

Dirigir el pensamiento y la acción en favor de los sectores subalternos implica, por otra parte, desde el contexto socio-político como un todo, asumir un compromiso político-ideológico, cuestionar un modelo de relaciones sociales y reconocer la capacidad de los sujetos subalternos como artífices de su transformación. Comprender también, que lo "popular" en cuanto manifestación subalterna tiene sentido en su vinculación a la cultura hegemónica. Relaciones éstas para las cuales la lectura materialista y la lógica dialéctica facilitan los elementos teóricos y metodológicos que interpretan los conflictos, las desarticulaciones y la interpenetración de los contrarios.

Transferir el concepto y asumir el compromiso es, en síntesis, un esfuerzo por comprender la subalternidad y desde ella lo hegemónico para superar, entonces y conjuntamente, las relaciones de sumisión y subsistencia. La viabilidad de ello descansa, como históricamente se ha comprobado, en el esfuerzo comprometido de los actores sociales que conciben a la realidad como un producto inacabado de las relaciones sociales entre los hombres.

BIBLIOGRAFIA

- ARANTES, Antonio A.: **O que é cultura popular**, São Paulo, Brasiliense, 1986.
- BEISIGEL, Celso de Rui: **Ensino Público e Educação Popular**, en **Perspectivas e Dilemas da Educação Popular**, (Vanilda Paiva Organ), Río de Janeiro, Graal, 1984.
- BRESSAN, Suimar: **Os compromissos da nova extensão rural**, en **Campo & Lavoura**, suplemento del diario **Zero Hora**, Porto Alegre, RS, 22-05-87, p. 2.

- CALLAU, Angelo Bras Fernandez: **Movimientos sociais de pescadores em Pernambuco (1920-1983)**, UFSM, CPGER, Dissertação de Mestrado, Santa Maria, RS, 1986.
- CANUTO, João: **Capital, tecnologia na agricultura e o discurso da EMBRATER**, UFSM, CPGER, Dissertação de Mestrado, Santa Maria, RS, 1984.
- CIMADEVILLA, Gustavo: **Extensión rural y cultura popular: notas para delimitar el problema**, Disciplina de Extensão Rural, CPGER, UFSM, Santa Maria, RS, 1986a. Mecan.
- _____ **Observación Haurística: un ejercicio de campo sobre realizaciones culturales no integradas**, Disciplina de Extensão Rural, CPGER, UFSM, Santa Maria, RS, 1986b. Mecan.
- FAVERO, Osmar: **Cultura popular, educação popular: memoria dos anos 60**, (Organ.), Rio de Janeiro, Graal, 1983.
- FONSECA, Maria Teresa Lousa da: **A Extensão Rural no Brasil, um projeto educativo para o capital**, São Paulo, Loyola, 1985.
- GONZALEZ SANCHEZ, Jorge A.: **Cultura(s) popular(es) hoy**, en *Revista Comunicación y Cultura*, Nº 10, México, agosto 1983.
- GRAMSCI, Antonio: **Literatura e vida nacional**, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.
- MENDRAS, Henri: **Sociedades Camponesas**, Rio de Janeiro, Zahar, 1978.
- PINTO, João Bosco: **Reflexões sobre as Estratégias Educativas do Estado e a Prática da Educação Popular**, en *Perspectivas e Dilemas da Educação Popular*, RJ, Graal, 1984. Paiva (Org.).
- VERON, Eliseo: **Ideologia, estrutura, comunicação**, São Paulo, Cultrix, 1977.

TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO EM CLASSE: A AULA EXPOSITIVA E O SEMINÁRIO*

João Baptista de ALMEIDA JUNIOR
(Professor do IAC/PUCCAMP)

Introdução

Gostaria, inicialmente, de retomar um dos objetivos deste Simpósio para precisar alguns dados que foram apresentados nos debates anteriores e poder levantar novas questões (e algumas respostas) em direção à temática da sessão de hoje: "Transmissão de conhecimento em classe: A aula expositiva e o seminário".

Trata-se da necessidade de se delinear as especificidades de uma Pedagogia da Comunicação.

Antes, um parêntese.

Da Filosofia, aprendemos que para compreender algo que parece óbvio é preciso admirar esse óbvio, é preciso falar do óbvio, é preciso estranhá-lo para distanciar-se dele e, nesse momento, poder compreendê-lo melhor.

E falar da especificidade de uma Pedagogia da Comunicação é falar de um óbvio mas de um óbvio essencial.

(*) Artigo resultante da participação do autor no 1º Simpósio Brasileiro de Pedagogia da Comunicação, por ocasião do 10º Congresso INTERCOM, setembro de 1987, Campinas, IAC/PUCCAMP.

TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO EM CLASSE:...

A apresentação desse objetivo pressupõe que haja uma ou mais especificidades de uma Pedagogia da Comunicação.

Quais seriam? Haveria uma Pedagogia especial da Comunicação?

Essas questões, à primeira vista distantes e genéricas, embora pareçam introduzir uma discussão estéril, são fundamentais para a dinâmica de sala de aula.

Elas formam o pano de fundo, o quadro crítico que delimita a ação pedagógica e comunicativa entre professor e aluno.

Sem resposta à questão da especificidade da Comunicação e da Pedagogia da Comunicação, o estéril e dispensável são as indicações de métodos de ensino e de maneiras de atuar docentes que se reduzem a receitas ineficazes.

Teremos a terapêutica metodológica mas não conheceremos a patologia pedagógica.

Teremos os remédios didáticos mas não detectaremos a falta de saúde para a aprendizagem.

A Especificidade da Pedagogia da Comunicação

Autores como Georges Gusdorf, Martin Buber, Newton Aquiles Von Zuben, Moacir Gadotti, Paulo Freire, alguns inclusive presentes a este Congresso (José Marques de Melo, Anamaria Fadul...) já abordaram o assunto em suas obras fornecendo elementos conceituais para a definição dessa especificidade.

Uma rápida retrospectiva desses principais conceitos nos orientarão para uma resposta convergente.

A Comunicação é conceituada como **encontro, intersubjetividade, troca de informações, expressão existencial, conflito, diálogo.**

A Educação, do mesmo modo, é compreendida como **encontro, intersubjetividade, troca de informações, confronto, conflito e diálogo.**

Mais que uma simetria ou paralelismo é de uma mesma essência que estamos tratando.

Em todos esses termos transparece a instância de diá – logos (no sentido grego): de razão através, de inteligências se atravessando, idéia

TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO EM CLASSE:...

de inter-racionalidade, de confluência intelectual; e não de troca mecânica de informações ou simples conversa sem finalidade.

Tanto na ação comunicativa quanto na ação educativa, o diálogo, visto como inter-racionalidade, é uma forma própria e privilegiada de associar pessoas a um interesse comum através do conversar, do debater, do perguntar e responder.

Mas o diálogo não consiste apenas na forma, no modo, na maneira de realizar a Comunicação e a Educação.

O diálogo não é apenas um método.

O diálogo é o conteúdo da forma de ser da Comunicação e da Educação.

Então, podemos afirmar sem medo de reducionismo que a especificidade da Pedagogia da Comunicação é o ser dialógico, a dialogicidade.

Aqui e agora, as questões se modificam:

Como trabalhar metodologicamente o diálogo nos cursos de Comunicação?

Como atualizar o espaço dialógico no departamento, na área, na disciplina e na sala de aula?

Como vivenciar o diálogo entre professor e aluno mediatizados pelo conteúdo?

O que se tem feito para instaurar esse espaço dialógico?

Que exemplos encontramos de trabalhos pedagógicos nessa direção?

Uma primeira resposta é que o espaço dialógico se desenvolve, cresce substancialmente enquanto conteúdo e praticamente enquanto método na ação interdisciplinar.

Com o diálogo interdisciplinar as inteligências humanas têm condições de elaborar os conceitos de homem, de cultura, de comunicação, de democracia, comuns às diversas disciplinas em interação no currículo.

Com o diálogo interdisciplinar as consciências educandas (educador incluso) tem possibilidade de construir um conhecimento genuíno, um saber original com as contribuições científicas das diversas matérias e com as experiências pessoais de leitura do mundo.

Construir um saber com sabor (de amizade à sabedoria), próximo à realidade existencial (sócio-político-cultural..), à cotidianidade, ao mundo das pessoas envolvidas.

Nesse sentido, a ação interdisciplinar é inviável pelo simples cotejo de conteúdos programáticos – fato corriqueiro em reuniões de planejamento de curso (quando são realizadas) em que os professores se preocupam com a justaposição de conteúdo.

Nestes casos, se há repetição de conteúdo, isto é, dois professores de disciplinas diferentes falando a mesma matéria, é porque o ensino se tornou mecânico, se reduziu à simples extensão de informações para captação e memorização do aluno.

Tal ensino não sendo dialógico, não desperta o engajamento do aluno no projeto de aprendizagem, não tem sabor.

De outro modo, o ensino dialógico requer a construção do saber por parte dos alunos para que haja aprendizagem significativa.

Nessa perspectiva, os professores participam como auxiliares na construção: perguntando e apontando as relações possíveis entre os dados, investigando a lógica dos fatos, buscando analisar os resultados e conseqüências, indicando as diferentes leituras, lembrando os pontos de vistas de outros autores e as contribuições específicas das demais disciplinas.

Agir interdisciplinarmente é INVADIR, com curiosidade mas respeito, com postura científica e competência, as fronteiras das outras disciplinas para dialogar com elas sobre o significado do homem que somos e do mundo que vivemos.

No seu livro **Interdisciplinaridade e Patologia do Saber**, Hilton Japiassu, depois de denunciar a repartição do saber nas diversas especialidades (os chamados feudos dos especialistas) como sendo a doença epistemológica do século, convida-nos a uma nova epistemologia.

Trata-se de uma epistemologia da complementariedade, ou melhor, da **Convergência de intercionalidades**: professores e alunos, concentrando-se em textos (comuns ou diversos) que tratam de uma temática cuja questão central, permeando o diálogo acadêmico e a construção do saber, é a reconciliação do ser humano consigo mesmo e com o mundo.

“Chegou o momento de uma nova epistemologia, que não seria mais somente uma reflexão sobre cada ciência em particular, separada do resto, e comprazendo-se com uma deleitação morosa sobre seu próprio discurso. Invertendo a marcha do pensamento, os sábios de nossa época devem renunciar a se confinarem em sua especialidade, para procurarem, em comum, a restauração das significações humanas do conhecimento.”¹

TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO EM CLASSE: ...

A exigência interdisciplinar, portanto, impõe a cada professor que transcenda sua especialidade, tomando consciência de seus próprios limites, e que acolha, pelo diálogo, as considerações das outras disciplinas e dos outros professores.

Aula Expositiva e Seminário

Depois dessa volta necessária, chegamos à temática da sessão de hoje: aula expositiva e seminário. Duas formas de transmissão de conhecimento, dois métodos de realização do diálogo e da interdisciplinaridade em sala de aula.

Gostaria de lembrar que esses métodos não são novos. Eles apresentam raízes históricas do tempo em que o diálogo foi inventado na Grécia do século V AC, praticamente nas ações pedagógicas de Platão e Aristóteles.

Platão, que fundou a célebre Academia, foi quem primeiro organizou o ensino com alunos regulares onde desenvolvia uma investigação sistemática do conhecimento.

Utilizando a maiêutica do mestre Sócrates, Platão estimulava os discípulos a partejar (pesquisar) todo conhecimento a respeito de um tema a partir da experiência pessoal, a fim de apresentá-lo e discuti-lo, cientificamente, com o grupo, através de diálogos.

Do mesmo modo o método de Seminário, que encontra paralelos na ação pedagógica da Academia, tem a finalidade de estimular o educando na pesquisa reflexiva, na análise sistemática de fatos e idéias, estruturando-se adequadamente para uma apresentação clara e científica à classe.

Por sua vez, Aristóteles criou outra escola denominada Liceu, centro de educação e de investigação, onde expunha seus conhecimentos com uma metodologia mais próxima da aula expositiva.

Dedicava as manhãs para dar cursos regulares a pequenos grupos de alunos selecionados (uma espécie de pós-graduação) e às tardes proferia conferências sobre temas gerais a um público maior e mais diversificado.

Aristóteles concebia o ensino sobretudo como uma apresentação oral a respeito de um tema logicamente estruturado.

Assim, além das investigações sistemáticas sobre temas específicos, o filósofo realizou estudos de Lógica (que tinha como fim a

organização do raciocínio) e de Retórica (que tinha como fim ensinar o possível) com intuito de otimizar o método expositivo de ensino.

A aula expositiva, do mesmo modo que o método aristotélico de ensino, possibilita a transmissão de informações, de experiências, de observações pessoais e de conhecimento, de forma sintética, logicamente estruturada, com continuidade seqüencial e com dispêndio mínimo de tempo.

Conclusão

Com efeito, tais métodos de transmissão de conhecimentos — aula expositiva e seminário — renderam resultados pedagógicos até um passado recente.

Hoje, com a proliferação de novos meios de comunicação e com mudanças radicais nos esquemas mentais de percepção e leitura do mundo (alguns falam em mutação), esses métodos devem ser tomados não exclusivamente mas no conjunto dos meios de informação para realizar o processo de ensino-aprendizagem.

A aplicação continuada e prolongada de um dos métodos não viabiliza o diálogo interdisciplinar. Ao contrário, leva ao enquistamento do aluno no método que, para sobrevivência acadêmica — passar de ano, volta-se para a aprendizagem mecânica de memorização e repetição, se o método é exclusivamente aula expositiva, ou, abandona-se na aprendizagem espontânea e superficial — no "achismo", se a forma é só seminário.

A aplicação alternada de métodos, a utilização de outros métodos complementares (estudo dirigido, dinâmicas de grupo, pesquisa bibliográfica ou de campo...) e a criação de novas formas de ensino, frente às solicitações dos alunos desse final de século, constituem caminhos que precisam ser percorridos, testados e aperfeiçoados para atualizar o diálogo interdisciplinar.

Assim, a discussão sobre a especificidade da Pedagogia da Comunicação, instaurada no seio do próprio grupo universitário protagonista do processo, inspirará a criação de novos métodos e contribuirá para a adaptação, aperfeiçoamento e modernização de métodos, historicamente reconhecidos, como a **aula expositiva** e o **seminário**.

Uma experiência de ensino e aprendizagem na disciplina de Filosofia nas 1^o séries do Curso de Comunicação Social

Tem-se notado, nas últimas décadas, uma significativa modificação na qualidade intelectual (alguns falam em mutação), no comportamento e nas reações frente ao método tradicional de aula expositiva por parte dos estudantes que ingressam no curso superior.

As razões históricas e sociais são sobejamente conhecidas e não nos ocuparemos delas aqui por não ser este o objetivo deste relato. Outros foros de debate deste Congresso vêem contemplando essas causas com o rigor e profundidade necessárias.

Cabe sim, aqui, partir de uma constatação inicial (os novos universitários se comportam estranhamente ante a aula expositiva) e apresentar caminhos de superação desse problema.

Colocamos então objetivamente três questões:

1. A aula expositiva é um método inadequado às vicissitudes dos tempos atuais?
2. Qual ou quais as funções da aula expositiva?
3. Como recuperar o valor da aula expositiva?

À primeira questão responde-se imediatamente pela negativa, aceitando e contrapondo um dado da realidade acadêmica: vemos e ouvimos colegas e alunos, no cotidiano universitário, testemunharem com satisfação a ocorrência desta ou daquela aula expositiva, magnífica, lacônica que marcou-os intelectualmente.

Com efeito, a aula expositiva pode ser um método adequado à atualidade acadêmica desde que cumpra sua função. E podemos falar em função da aula expositiva porque enquanto método, enquanto canal de comunicação, a aula expositiva se caracteriza por uma funcionalidade instrumental.

A resposta à segunda questão: "qual ou quais as funções da AE?" requer uma outra constatação a partir do social que traz efeitos no âmbito acadêmico e universitário.

O desenvolvimento dos meios de comunicação e a abundância crescente de textos especializados nas diversas matérias veiculadas por esses meios levam à universidade estudantes com bagagem maior de informações. Quantidade e diversidade de informações que não implica necessariamente em qualidade.

TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO EM CLASSE: ...

Esses novos alunos, irriquiotos, informais, argumentadores, esperam encontrar no curso superior algo de novo no que concerne ao ensino: professores que sejam sumidades nos respectivos assuntos e métodos de ensino revolucionários, compatíveis com o vertiginoso progresso da era em que vivemos.

Eis porque grande parte desses estudantes se decepciona ao encontrar professores normais que lhes transmitem os conhecimentos expressos nos livros textos que eles próprios possuem, por meio de aulas expositivas que, salvo pelo uso de alguns recursos audio-visuais hoje disponíveis, não diferem daquelas que seus pais e seus avós tiveram quando estudantes.

Há sem dúvida, como já citamos anteriormente, professores que conseguem preparar aulas interessantes e polêmicas com discussão de problemas pouco comuns. Mas, também esses professores não conseguem, em certas disciplinas ou capítulos da matéria, evitar que a aula expositiva se torne maçante e cansativa para uma classe jovem e dinâmica que quer participar da elaboração do saber e não simplesmente aceitar de modo passivo.

Os estudantes querem interagir com os professores visando modificar os métodos de ensino.

Na impossibilidade de participar, reagem com indisciplina, ausência, indiferença e até desonestidade (cola).

Retomando assim a segunda questão — qual ou quais as funções da AE? — podemos responder, **com os alunos** que a função da aula expositiva, como se acreditava antigamente, não é expor o conteúdo que eles podem encontrar melhor disposto nos livros ou em outros meios. Agindo assim, o professor repetidor compete com esses meios e quase sempre perde porque não tem muito a acrescentar além da matéria já vista.

Para fugir do ensino repetitivo do livro, que leva o aluno a se acomodar, o professor deve na aula expositiva tratar de questões que balizem o estudo do livro-texto, que esclareçam e orientem a leitura em direção a um empenho individual ou grupal dos alunos.

O aluno espera da aula expositiva orientação para o estudo, esclarecimento de conceitos específicos e de vocabulário, contextualização dos autores ou dos temas em debate, em suma, resolver de REVOLVER, DEMOVER as dificuldades e obstáculos para o estudo individual.

Há, portanto, uma disponibilidade e receptividade positivas do aluno à aula expositiva funcional, objetiva, logicamente bem estruturada.

TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO EM CLASSE: ...

O consenso é que uma aula expositiva sem clareza de objetivos e de tópicos, sem pesquisa e estudo anteriores (sem preparo do professor) e sem um mínimo de capacidade de expressão por parte do expositor não tem nenhum valor pedagógico — na terminologia dos próprios alunos é 'enchimento de lingüiça'.

Se o problema não é o método em si mas o professor expositor e os seus alunos receptores, a solução do problema aparece como um desafio: recuperar o valor da aula expositiva junto com os alunos.

Foi esse desafio que assumimos, professor e classes, numa experiência de ensino de Filosofia nas 1ª séries do curso de Comunicação Social da PUCAMP.

Inicialmente, professor e classes encontraram-se numa crise de desmotivação e esgotamento metodológico. Depois de uma pausa para avaliação, verificou-se que a rotina de aula expositiva não atendia as expectativas de ambos, de que estava cansando a classe desacostumada à leitura, audição e reflexão de textos filosóficos, o que concorria para uma não participação e até mesmo ausência dos alunos.

Os alunos percebiam mas não sabiam precisar onde estava o problema e qual função queriam da aula expositiva. O professor também não pensava em descartar-se do método que facilitava o cumprimento do programa e da tarefa de ser professor horista com uma carga razoável de aulas e classes numerosas.

Sugerido pelo professor e aceito pelos alunos, o caminho para revitalizar a AE foi buscar a alternância e a complementação de outros métodos. O que vem corroborar o diagnóstico de que a exclusividade da exposição não é produtiva e pode resultar na saturação da classe.

A saída foi dosar, homeopaticamente, AE acompanhada de métodos e recursos auxiliares.

Com a tomada de resolução, classe e professor estabeleceram o seguinte:

a) — Considerando a problemática comum da maioria dos alunos de não ter muito tempo para leitura em casa, resolveu-se que o tempo de aula (90 minutos no noturno e 100 minutos no matutino) seria um tempo de estudo e de trabalho. A frase "tempo de aula é tempo de estudo" transformou-se num **slogan**, numa norma aceita coletivamente que justificava outras exigências.

b) — A freqüência às aulas começou a ser entendida não como imposição, tanto que havia flexibilidade em alguns casos, mas como um

indicador visível, uma variável controlada pelo professor da performance do aluno em classe.

A obrigatoriedade, ou melhor, a exigência de freqüência foi aceita sem problemas como condição 'sine qua non' para o aluno se envolver no estudo.

Os próprios alunos argumentavam a favor da freqüência com a seguinte analogia: se um trabalhador (aluno) não vem trabalhar (estudar) não é justo que receba salário (nota) do mesmo modo que os colegas sempre presentes.

c) — Outra exigência colocada pela classe foi a de pontualidade dos colegas no início da aula. Por dois motivos: primeiro, decorrente da concepção de justiça da classe, quem chega atrasado está perdendo um tempo de estudo (trabalho) que, embora no caso da aula possa ser recuperado, acarreta prejuízos aos colegas, o que não é justo; segundo, de caráter disciplinar, quem chega atrasado, por mais discreto que seja, quebra o clima de atenção da classe e o ritmo do tempo de estudo já instaurado.

Pois bem, as aulas consistiam no seguinte:

O professor expunha oralmente (de 15 a 20 minutos) uma síntese do capítulo a ser estudado, com o auxílio de um quadro sinóptico transcrito na lousa no início de aula.

O professor entregava, mimeografada, uma lista de questões sobre o capítulo do livro texto aos grupos de até 4 componentes. As questões apenas orientavam a leitura tentando levantar os tópicos principais para a compreensão do texto.

Nessa técnica de estudo dirigido, os componentes dos grupos são mantidos durante todo o semestre letivo. O que facilita o entrosamento da equipe e a avaliação do professor.

Na aula seguinte, os pequenos grupos tinham mais um tempo para completar a leitura, após o qual formava-se um grande grupo para debate e apresentação de dificuldades. Na terceira aula, o professor retomava os pontos de discussão e dificuldades através de uma aula expositiva, preparando a classe para o estudo do próximo capítulo.

No início da experiência, apesar dos próprios alunos terem escolhido o processo, eles não entendiam bem a proposta de estudo na presença do professor e encaravam o estudo dirigido como uma tarefa a mais que deviam cumprir para obter nota.

TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO EM CLASSE: ...

Eram comuns indagações como: quanto vale cada pergunta? É preciso responder com as palavras do livro? Quantas linhas bastam para a resposta da questão x?

A explicação para essas dificuldades de entendimento da proposta de estudo, avaliada pelos próprios alunos, foi que outros professores aplicavam o mesmo método de estudo dirigido para dar pontos que somados compunham uma nota semestral:

Outra desculpa discente para o não engajamento era a falta de hábito de estudar em grupo ou na classe. Alguns alunos inclusive, imaginando que a metodologia fosse semelhante a de outros professores que davam nota, pediam para fazer em casa (para preparar melhor) e entregar na outra aula.

Outro problema de ordem técnica eram as classes numerosas (de 60 a 90 alunos) e salas inadequadas para trabalhos de dinâmica de grupo.

Não obstante as dificuldades, insistimos no processo e os resultados positivos não tardaram a chegar.

Gradativamente os alunos passaram a compreender a proposta e a aproveitar o tempo para acelerar o estudo. Não queriam perder tempo. Escolhiam melhor os companheiros de grupo. Eram mais pontuais na entrada de aula para não perderem a explanação inicial do professor e as orientações. Traziam regularmente o material didático: livro-texto, texto roteiro de leitura e até dicionário.

Os alunos se concentravam mais nas questões do capítulo e do texto-roteiro evitando comentários sobre outros assuntos que dispersassem a atenção. Isto não significava que não fizessem conexões do assunto tratado com situações reais e atuais, mostrando além da compreensão do tema a extrapolação para outros setores de análise.

O murmúrio de muitas vozes juntas que perturbava o trabalho de reflexão foi adequando-se espontaneamente a um nível tolerável e às vezes até imperceptível. As reclamações surgiam com o barulho do pátio externo e da cantina (colegas sem aula, jogo de truco...).

Dada a liberdade de locomoção do professor entre os alunos, a relação educador-educando se estreitou bastante, permitindo ao professor acompanhar o progresso e detectar as dificuldades técnicas e intelectuais dos alunos.

Nesse contato direto com os grupos eram observados os problemas de intelecção mais comuns. Nesse ponto, o professor intervinha

TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO EM CLASSE: ...

com uma exposição, após entender como necessário o esclarecimento para a continuidade do trabalho.

Um fato notável foi observado: a valorização das aulas expositivas — a inicial que orientava o estudo dirigido e a ocasional ou terminal que retomava as dificuldades e reorientava o estudo.

Os alunos começaram a perceber que nas aulas expositivas contavam com os esclarecimentos de suas dúvidas e as orientações ("dicas") para uma aprendizagem significativa.

A AE passou a ser uma forma de provocar idéias e resolver problemas.

A classe se apresentava como uma assembléia atenta. Os problemas de indisciplina desapareceram totalmente dando margem ao nascimento de uma camaradagem entre alunos e professor.

O professor, como não poderia deixar de acontecer, preparava as aulas e o material didático de suporte (textos-roteiros, quadros sinóticos e transparências de retroprojeter...) com maior interesse, motivado com os resultados positivos da classe.

O método de avaliação também se amoldou à metodologia. Um dos critérios de avaliação passou a ser o comprometimento do aluno com o processo ao longo do semestre. Além das provas tradicionais, individuais e em grupo, os relatórios dos estudos em classe valiam como indicadores de freqüência e participação.

BIBLIOGRAFIA

(1) JAPIASSU Hilton, Interdisciplinaridade e Patologia do Saber. Pág. 15.

NOTAS PARA A HISTÓRIA DA IMPRENSA NO BRASIL

João RIBEIRO JÚNIOR
(Professor do IAC/PUCCAMP)

No Brasil colonial, apesar da Carta Régia de 6 de julho de 1747, que proibia "que no Brasil se imprimissem livros, obras ou papéis avulsos, sob pena de serem os infratores enviados presos para o Reino à Ordem do Conselho Ultramarino", a ação auxiliar da imprensa, para a liberdade do cidadão e a independência do país, foi de grande destaque. Os estudantes brasileiros na Europa fizeram mais pela imprensa, em geral panfletária, que o conjunto dos esforços totais, armados ou não, dos residentes no Brasil.

Além dos efeitos morais imediatos que enfraqueciam a olhos vistos, naqueles tempos, a Metrópole e sua política colonial, e punham em xeque seus interesses, analisando seus processos, havia os efeitos maiores no Brasil, onde na carga de todas as caravelas existiam sempre um ou mais volumes disfarçados, dissimulados, que continham os produtos da imprensa. Sua expansão no interior, feita através de mil dificuldades, era sempre eficiente.

Jornais coloniais e do primeiro reinado fizeram não só a campanha da Independência, como a primeira campanha constitucional. O **Reverbero**, no Rio de Janeiro e o **Constitucional Mineiro**, em Pouso Alegre, entre outros, destacaram-se nas duas grandes questões. O segundo, criado e mantido por José Bento Pereira de Mello, publicou, quando ainda

inédito, o primeiro projeto de Constituição para o Brasil, da autoria daquele homem público.

No segundo reinado, desde a maioridade, a imprensa ocupou a primeira linha nas lides políticas de organização, manutenção e queda dos diversos governos e dos diversos critérios governamentais.

Imprensa: trincheira, tribuna e púlpito

Nesses tempos, e até o advento da República, a imprensa não foi apenas a instituição liberal mais respeitável e respeitada pelos governos; partidária ou não, era a trincheira, a tribuna, o púlpito, onde cada homem ou cada grupo de homens combatia, ilustrava, explicava com opinião própria o que entendia ser a verdade, o que pretendia fosse o bem público, doutrinando, sem pagamento e sem ambições ou interesses pessoais, sobre as próprias e as idéias alheias.

O jornalista desta época não queria aproximações com o poder público, e também não lisonjeava as massas. A sua atitude era sempre uniforme, independente, irretratável.

A imprensa venal e infamante nasceu no Segundo Império. Pedro II vaticinava de seu trono "uma nova época entre nós", enquanto que a oligarquia rural, através do processo político tentava estruturar um sistema de relações sociais que irá lhe permitir impor ao conjunto da sociedade um modo de produção próprio ou pelo menos tentar estabelecer alianças ou subordinar os demais grupos ou classes com o fim de desenvolver uma forma econômica compatível com seus interesses e objetivos.

Romão José Ribeiro foi o primeiro indivíduo no Brasil incumbido de difamar ou caluniar os homens do seu meio, através da imprensa. Recebia dinheiro para isso; assinava as publicações próprias ou mandadas escrever por anônimos, e se responsabilizava por elas. Eram publicadas na secção livre do **Jornal do Comércio**. Romão foi condenado várias vezes, mas assim que saía da prisão, voltava a escrever. E teve até discípulos, e a língua se enriqueceu de mais um termo: "romão, s. c. m. Indivíduo que recebe dinheiro para infamar alguém pela imprensa", segundo o velho **Dicionário de Moraes e Silva**. É de se notar que o **Novo Dicionário Aurélio** não contemplou a palavra, mas registrou "romãozinho", s. m. bras. pop. com o significado de **Diabo**.

Outro jornalista chantagista e difamador foi Apulcro de Castro, que em seu jornal atacava a honra da generalidade dos homens e das

famílias, que não atendiam as suas solicitações. Até que um dia, tendo difamado alguns oficiais do Exército, estes assassinaram-no em pleno centro do Rio de Janeiro.

Nos jornais do Segundo Império, os oposicionistas de todos os matizes, os neutros em política e os prejudicados por qualquer ato de origem governamental, diariamente chamavam para o tapete das discussões os governos e seus agentes de todas as categorias.

No mesmo parlamento e nos mesmos jornais, os governantes produziam suas defesas e só não saíam triunfantes da campanha pública, quando erravam de fato, e isso por um critério de doutrina, uma falsa interpretação ou um engano de apreciação, nunca pela mentira, pelo interesse pessoal ou pelo cinismo impudico da velhacaria e da astúcia.

Objetivo das campanhas

São memoráveis certos discursos parlamentares daquele tempo, como são também algumas campanhas jornalísticas. Neles cuidava-se de defender sempre um homem ou um ato públicos.

A célebre acusação chamada das "Popelinas", levantada no Senado por Silveira da Motta contra o Barão de Cotegipe; a questão chamada dos "Loyos", contra o Conselheiro João Alfredo, são tipos clássicos de defesas parlamentares, que se espalharam pelos jornais.

Na campanha abolicionista, o Conselheiro Paulino José Soares de Souza foi vivamente atacado pela imprensa, que atribuía a sua resistência política à grande idéia de liberdade incondicional aos escravos, a interesses subalternos próprios e de sua família. Pouco depois era a vez do Conselheiro Antonio Moreira de Barros, atacado pelos mesmos motivos e pelas mesmas razões. A defesa do primeiro foi feita pelos jornais conservadores e a do segundo, pelos liberais. Nesta última, entricheirara-se do lado oposto, José Bonifácio, o Moço.

Nesse tempo, às acusações opunham-se as defesas humanas, jurídicas, sociais e verídicas; não havia de parte a parte uso de "lama" como arma e nem desnivelamento do meio moral e degradação das individualidades, típicos do jornalismo "marron".

Quer na imprensa, quer na tribuna parlamentar alguém acusava (e o regime era de plena responsabilidade e de dependência à opinião pública), o indiciado, por si ou pelos seus amigos, correligionários ou familiares, produzia a justificação do ato malsinado, defendia suas intenções, que

exibia claramente e projetava toda luz necessária ao conhecimento completo da causa, provando, às vezes, a inverdade do alegado ou defendendo a idéia, o interesse público ou sua orientação, no caso emergente.

Era tão séria e de conseqüências tão limpas, uma campanha política, naquele tempo, que um dos mais eficientes administradores da época, o Conselheiro Francisco Ferreira Nobre, sempre reconduzido à presidência da Câmara Municipal da Côrte, — vinha pelo **Jornal do Commercio**, com um pseudônimo sempre novo, atacar sua própria administração e sua pessoa, para poder depois, dentro de suas competências naturais e funcionais, fazer a própria defesa.

A propaganda republicana fez-se em sua quase totalidade na imprensa. Com a máxima liberdade de expressão do pensamento, os jornais republicanos atacavam as instituições, os governos, os estadistas, os funcionários públicos de qualquer categoria.

A República vê surgir o jornalismo bajulatório

Sempre sob o regime da responsabilidade legal, esses jornais e jornalistas republicanos prestaram, desde 1870 até 15 de novembro de 1889, os melhores e eficazes serviços à democracia brasileira. Não eram exclusivamente os arautos da República; eram os defensores das liberdades públicas e do espírito democrático da Nação; eram os advogados gratuitos de todas as causas do povo, defendendo os humildes contra os poderosos.

A imprensa brasileira transformou-se por completo na República. Durante os primeiros anos republicanos seu trabalho foi bajulatório. A imprensa monárquica desaparecera na República pela adesão ou pelo empastelamento.

Em São Paulo, os jornais conservadores aderiram à República, como o **Correio Paulistano** a 17 de novembro, ou foram inutilizados pelo povo, como **A Sentinela da Monarquia**. Os liberais tiveram a sorte do **Liberal Paulista**, desaparecendo todos.

O **Jornal do Commercio** do Rio de Janeiro, mantendo as tradições conservadoras, que formara através da imagem do **The Times** de Londres, sempre discreto, honesto e acreditado, continuava solenemente a sua rota. Só após a retirada do jornalista José Carlos Rodrigues é que o velho órgão da imprensa carioca irá ser atingido pela novidade republicana. O **Paiz**, jornal de Quintino Bocáfuva, acompanhando Quintino ministro, enrolava a bandeira de Bocáfuva, príncipe dos jornalistas, fazendo a velada

NOTAS PARA A HISTÓRIA DA IMPRENSA NO BRASIL

das armas, com as quais combatia contra o povo, contra os republicanos, contra os liberais, contra a Nação.

Se em 15 de novembro de 1889 mudaram as posições dos proprietários dos jornais, só com Floriano peixoto mudaram os próprios jornais e a imprensa em geral, o seu critério jornalístico.

No Império, os jornais eram economicamente mantidos pelo povo, e quando isso não acontecia, a contento das necessidades, os seus proprietários e responsáveis, ou os partidos destes, direta ou indiretamente, mantinham as folhas, pelas suas "caixas". É que os jornalistas desse tempo faziam os jornais, e não eram feitos pelas "caixas" destes.

Na República, a constituição comercial e industrial da imprensa desvirtuou o seu fim verdadeiramente social. Os jornais passaram a ser órgãos da oligarquia dominante, cujo capital facilitou sua exploração, a fim de que pudessem exercer influência direta sobre a opinião pública.

Nesta quadra inicial da nova vida política brasileira, a imprensa aparece eivada de vícios, em suas combinações econômicas com a oligarquia, já por meio do reclame que organiza, sob o falso pretexto de prestar informações úteis aos interessados, já por meio da especulação que anima e favorece até o exagero.

ENTREVISTADOR - ENTREVISTADO RELAÇÕES ASSIMÉTRICAS NO DISCURSO*

Jonas de Araújo ROMUALDO
(Professor do Instituto de Estudos de
Linguagem da UNICAMP)

Num curso de pós-graduação/Unicamp, analisamos a prática discursiva de **"Memória e Sociedade – Lembranças de Velhos"** de Ecléa Bosi, livro cujo tema versa sobre a natureza da memória dos velhos em sociedades como a nossa.

Nesse livro, uma das intenções é a de fazer brotar a fala dos velhos: a autora pretensamente se recua e funda um espaço onde aparecem os velhos, seu discurso. Entre as muitas das conclusões que E. Bosi consegue arrancar dos depoimentos dos anciãos, está a de que a memória é condicionada a diversos fatores complexos, dos quais um dos mais determinantes é a chamada estrutura da sociedade em que vivem os velhos, assim como o modo como os velhos se relacionam com as diversas práticas sociais. Dizendo melhor: os anciãos engajados em prática social como trabalho, lazer, política, etc., relatam fatos recentes da sua vida. Por outro lado, os anciãos representados como inúteis socialmente, relatam mais fatos dos tempos em que eles se sentiam úteis socialmente. Estes recuam no tempo, vivem no passado. Ora, pelo que nossa equipe de trabalho verificou, o peso dado à noção "trabalho" nas tentativas de uma

(*) Conferência apresentada no Encontro Internacional de Filosofia da Linguagem, na UNICAMP, Campinas, 10 a 15 de agosto de 1981.

aproximação do que seja a natureza da memória de velhos, poderia bem estar condicionada pelos discursos produzidos pelos anciãos, este, por sua vez, condicionados pela escolha das perguntas formuladas por Ecléa Bosi, entrevistadora.

Explico melhor o que queríamos dizer com isso: a pretensão de deixar aflorar a fala dos velhos no livro é visível pela posição das entrevistas coletadas dentro do livro, e mais; pelo fato de que o livro se constitui basicamente dos relatos dos velhos (pág. 51 a 327). Aparentemente, a intervenção da autora se reduz às págs. 1 a 50 (introdução) e às págs. 329 a 399 (conclusão). Isso só aparentemente. Nestes as perguntas, as falas da entrevistadora não aparecem, curiosamente. Ainda assim a presença da entrevistadora está embutida nas fala dos anciãos, no discurso do velho. Pelo menos, a presença da entrevistadora se revela pelo avesso: o que não aparece na fala dos velhos, aquilo que se silencia. Como, por exemplo, explicar a ausência da sexualidade no discurso desses anciãos? O tema da sexualidade será menos importante que o tema trabalho? Que perguntas a entrevistadora fez aos anciãos. Que disse ela aos anciãos?

Entrevistas com pessoas de uma comunidade indígena

Como o presente texto foi se constituindo através de várias práticas dialógicas, tenho que citar de onde nasceu esse trabalho. Num outro curso de pós-graduação em Lingüística-Unicamp, a proposta era a de simplesmente tentar examinar, do ponto de vista da lingüística, um diálogo concreto. Aqui fundo um fio da meada. O que tinha ficado em suspenso, que era como se relaciona entrevistador-entrevistado, é retomado nesse ponto. Passo agora a falar de entrevistas gravadas no Acre. Trata-se de entrevistas feitas com pessoas da comunidade indígena Apurinã, numa reunião de 10 de fevereiro de 1980.

Esses indivíduos são levados pelo entrevistador (ER), a falar em forma de bate-papo.

Nos relatos dos Apurinãs, nem sempre só o entrevistador intervém. Há intervenção dos vários indivíduos que estão na reunião. Às vezes ocorrem falas simultâneas. Apesar da intervenção mínima do Entrevistador, minha hipótese é a de que sua presença (aliás, sua existência) pode explicar as diversas direções que tomam o discurso dos sujeitos.

Os entrevistadores falam português, mas provavelmente são bilíngües. O português dessas entrevistas apresenta evidências claras da chamada interferência lingüística. Eles dominam, no entanto, o português. Tal como no caso de Ecléa Bosi, a pretensão do entrevistador é a de fazer brotar a fala indígena, é não deixar que uma outra fala se sobreponha à indígena.

A primeira entrevistada começa, relatando uma pejeja sobre posse de terra. Começa a entrevistada a constituir uma oposição entre apurinãs e brancos. Já nos primeiros enunciados podemos notar um fenômeno curioso, o reconhecimento de uma identidade que é verbalizada por um 'nós' (que pode ser entendido como apurinãs em oposição aos brancos):

“– O seu Antonio foi invadir noss' terra e a, por causa do o o o caboco vai lá vender terra e o homem, queria, seu Antônio queria tomar nossa terra.”

Em seguida, aparece outro enunciado que contrasta com as formas de 1ª pessoa coletiva **nós, nossa**:

“– Caboco nós não pode morar na cidade, né?”

Aqui aparece o nome **caboco**, forma que é ambigüamente o modo só indígenas se constituem e, ao mesmo tempo, também como ele é constituído por outro. Na verdade, **caboco**, diferente de **nós**, pode estar apontando para a fala do entrevistador ou da comunidade não-indígena circundante. Uma primeira aproximação do que seja **caboco** é verbalizada do seguinte modo:

Primeira entrevista:

“– Como eu disse pra ele: seu Antonio, nós não pode morar na cidade. Na cidade, não vamos plantar macaxeira, banana prá nós comer. Aonde que nós tira pra dar de comer nossos filhos, né aqui?”

Aqui, **caboco** é definido pela sua inaptidão de viver em cidades, pela sua ligação forte com a terra, da qual ele necessita para sobreviver.

A constituição do que seja **caboco** é, às vezes, verbalizada de forma paradoxal. Tome-se, como exemplo, esse fragmento:

Primeira entrevistada: *“– O senhor sabe, nós caboco não gosta de comer temperado no óleo, né? Nosso óleo é nossa castanha, não é não. Não é.”*

Segunda entrevistada: *“– Se não tiver castanha é só água só.”*

ENTREVISTADOR – ENTREVISTADO: RELAÇÕES...

Primeira entrevistada: “— *Nós não gosta de comida fritada, peixe frito, carne frita. Não, nossa banha é assim.*”

Segunda entrevistada: “— *E nem esse óleo pra nós aí. Ninguém dá, ninguém.*”

Primeira entrevistada: “— *Onde arranjar dinheiro prá comprar isso, tempero de comida.*”

Aqui, a suposta diferença entre nós (cabocos), eles (brancos), comer com óleo de castanha, comer com outros temperos, é desmentida. Um outro motivo aparece como justificador de caboco não comer outros temperos: a falta simplesmente de dinheiro para comprar os temperos.

De qualquer modo, no discurso da primeira entrevistada, a tentativa de constituição do que seja **caboco** está a serviço da demonstração de que a terra para nós-caboco é necessária. E onde está, então, a presença do entrevistador nisso tudo?

Tome-se a seguinte seqüência:

Primeira entrevistada: “— *Ô ô o seu Antonio foi invadir noss' terra e a, por causa do o o o caboco lá vendeu terra e o homem queria, seu Antonio queria tomar nossa terra. E a terra que nós saísse ia invadir nossa terra. E prá onde que nós vamos, né? Ela queria que nós morasse na rua, na cidade. Caboco nós não pode morar na cidade, né? Como eu disse pra ele: seu Antonio, nós não morar na cidade. Na cidade não vamos plantar macaxeira, banana prá nós comer. Aonde que nós tira pra dar de comer nossos filhos, né aqui? E teimano, teimano, né?*”

Entrevistador: “— *Mas quem é esse seu Antonio?*”

Primeira entrevistada: “— *Seu Antonio, de que nós tamo falano, de que...*”

Entrevistador: “— *Explica aí, não sei. O seu Antonio que é da FUNAI. Então fala.*”

É óbvio que o entrevistador (ER) gostaria que o discurso da primeira entrevistada fosse do seu ponto de vista, eficaz. Na verdade, o que o entrevistador está tentando obter da primeira entrevistada é que ela concretize uma denúncia. A entrevistada, do ponto de vista do entrevistador, não consegue ser eficaz no seu **ato de denunciar**, porque não explicita claramente o que representa seu Antonio. Não explicita a relação do seu Antonio com um dos Aparelhos do Estado, a FUNAI. O entrevistador não quer se responsabilizar diretamente pelo ato de

denunciar que, por questão de força argumentativa, deve ser feito por quem cumpre ser feito, a primeira entrevistada, uma senhora da comunidade indígena.

A fala da entrevistada depois da primeira pergunta do entrevistador funda uma perplexidade. A minha hipótese é de que ela já tinha conversado com o entrevistador sobre seu Antonio, ou, no mínimo, o ER sabia que ele deveria ter alguma relação com a possível expulsão da entrevistada das terra em questão. Isso explica as vacilações na fala da entrevistada:

“– Seu Antonio, de que nós tamo falando, de que...”

O ER verbaliza sua não responsabilidade com a denúncia, atribuindo a consciência dos fatos que cabe a entrevistada contar, dizendo: “– Explica aí, não sei...”

E se trai o ER, logo em seguida, explicitando que já sabia de quem a entrevistada estava falando. Faz aparecer o tema que é interessante para ele, entrevistador.

“– O Antonio que é da Funai. Então fala.”

Dado o tema, claramente o ER faz deflagrar um tipo de discurso diferente do fragmento anterior. Vem em seguida:

Primeira entrevistada: “– *Aí nós fomos, caçando o nosso direito. Naquele tempo nós discutimo, né? Pois é.*”

Entrevistador: “– *Ahn!*”

Primeira entrevistada: “– *Aí, aí teimou mais não. Aí chegou disse que mandou chamar a força dele. Federal.*”

Aparece a construção “caçando o nosso direito que, no que pese a presença de “caçando”, remete-nos diretamente ao ato de **denúncia política**, desejado pelo ER.

Aparece também a palavra “Federal” que, do ponto de vista do ER, muito provavelmente é bastante eficaz, de acordo com a imagem que o ER tem de denúncia política. A presença concreta do discurso do ER fica bem visível no momento em que a entrevistada remete ER para “naquele tempo nós discutimo, né?”. Há aqui a aproximação visível da fala presente da entrevistada com uma outra fala de ER, fala ocorrida em um momento anterior, é claro, ao discurso em questão. Atesta também o fato de que a entrevistada entendeu as intenções de ER.

A memória dos discursos de ER é, talvez, responsável pela seqüência:

ENTREVISTADOR – ENTREVISTADO: RELAÇÕES...

Primeira entrevistada: “— *Aí, aí, aí teimou mais não. Aí chegou disse que mandou chamar a força dele. Federal. Prá jogar nós. Fora. Disse como nem, como nem cachorro, né? Aí chegou essa minha irmã vem aqui naquele tempo de reunião. Minha irmã vem. Aí eu disse: minha irmã, você não saia de casa hoje. Hoje vai chegar. Hoje nós vamo sair, minha irmã. Aí nós fiquemo.*”

A interpretação desse fragmento é possível se levarmos em conta o papel que tem ER. Fragmentos dessa seqüência relacionam-se a uma situação anterior à produção desse discurso e essa situação é a de interlocuções anteriores em que ER tinha um papel de dominância.

O “teimou mais não” relaciona-se muito provavelmente a um argumento não explicitado, fabricado pelo ER, “naquele tempo de reunião”, como bem fala a entrevistada. Esse argumento teria aproximadamente a forma de “se vocês caboco não fizerem denúncia, não lutarem pelos seus direitos, perderão a terra.” A reprodução, pela entrevistada, da ameaça do oponente:

“— *Aí chegou disse que mandou chamar a força dele. Federal.*”, é antecedida pelo relator *aí*, que estabelece uma relação de causa-conseqüência: o ter a entrevistada feito a denúncia política implicou no oponente a ser obrigado a recorrer a uma ameaça a explicitar quais eram os seus aliados.

Argumento para persuasão

Em resumo, um conjunto de implícitos partilhados entre o entrevistador e o entrevistado existe. Esse conjunto de implícitos partilhados inclui, entre outros fatos, a existência de relações de interlocução assimétrica em que o ER tinha o papel dominante. Os atos de linguagem praticados por ER era, provavelmente, próximos de advertir, esclarecer, aliás, persuadir a entrevistada. O argumento mais forte utilizado na persuasão, muito provavelmente era o da ameaça dos cabocos perderem suas terras.

As outras intervenções de ER, nos relatos examinados, se orientam no sentido de fazer com que a entrevistada explicita a relação entre as agressões sofridas pelos cabocos e a responsabilidade da FUNAI, Polícia Federal, Governo Federal.

Um outro fato que mostra a importância que tem o interlocutor (entrevistador ou outros) na constituição dos discursos dos entrevistados, é a existência de um argumento que aparece repetido nas

quatro entrevistas: esse argumento é o de que há marcas de ancestral apurinã nas terras cobiçadas, argumento que reforçaria que os verdadeiros donos da terra são os apurinãs. No final da entrevista da primeira aparece:

“– Nós temos testemunha, não é, Dr. X, seu Y, cemitério do meu avô e tudo. Cemitério, tudo. Tudo tem cemitério, não é. Tem cruz lá. Tem tem cacuné de barro, mamonha de fazer beiju e protiné, tudo, cacurré tá lá, perante a casazinha lá, protiné, tudo. Testemunh.”

E da segunda entrevistada, só para dar mais um exemplo:

“– Isso aqui é nosso: herança de nossa mãe, nossos avós, deixou prá nós.”

Esses fatos são reveladores da existência de um formato discursivo-modelo, matriz de todos os discursos realizados pelos quatro entrevistados. Isso é mais um sinal da presença do ER, enquanto fornecedor de um modelo (no caso, denúncia política) que, por sua vez, foram re-elaborados pelos quatro sujeitos dos quais estamos nos ocupando aqui.

A evidência maior da existência de um modelo de denúncia política está na última entrevista. O quarto entrevistado utiliza, no seu discurso, uma entonação que é típica de modelos elaborados em público. Aqui, o argumento de que as terras em que vive o entrevistado trazem a marca dos seus ancestrais, é repetido várias vezes, inclusive uma mesma frase se repete várias vezes, isso numa entonação que é um arremedo da utilizada em discursos políticos em público. O contraste entre entonação e ritmo que imitam a entonação e o ritmo usadas comumente em discurso político, e o léxico, sintaxe não muito comuns a discursos que se pretendem políticos, acaba por resultar num discurso original, em que mais do que o que se fala, importa mais o tom com que se fala.

De qualquer forma, é possível que esses fenômenos encontrem uma explicação através da chamada estratégia de preenchimento (tal como propõe Cláudia de Lemos, em seu estudo sobre redações de vestibulares, ou Maria Cecília Perroni em seu estudo sobre aquisição da narrativa). De acordo com C. de Lemos, a estratégia básica utilizada pelos alunos ao se defrontarem com a tarefa de redigir, é o de tomarem um formato anterior como modelo, e tentarem preencher discursivamente esse formato. Assim, supondo que, por exemplo, um formato típico de uma redação tem uma fisionomia que inclui três supostas partes (introdução, desenvolvimento e conclusão), os alunos repetiriam automaticamente nas suas redações, seqüências que no modelo anterior funcionam como uma introdução, um

desenvolvimento e uma conclusão. A suposta 'conclusão', por exemplo, teria, por força, de ter um "portanto", mesmo que o que se pretendesse concluir, não tivesse relação semântica nenhuma com as seqüências anteriores. No caso de narrativas infantis, a criança incorporaria modelos narrativos, arcabouços e até frases inteiras de adultos.

Ausência de um sujeito de discurso

A. A. Pécora, no seu trabalho sobre redação de vestibulares, relacionou a utilização da estratégia de preenchimento no que ele chama de ausência de um sujeito de discurso. Por ausência de um sujeito do discurso, pode-se entender a não constituição de uma situação de interlocução. Numa situação como essa, não há uma projeção (constituição) de um eu que discursa; tampouco existe um ouvinte constituído lingüisticamente, segundo esse ponto de vista. Tudo se passa como se a pessoa meramente repetisse de forma mecânica seqüências lingüísticas, tomadas de modelos anteriores, sem estabelecer articulações entre elas.

Este articulador mecânico não estaria instalado dentro do enunciado e, portanto, não teria seu discurso pertinência, tampouco teria este instaurado um ouvinte, ou mesmo um sentido. Uma outra hipótese em relação à utilização da chamada estratégia de preenchimento é possível e é a hipótese que prefiro. Menos como evidência da chamada ausência de um sujeito de discurso, a chamada estratégia de preenchimento poderia ser vista como um mecanismo de aquisição da linguagem, tal como propõe Cecília Perroni. A estratégia de preenchimento poderia ser vista como uma espécie de etapa inicial que possibilitaria indivíduos colocados em situações dialógicas assimétricas a incorporarem o outro, o que permitiria a esses indivíduos se constituírem como o eu do seu discurso. Eu quero ver a relação assimétrica entre entrevistador-entrevistado, nos casos estudados aqui, como uma etapa de constituição de um eu sujeito lingüístico dos entrevistador. A força da presença do entrevistador pode ser vista como uma etapa que permitirá o entrevistado incorporar o outro (Entrevistador, o Branco) mas, na medida em que este outro se incorpora, ele, o entrevistado, também se constitui como eu do discurso caboco.

APÊNDICE

19 Entrevistada: – *Ô ô o seu Antonio foi invadir noss'terra e a, por causa do o o o caboco vai lá vendeu terra e o homem queria, seu Antônio*

queria tomar nossa terra. E a terra que nós saísse ia invadir nossa terra. E pra onde que nós vamos, né? Ele queria que nós morasse na rua, na cidade. Caboco nós não pode morar na cidade, né? Como eu disse pra ele: seu Antônio, nós não morar na cidade. Na cidade não vamos prantar macaxeira, banana pra nós comer. Aonde que nós tira pra dá de comer nossos filhos né aqui? É teimano, teimano, né?

Entrevistador: – Mas, quem é esse seu Antônio?

1ª Entrevistada: – Seu Antônio, de que nós tamo falano, de que

ER: – Explica aí, não sei. O Antônio que é da FUNAI. Então fala.

1ª Entrevistada: – Aí nós fomos, cacando o nosso direito. Naquele tempo, nós discutimo, né? Pois é.

ER: – Ahn!

1ª Entrevistada: – Aí, aí, aí teimou mais não. Aí chegou, disse que mandou chamar a força dele. Federal. Pra jogar nós. Fora. Disse como nem, como nem cachorro, né. Aí chegou, essa minha irmã vem aqui naquele tempo de reunião, minha irmã vem. Aí eu disse: minha irmã, você não saía de casa hoje. Hoje vai chegar. Hoje nós vamos sair, minha irmã. Aí nós ficuemo. Quando chegou, minha irmã me chamou. Aí, quando eu cheguei, aí quando eu cheguei, aí quando eu cheguei, minha, minha sobrinha estava foi roçando, capinano. Limpano rocinha dele. Aí, cadê caboco, índio? Minha irmã disse: está trabalhando. Pode chamar ele. Quando ele chegou: que aonde você está fazendo nessa casa aí? Aí ele disse, não foi orde de ninguém. Nós não mora aqui. A terra não é nossa? “Não, vocês vão invadir terra do rapaze. Onde o rapaze comprou. Arrudiaro ele. Aí cheguei. Aí, me meti no meio. Eu disse, nós tem tem nossa orde. E mesmo, nós não nascemos né aqui. A terra não é nossa? Nós não nascemo aqui nos criemo né aqui? Papai, mamãe, nosso avô não é enterrado aqui. Nós nascemo, se criemo aqui. Nós tava morando papai tudo aqui papai, morando numa prá. Aí ele disse “Não, vocês vão entregar terra do rapaze. Aí eu disse: “entregar como, ele não comprou terra, nem (inaudível) pode vender terra, ele comprou terra não. Sí ele disse: “Não, se você não entregar terra pra ele, você vai me devolver o dinheiro do rapaze. “Devolver o dinheiro do rapaze como? Essa, essa não já acabou. Esse, esse dinheiro, pagou ele como é que nós. Ele vai devolver o dinheiro como? (inaudível) Terra, nem dinheiro nem terra nós não entrega. E quem é que vai pagar minha madeira que ele tirou? Ele não comprou. Ah! Nós, não, meu, noss’, do meu marido ele não comprou. Ele comprou este carboredo,

(inaudível) meu marido. Antão, se nós deve o dinheiro dele, eu quero que ele pegue minha madeira como (inaudível) e essa madeira que ele levou pra semana. Ele que vai pagar minha madeira. Nem nós que nascemo se se criemo, nós não temo o direito de vender nem nem um pau. Aí ele disse, "antão, vocês não querem entregar terra do rapaz. Nem o dinheiro, nem Terra.

ER — *Quem foi que perguntou? O pessoal da polícia federal?*

1ª Entrevistada: — *Sim. Aí eu contei tudinho pra ele. Antão, antão assim é de vocês, antão assim o Antônio não vem maisse. Aí, aí então eu contei, né? Quando chegou aqui perguntou, né? Corta gíria, né? E não achou, não é? Agora você escolhe, um de vocês aí, corta gíria. Aí, ele disse, esse rapazes aqui. Aí, aí, então, corta a gíria, aí da que (inaudível) Aí, espí*

ER: — *Quem era o rapaz*

1ª Entrevistada: — *Federal, sabe? Diz que outro rapaz corta gíria. Já tinha, diz que 10 anos que já tinha, morava no meio de índio. Mas ele não, não era, não gíria. Não, não é gíria de Apurinã não. Como é o nome dessa?*

Voz feminina — *Xaminéu.*

1ª Entrevistada: — *Xaminéu. Então não é apurinã. Aí então, corta gíria. Aí peguei, dancei mais ele, dancei, cantei mais ele, chipuari. Aí, "já chega D. X". Não, agora que vamo começar, vamo dançar. A (inaudível) dele, girava prá lá, girava prá cá, levava ele de lado, empurrei ele assim, caboco dança é assim. "Já chega, D. X". Não, vamo agora que vamo começar. Nós não dançamo ainda. Repente, acabou. Ele chegaro Fulano que era. Quando comecei a cortar gíria, se apagar. Aí não falaram mais. Aí começaram acharam graça. "Então, D. X", vocês não querem mais entregar o dinheiro do rapaze". Nem o dinnheiro nem terra. Ele não comprou terra. Ele não comprou terra mesmo não "seu" Y. Ele só comprou carboredo comprou (inaudível) O português não pode vender terra que é o dono e mais ninguém, né? Aí, nunca mais que a Vederal deu o direito de nós ir lá, nunca mais ele veio lá.*

2ª Entrevistada: — *Nunca mais ele veio lá.*

Entrevistador: — *Então comadre 2ª entrevistada, como é que é? senta aqui vamo conversar. Conta pra ela sua história.*

2ª Entrevistada: — *Eu digo o mesmo também, D. X. Eu também digo é do mesmo. Eu moro lá em casa mais os meus filhos, meus netos, esses*

sobrinho. Tem sobrin e neto lá e eu também, nós queria se interessasse cortasse noossa área que pertence a nós também. Nós também não quer, não quer puxar, não quer tumar nada, dos branco não. Nós só quer o que é nosso. Nosso aqui é que nós se criemo, como a senhora disse. Nós também tem sepultura do nosso pai, nosso mãe, minha filha, meu marido, tudo, esse tal, esse lugar que nós ocupa tudo é a onde meu parente, minha mãe morreu. E hoje, hoje em dia, branco diz que lá não tem, nós não tem direito da (inaudível), nós não pertence mais aqui. Mas, meu Deus, não quiere. No braço de meu marido, trabalhou, abriu (inaudível) abriu vara dão, ponte ou toda. E agora hoje em dia... Sabe, essa rodage, essa rodage trevessou. E ele diz assim: Esse lado é de vocês, esse lado é de vocês, esse lado é dos branco, vocês não tem direito, desse lado é. Meu Deus, quando essa rodage não passa, toda a área um só. Nossa.

1ª Entrevistada: – *É mesmo. É como lá em casa.*

2ª Entrevistada: – *Maloca nossa é um só. Tá aí oto. Aquele, meu filho aí, essa aí mãe dele era minha prima. Essa, é Sabor disso. Adonde nós se criemo, nascemo, namo, casou-se, Ter vivido com nossos maridos tudo lá na... É aquela área que nós pertence, que nós tá fazendo força pra vê se nós... Agora faço que nem a senhora, agora. E eu morro, eu morro fica pra meus neto, fica pra meu filho. Se quiserem aproveitar e fica lá dentro, fica. Pra não ficarem a toa, que eu já, eu já tou dessa idade. Pouco tempo, eu... eu. Eu também, fica pra eles! Queria que ela fosse cortado, nosso caminho, pra ele dizer assim. Isso aqui é nosso: herança de nossa mãe, nossa vos, deixou pra nós, essa aí. Agora, do branco o que pertence ao deles é dele. É pra lá. Ele faz o que quer pra lá.*

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOSI, E., **Memória e Sociedade: Lembranças de Velhos**, São Paulo, T. A. Queiroz, 1979.
- DE LEMOS, C. T. G., "Redações no Vestibular: algumas estratégias" in **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, Fundação Carlos Chagas, 1977.
- PÉCORA, A. A. B., **Problemas de Redação na Universidade**, Tese de Mestrado, Unicamp, inédito, 1980.
- PERRONI, M. C., **O lingüístico e o não-lingüístico no desenvolvimento do discurso narrativo**, inédito, 1981.

TURISMO: UM APRENDIZADO ACADÊMICO?

Luiz Gonzaga Godoi TRIGO
(Professor do IAC/PUCCAMP)

Desde a implantação dos primeiros cursos de Turismo no Brasil no início da década de 1970, temos observado uma extensa polêmica no campo empresarial, nos círculos acadêmicos e nos meios de comunicação, sobre a validade de se formar profissionais nesta área em nossas universidades. Os primeiros cursos foram criados em institutos destinados à pesquisa turística aliada aos estudos de Administração de Empresas ou junto às também recentes faculdades de Comunicação, sendo que se firmou na tendência do mercado a inserção dos Departamentos de Turismo exclusivamente nos Institutos ligados às Artes e Comunicações ou como faculdades isoladas. De qualquer modo houve uma separação entre o Turismo e a Administração de Empresas entre outras razões para garantir a futura regulamentação do profissional em Turismo, fato que ainda não se concretizou.

Existe uma polêmica muito antiga e discutida mas que, ao meu ver, merece ser mais uma vez retomada já que inexiste um consenso sobre a questão da adequação do currículo das faculdades de Turismo à preparação do profissional que vai entrar um dia do mercado de trabalho. A minha posição de Bacharel em Turismo e professor do Departamento de Turismo da PUCCAMP é muito clara e assumida: sou a favor da formação acadêmica específica dos nossos profissionais. O que pretendo elaborar neste pequeno texto é uma reflexão sobre que educação podemos

desenvolver com nossos colegas professores para garantir aos nossos alunos uma formação competente, com níveis de informação equilibrados (nem demasiadamente genéricos e nem perdidos em detalhes fragmentados muitas vezes secundários) e com um bom relacionamento entre a universidade e as empresas ligadas ao turismo e ao lazer.

Os argumentos desfiados nesta longa polêmica já se tornaram estereótipos que exprimem a pouca profundidade de análise devida ao problema. Alguns (hoje felizmente em menor número) empresários afirmam que vários de seus profissionais que saíram de um curso de turismo e foram trabalhar em suas agências, hotéis ou transportadoras não sabiam usar nem os simples manuais técnicos e desconheciam a dinâmica e a articulação dos vários componentes de sistema turístico.

Antiga rivalidade que gerava clima de desconfiança

Por outro lado tornou-se conhecida no passado (hoje este fato que vou relatar praticamente se extinguiu) alguns casos de recém-formados em Turismo que exigiam uma posição privilegiada em seus novos empregos, alta remuneração e prestígio, esquecendo-se das regras do mercado onde a experiência das pessoas não pode ser desprezada, e que adquirir esta experiência leva tempo, além do fato de que ela não é dada nas salas da universidade em sua totalidade. Havia ainda a rivalidade entre os profissionais e empresários não diplomados e os recentes egressos da faculdade que pensavam tudo conhecer, verdadeiros donos da sabedoria turística. Tudo isto contribuiu para gerar um clima de certa desconfiança por parte de alguns empresários para com os cursos de turismo.

Ambos os lados eram parciais e superficiais em sua visão e com o tempo foram mudando suas posições e se relacionando cada vez melhor até atingirem atualmente níveis quase que excelentes de convivência profissional. Em Campinas por exemplo, onde trabalhei em uma operadora turística durante três anos e meio, observa-se que muitos dos profissionais que estão atuando em Turismo formaram-se na PUCCAMP, e onde trabalhei todos os atendentes de vendas eram formados na área. O mesmo acontece em outras agências, companhias aéreas, hotéis e geralmente o relacionamento dos profissionais bacharéis em Turismo com os outros colegas, superiores e subalternos é muito bom. Sintoma de maturidade tanto dos bacharéis como dos outros profissionais com outra formação que não em Turismo. Os poucos problemas ainda enfrentados podem ser contornados com o tempo e o empresariado que resistir ainda à crescente

incrementação do nível educacional de seus funcionários (e são irrisória minoria) terão surpresas bem desagradáveis até o final deste século onde a informação deverá ser cada vez mais encarada como mercadoria valiosa e imprescindível, tanto por parte das empresas como dos seus quadros cada vez mais sofisticados e educados, seja esta educação formal (escolar) ou informal.

Então o que ainda acontece para que a discussão se mantenha e seja necessário fazer outra reflexão em cima do problema da formação do profissional em Turismo?

Educação e formação profissional: Um processo permanente

Quando se critica a atual estrutura dos cursos de Turismo, faz-se necessária uma análise um pouco mais ampla. O problema da estrutura de nosso curso em nossa universidade não é meramente conjuntural. É estrutural. Ou seja, a educação no Brasil apresenta problemas muito sérios. Basta ver os resultados vergonhosos dos vestibulares de 1988 onde muitas das vagas oferecidas não foram preenchidas devido ao fato de os candidatos não terem alcançado a nota mínima para serem aprovados. Quem quiser saber alguma coisa mais profunda sobre a educação brasileira contemporânea pode procurar na **Reflexão** número 37 de abril — de 1988, a revista do Instituto de Filosofia da PUCAMP, que dedicou o exemplar exclusivamente à educação.

O Turismo não está deslocado desta problemática geral. Mas o quadro não é completamente negro. Notamos bolsões de competência e eficiência graças ao esforço de educadores que lutam para manter um nível adequado em suas aulas e profissionais que se mantêm atualizados continuando sua formação mesmo depois de terem saído da universidade.

O Turismo e todo o campo de artes e comunicações muda radicalmente após certos períodos de tempo que cada vez vão ficando mais curtos. Só este fato já justifica a necessidade de se analisar cuidadosamente o curso de vez em quando. Uma aluna do primeiro ano escreveu no seu trabalho uma crítica ao curso no sentido de que nós poderíamos imaginar com segurança e certeza como ele (o curso) seria aqui a quatro ou cinco anos. Mas não poderíamos imaginar como estará o turismo, a cultura e as comunicações sequer daqui a um ou dois anos. Grande verdade, mas a universidade pode — deve — assegurar-se de que não ficará defasada em relação às empresas nacionais e internacionais.

Se a cultura neste final de década de 1980 passa por transformações extremamente dinâmicas e imprevisíveis, o conteúdo programático do curso deve prever (e prover) espaço para os textos mais clássicos e para o que está saindo a cada dia na mídia.

Como deve ser a formação clássica do profissional em turismo? Podemos dar umas ligeiras pinceladas nesta questão.

O estudante de Turismo, penso eu, **deve** ter acesso à informação humanística que lhe possibilite aprender e trabalhar com conceitos, categorias e sistemas políticos, econômicos, sociológicos, etc. Há que se ter metodologia para assegurar o aproveitamento dos estudos e das pesquisas e trabalhos no decorrer do curso e da futura vida profissional. **Deve** ter uma sólida formação histórica, geográfica, compreensão da problemática da cultura e iniciar o aprendizado em Turismo conectando os conhecimentos desta áreas afins com a teoria e prática específica do turismo. **Deve** ainda ter conhecimento de uma língua estrangeira.

O estudante **pode** ter acesso à literatura, à psicologia, à economia, aos estudos políticos e à filosofia. Isto tudo não é obrigatório em nível de um conhecimento profundo, mas é indispensável que se tenha uma visão rápida que forneça no mínimo a capacidade de analisar os aspectos mais óbvios de um sistema político, uma corrente literária ou filosófica ou alguma questão referente à psique humana. De qualquer modo ele não pode ser um alienado do contexto sócio-político e econômico de seu tempo.

O que seria indispensável que se lesse na graduação em turismo, uma bibliografia mínima? Cada professor poderia fazer sua proposta mas penso que alguns autores seriam indispensáveis. Por exemplo: Em História do Brasil Darcy Ribeiro, Euclides da Cunha, Gilberto Freire e Sérgio Buarque de Holanda, entre outros. O aluno pode ter seu gosto despertado para uma escola literária ou alguns autores, na medida em que os professores se valerem nas aulas de exemplos tirados de romances significativos. Aqui as possibilidades de indicação são infinitas. Minha opinião particular e naturalmente subjetiva fica com a literatura contemporânea. Os meios de comunicação podem ser analisados sob a ótica de autores como Mattelart, Umberto Eco, os teóricos da Escola de Frankfurt e sob a recente e polêmica questão do Pós-Modernismo. Parece-me também importante a indicação de filmes, peças de teatro e livros à medida em que vão sendo lançados para se criar ou desenvolver nos alunos o gosto pelas atividades culturais ligado à visão crítica do mundo e à compreensão do questionamento estético.

Quanto à bibliografia mínima a ser indicada nas matérias específicas de Turismo, eu não me preocupo em demasia já que grande parte do curso é dada em cima de material coletado junto às empresas e apostilas permanentemente atualizadas. A formação técnica está sendo razoavelmente bem assegurada e apoiada pela vasta bibliografia em espanhol ou inglês, além dos poucos textos publicados em português sobre turismo. Minha preocupação está mais restrita à parte do curso mais geral, que é a formação humanística. É neste setor que nós educadores devemos concentrar esforços, pelo simples motivo de que toda a informação técnica vai ser oferecida de uma forma ou de outra pelas disciplinas específicas e geralmente por professores que trabalham na área. Mas se os alunos não tiverem uma formação humanística densa e bem sedimentada, onde eles vão aprender estes conceitos mais complexos? Com certeza poucos serão autodidatas após saírem da universidade ou se motivarão a aprofundar suas dúvidas depois da graduação. E poucos ambientes de trabalho oferecem a possibilidade de o profissional aprofundar seus estudos mais genéricos. Penso que a faculdade de Turismo (e de Comunicação em geral) é quem deve, ao lado da formação técnica, garantir também esta preparação humanística. Não é porque existe a divisão entre os diversos campos específicos desde o primeiro ano da graduação (Turismo, Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, etc.) que os componentes gerais do curso de Comunicações devam ser minimizados. Eles devem ser sólidos e muito bem trabalhados. A Universidade é construída sobre estes dois componentes: uma parte humanística geral que oferece possibilidades aos estudantes de aprofundar suas questões discutidas sem muita profundidade no segundo grau; e uma parte de formação técnica já ligada ao campo de escolha profissional de cada estudante em particular. Até mesmo nossa grade curricular está estruturada desta maneira, e isso é um modo de os diferentes institutos garantirem — na medida do possível — uma formação integral e profunda em todos os níveis.

O recém-formado e o mercado de trabalho

O profissional de turismo vai trabalhar com uma infinidade de dados no seu cotidiano, contatar pessoas, as mais diferentes possíveis, e relacionar-se com realidades discrepantes, seja no seu escritório, no decorrer de suas pesquisas ou em viagens de lazer ou trabalho. Uma formação sólida e geral é imprescindível para seu futuro "estar à vontade" no campo profissional e dentro de suas expectativas de realização pessoal.

Quanto à questão da conexão universidade/empresa, a pergunta pode ser organizada do seguinte modo: quanto à adequação de todo potencial teórico do aluno à vida prática, como é que se estabelecem estas relações, já que parte das críticas do empresariado se faz neste nível, da suposta e pretensa incompatibilidade entre a teoria e o cotidiano prático que ele vai encontrar no trabalho?

Muito tranqüilamente eu encaro que a Faculdade de Turismo não lança um profissional no mercado após quatro anos de estudo pronto para se sentar em uma mesa e começar a trabalhar. Simplesmente porque a Faculdade de Medicina também não coloca, após seis anos de estudo, um profissional no hospital capacitado a fazer uma cirurgia, analisar profundamente uma série de resultados de exames clínicos, etc. Tampouco a Faculdade de Engenharia ou de Direito colocam seus formandos diretamente em um canteiro de obras ou nos corredores burocráticos do Fórum após a formatura. É necessário muito mais do que o estágio obrigatório que a faculdade encaminha, as aulas práticas, o acesso periódico a jornais, revistas e material específico de seus profissionais.

É necessário um relacionamento Universidade/Empresa, na medida em que sejam resguardadas ambas liberdades e competências. E o mais importante. É preciso que os alunos comecem a trabalhar em seu campo pelo menos uns dois anos antes de terminarem sua graduação. Isto acontece em todos os cursos, com quase todas as profissões. Se o aluno pensa que ficar exclusivamente no meio acadêmico vai lhe garantir o atendimento de todas as suas necessidades e anseios ele está muito enganado. Principalmente se estiver se dirigindo a campos de atuação com grande parcela de ação técnica especializada como o jornalismo, publicidade, medicina, direito, engenharia, arquitetura e o turismo. O estudo sistemático e profundo é indispensável, mas este estudo deve ser paulatinamente ligado à prática direta no campo profissional. Em suma: quem começar a trabalhar em sua área no terceiro ou quarto ano da graduação vai unir à sua escolaridade formal universitária a vantagem da experiência adquirida junto à outros profissionais, vai fazer a conexão teoria/prática da única forma possível: no trabalho. Quem aguardar o final da graduação para começar a procurar emprego pode aproveitar muito bem seu tempo disponível para aprofundar-se nos estudos mas terá que ter um pouco de paciência após a formatura até familiarizar-se com o universo complexo das relações técnicas e profissionais no mundo do trabalho.

Por isto tudo é que as críticas à falta de uma maior adequação da universidade ao campo profissional são parcialmente infundadas. O que

é necessário é a relação íntima da escola com profissionais graduados e atuando no mercado que venham ministrar aulas na universidade (como acontece muito no Instituto de Artes e Comunicações da PUCCAMP e em outros institutos), com o prosseguimento da formação dos professores seja em cursos de especialização ou de pós-graduação (como também vem acontecendo com muitos professores da PUCCAMP) e com a conscientização dos alunos sobre esta realidade. Tudo isto é o começo de um relacionamento íntimo entre a universidade e as empresas. Os professores e alguns alunos começam a fazer esta "ponte" de uma forma bastante prática. Outra opção seria oferecer serviços e projetos à comunidade.

Sendo assim, o estudo teórico da parte específica do Turismo que é dada no terceiro e quarto ano do curso vai poder contar com o auxílio interessante das experiências de alguns membros da comunidade acadêmica, além, é claro, da bibliografia específica de hotelaria, transportes, agências de viagem e operadoras, teoria e técnica de turismo, sociologia do lazer, etc. Estes campos se complementam. Estudo metódico e profundo é indispensável e a universidade tem obrigação de fornecer as condições para que isto seja possível. O estágio também é obrigação da universidade, no sentido de possibilitar os primeiros contatos do alunos com o mundo empresarial. Mas o estágio é curto, e quem vai ser responsável diretamente pelo seu aproveitamento e posterior inserção no mercado de trabalho é o aluno. Desde que ele tenha se dedicado aos estudos. Desde também que a universidade tenha lhe garantido os recursos mínimos e satisfatórios de aprendizagem. E desde que o aluno se esforce no trabalho, na evolução de seu relacionamento profissional.

Parcelas de responsabilidade

As responsabilidades da universidade são muito grandes. Ela não é perfeita, todos queremos aprimorá-la e sanar os defeitos deixados por vinte anos de ditadura militar, mais as mazelas de uma fase de transição para a democracia longa, tumultuada e ainda com muita incompetência e corrupção. Grande parte dos defeitos são exclusivos das universidades e ninguém vai querer jogar toda a culpa no governo ou nos alunos. Temos que assumir as obrigações da comunidade acadêmica e dar conta do trabalho educacional a ser realizado apesar de todas as dificuldades. Mas os alunos também têm sua parcela de responsabilidade. Pode até ser menor, mas é tão importante quanto a parcela da universidade. Ele deve estudar,

exigir qualidade de ensino, procurar soluções junto com os professores para suas dúvidas e problemas. E deve, assim que possível, cair no mercado de trabalho para complementar sua educação e começar a fazer na vida profissional aquilo para o que está se preparando há longos anos.

Para muitos este conselho é desnecessário e chega a ser irônico. Vários estudantes são obrigados a trabalhar durante toda a graduação para garantir seus estudos e seu sustento, muitas vezes vindos de outra cidade e vivendo longe de sua família. Para estes a indicação é um pouco diferente. Não devem descuidar-se dos estudos apesar de o tempo gasto com o trabalho ser muito longo e até mesmo exaustivo. Quem quiser trabalhar e estudar sabe que seus finais de semana e parte do período de férias deverão ser gastos com a atividade de colocar em dia as leituras, trabalhos e atividades escolares. Isto é muito importante, não relegar a universidade a um plano secundário, apenas para ter um diploma no final de alguns anos. A vida estudantil deve ser super bem aproveitada. E não estou agora falando apenas das aulas, dos seminários, das bibliotecas e discussões acadêmicas. Estou falando de toda a riqueza da vida universitária que se estende aos relacionamentos com os colegas, os papos informais, as festas, namoros, as noites de quinta ou sexta-feira nos barzinhos, as eventuais viagens a congressos onde mais se farreia do que se assiste às reuniões e à convivência com um povo muito diferente que enriquece nossa visão de mundo e de vida. Tudo isto é importante e quem nunca passou por uma universidade perdeu a essência de algo que é sutil, que quase ninguém dá valor mas que é tão fundamental quanto o estudo sistemático e profundo dentro das salas de aulas. Todo esta agitação, as eleições acadêmicas, as exigências e críticas dos alunos e dos professores fazem parte da formação integral de todos. Isto é a universidade.

Tudo é muito mais rico do que o papel "frio" onde está exposta a grade curricular ou as papeletas impressas no computador com as notas e faltas no final de cada semestre. A formação acadêmica é mais vasta do que podemos analisar nestas poucas páginas e os alunos de Comunicações que vão vivenciar intensamente o mundo contemporâneo são alguns dos que têm condições de aproveitar esta universidade. Ativamente. Com criatividade. Com muito estudo e muita farra, afinal não devemos descuidar do aspecto do prazer ao lado da necessidade do saber. Principalmente nós que trabalhamos e estudamos com o lazer e o turismo.

E este processo todo vai continuar na vida do trabalho. Sempre será necessário atualizar-se, ler os jornais diariamente, assinar uma revista semanal, acompanhar os eventos culturais e ler a infinidade de

memorandos, publicações específicas e obrigações de atualização que nos chegarão às mãos diariamente em nossa mesa de trabalho.

Mais preparo para trabalhar em turismo

Parece-me que quem passou por uma universidade e vai trabalhar em turismo vai ter mais condições e preparo do que quem ficou no nível secundário. De uma coisa eu tenho certeza, o recém-formado vai absorver com maior facilidade a imensa carga de informações existente em um hotel, numa companhia aérea, uma agência ou uma operadora turística. Ou até mesmo um órgão do governo ou uma instituição dedicada ao lazer. É preciso que se tenha cursado uma faculdade de Turismo? Talvez não. O imprescindível é que tenha cursado uma faculdade da área de humanas. Mas se for trabalhar com turismo, porque não fazer (e bem feita) esta faculdade? Só vejo vantagens. E vejo também problemas com as nossas instituições, mas que podem ser sanados ou minimizados. As críticas radicais ficam por conta dos ressentidos, daqueles que por vários motivos (nem todos honestamente fundamentados) não vêem soluções ou necessidade em melhorar algo que existe e que funciona. E pode funcionar ainda melhor.

Afinal, existem cursos de turismo muito bons nos Estados Unidos, na França, em Portugal e na Espanha. E ninguém pensa em classificá-los como inúteis ou defasados da realidade de seus países. Pelo contrário, há um empenho em manter estes cursos renovados, atualizados e com uma exigência do nível de ensino por parte dos professores e alunos que ocasiona a manutenção (até mesmo a elevação periódica) da qualidade dos cursos. A proposta para os nossos cursos passa por aí. Pela competência, eficiência, trabalho sério e força de vontade. Sempre com gosto, sempre tendo em mente que vamos nos preparar para trabalhar com o prazer, afinal turismo é muito bom e quase todos gostam. Saber, Fazer, Lazer. Um coquetel interessante.

O JORNALISMO E O ESPAÇO PÚBLICO

Marcel CHEIDA
(Professor do IAC/PUCAMP)

Uma das principais preocupações da Ética Jornalística é tentar delimitar as funções político-morais que a notícia tem na sociedade. A informação, um bem social, só pode ser compreendida no âmbito ético-jornalístico como propriedade coletiva, cuja finalidade é dotar a sociedade de elementos vitais para a sua estruturação ou reestruturação. Isto é, os dados provenientes do pensar e da construção social constituem-se em instrumentos de valor político para a sociedade alinhar planos de vida, seus projetos político-econômico-culturais e, através deles, conquistar benefícios para a vida individual, familiar e comunitária. Estes benefícios são de ordem material, intelectual e espiritual. Desta forma, a informação apresenta-se como elemento estrutural e conjuntural do complexo social, a condicionar formas e conteúdos de pensar e agir, numa interrelação convergente e divergente, a fim de possibilitar a aventura humana no plano das atividades cotidianas.

Não podemos pensar a informação, seja jornalística ou não, como um mero instrumento operacional de atividades descontextualizadas, isolada do procedimento social. A informação é valor indispensável à vida.

Ao analisarmos o sentido etimológico da palavra, *in formare*, ou seja, dar forma, notamos que sua raiz pertence ao indivíduo em sua totalidade humana. No **Eu**. A informação significa a transformação do

sentir/pensar em registros simbólicos, culturais, como a palavra escrita, falada, a imagem, o som etc. É através deste mecanismo que o indivíduo pode colher e transferir à comunidade e à sociedade subsídios inerentes à sua condição social. Dar forma ao subjetivo para objetivá-lo rumo ao contexto social. É a expressividade.

O professor Antônio Quadros, da Universidade Católica de Lisboa¹, demonstra essa ação/relação entre indivíduo/sociedade, entre o subjetivo/objetivo ao relacionar o sentido da liberdade como mecanismo estimulador e orientador deste procedimento. Segundo o mestre, o homem conjuga a liberdade e a informação nos seguintes planos: "liberdade de comunicação", "liberdade de expressão" e "liberdade de pensamento". Esses três planos complementam-se e só quando correlacionados de fato ocorre a objetivação do subjetivo.

A liberdade de expressão cimenta o ato de informação. É a concretização material do sentir/pensar. A liberdade de expressão possibilita a exteriorização do SER rumo ao social.

A liberdade de comunicação ocorre no plano social, fundamentalmente. É a capacidade de os cidadãos trocarem informações (subjetivo objetivado) numa cadeia complexa de relações e interações comunitárias. É a comunhão do sentir/pensar no campo social, já montado em vontades exteriorizadas. É a comunhão do saber que reflete, de forma concreta, as vontades e anseios em bases de registros convencionadas. A notícia jornalística é o dado material mais convincente deste plano, numa sociedade massificada, industrial, urbana, pois está registrada em mecanismos legitimados e contruídos socialmente exatamente com essa intenção: a de favorecer a comunhão, de garantir a informação como um bem comum ao interesse dos vários públicos.

A liberdade de pensar compõe o círculo que se fecha no trinômio. O pensar é estimulado a partir do consumo de informações. Segundo o professor Quadros, a liberdade de pensar existe quando o indivíduo "tem a capacidade de pensar por si próprio, pensar que não é repetir o já pensado, o aprendido em cartilhas de várias ordens, as fórmulas que de todos os lados pretendem enquadrar-nos e orientar-nos".

A informação origina-se da necessidade de o indivíduo subjetivar e exteriorizar sua "visão de mundo", numa atitude imanentemente social. Ao exteriorizar ou expressar seu saber, o indivíduo torna-se ator da comunicação e age para a construção da realidade social em comunhão a outros indivíduos. O procedimento social só pode acontecer em plenitude quando a liberdade, a autonomia e o li-

vre-arbítrio – configuram-se como valores inerentes à ação social. O fato, portanto, é construído.

A plenitude, no entanto, pode ser barrada ou dificultada quando as instituições deixam de fornecer instrumentos adequados à ação individual. Nega-se o pensar, o expressar e o comunicar. A censura, em suas várias formas, é o instrumental mais característico neste caso. Porém, ela também é componente do agir social, político e cultural já que provém das condutas estereotipadas e preconceituosas, marcadas fundamentalmente pelo não saber, pelo ignorar da realidade social em suas causas e contextos.

A função social da informação é contribuir para a sociedade refletir a si própria e aos mecanismos de construção de sua realidade. A informação (a censura também é um tipo de informação) é o alimento da construção político-econômico-cultural que vai robustecer o procedimento humano. Deve ser tratada no campo ético. A disciplina das normas de tratamento da informação precisam ser claras e condizentes com o contexto onde está inserida a fim de ampliar os benefícios projetados socialmente.

Ocorre que o sistema político-econômico (fundamentado no ideológico e nas diferenças das classes sociais) serve de contraponto para que a informação torne-se socializada, popularizada. Ao encararmos o Estado e seu gerente, o Governo, como instituições responsáveis pela execução dos planos organizacionais, teremos mais um motivo para conceituarmos a importância da informação em todo leque social. Os fatos e saberes conquistados pela humanidade e tijolos da realidade cotidiana são importantes e vitais à medida que cimentam a relação de comunhão. Neste caso nos deparamos com a univocidade dos fenômenos, em divergências e convergências num plano dialético que redundam na história, ou na concretização do projeto social.

O Governo, em seu papel de guardião das leis e das normas morais, apresenta freios, todavia, que reduzem a concretização e a eficácia desses planos. A própria característica do poder em conservar o já conhecido e manipulável, o seu pragmatismo, estimula aos governantes adotarem procedimentos de controle e segurança para a ordem política e coloca-o como um fim em si mesmo. Assim, o descontentamento social com a ação política governamental passa a ser visto como elemento ameaçador do conservadorismo renitente, do poder como fim.

O Governo sempre surge como empecilho para o fenômeno da construção da realidade cotidiana de cada um, para cada comunidade poder atingir, com maior eficiência e primazia, os objetivos pretendidos. É o

Governo ecimado em instituições sociais identificadas com o regime vigente, o responsável pela efetivação da censura como mecanismo inibidor da livre troca de informação, da livre expressão, do livre pensar. As três situações interpenetram-se, são independentes para o consecução da participação política do indivíduo no espaço público. O Governo toma para si apenas essa capacidade.

Numa sociedade de massa, calcada em empresas de comunicação, cujo produto de consumo é a informação, o Jornalismo torna-se alvo primário da ação censória. Seja governamental, seja privada.

Temos a observar que a nova Carta Constitucional brasileira aboliu todas formas de censura. A lei, portanto, vai garantir a liberdade de expressão, de pensar e comunicação. Mas, não é o fim da censura informal. A prática censória está presente na conduta humana também como elemento delimitador da ação projetada para o social. A reprodução desse comportamento reforça o seu sentido pragmático.

É na esfera do Estado que a censura torna objeto maior de discussão, pois atenta contra a forma censória muitas vezes adotada pela sociedade.

O Estado, segundo Max Weber² busca monopolizar a violência dando-lhe caráter de legitimidade, pois embasada conceitualmente no processo de representação político-institucional. Os Governos autoritários montam e mantém os mecanismos censórios (oficiais ou não) para assegurar a ordem conjuntural e estrutural a fim de o poder não escapar das mãos dos governantes. É a violência contra a iniciativa das comunidades em trocar informações. O Governo viola a essência humana voltada para a construção da realidade social ao impedir e colocar obstáculos à livre comunicação. O fato de a lei proibir qualquer tipo de censura não quer dizer que ela acabou de fato. A prática política como luta pelo controle dos instrumentos do poder precisa da censura para sonegar informações que podem servir de armas pelos adversários contra o autor de decisões governamentais ou mesmo institucionais no campo privado.

A Imprensa

A Imprensa é informação em seu momento mais articulado, patenteada pela industrialização contemporânea que a reproduz e a multiplica para diversos públicos. Numa sociedade urbano-industrial, os meios de informação massivos constituem-se na forma ampliada multidirecional da informação. Mediante suas condutas podemos diagnosticar a existência

ou não da liberdade de comunicação, expressão e pensar. Pode-se admitir que a Imprensa (ou os meios de informação) marca melhor o registro das intenções censórias, parciais ou totais, que procuram atingir exatamente o compromisso imanente do indivíduo em se estruturar socialmente no mundo contemporâneo.

A Imprensa simboliza a projeção do indivíduo para o mundo, numa extensão tecnológica. Seu perfil desenha-se a cada instante no período de vida num Estado. A Imprensa procura encadear um processo cíclico³ de contra pontos sociais e oferece uma visão multiparcial, ainda, da construção desta realidade cotidiana. O conjunto de informações registradas na Imprensa notabiliza esse processo de planejamento social direcionado e condicionado por múltiplos valores.

A informação jornalística passa a significar a manifestação do pensar social/individual num projeto complexo de expressão. Ela é a forma do sentir/pensar daquele instante cotidiano. No instante diário, a informação ocorre parcial. No plano sucessivo temporal permanece parcial, ainda fragmentada como é o cotidiano. As convergências que surgem nesse processo alimentam ainda mais os planos e projetos sociais, enriquecendo-os de dados positivos, reveladores desde que lidos e decodificados explícita e implicitamente. Ler a Imprensa exige atenção para seu contexto e não apenas para o seu registro diário, aparente na página do jornal, na tela de TV ou no aparelho radiofônico.

É exatamente por esse motivo que a ação deontológica do Jornalista deve ser compreendida como fator preponderante para desmistificar tabus e totens da Imprensa, fundamentalmente num País onde o senso comum é acionado pelas credices e crenças estereotipadas, projetadas para todo leque de atividade social do indivíduo.

O jornalista tem a obrigação de conhecer seu papel, sua responsabilidade social, sua função comunitária. Instrumento do contexto e do projeto sociais, o jornalista encara diariamente o processo de construção da realidade cotidiana, servindo de instrumento manuseador da informação⁴. Seus apetrechos técnico-profissionais devem ser aperfeiçoados, antes de tudo, sob a inspiração ética e não somente operacional, caso contrário o profissional tenderá a agir dentro de padrões anti-éticos.

Imparcialidade e Isenção

A discussão sobre imparcialidade e isenção jornalísticas procura um ponto de partida que no Brasil ainda não foi estabelecido de forma

clara e didática. Simplesmente afirmar que o jornalista não deve tomar partido ou deve ser isento para construir uma notícia ou reportagem neutra não passa de ingenuidade produzida pelo senso comum e pelo mito do profissional justo, honesto, enfim, do "quarto poder" com juízos acima do homem comum. Ninguém é imparcial e isento a ponto de entendermos esses conceitos como objetivados diariamente nas páginas dos jornais, nas telas de TV e emissoras de rádio. A imparcialidade e a isenção apenas norteiam o trabalho profissional. Não são fatos e atitudes acabadas, perfeitas. São conceitos humanos impressados pela relação cotidiana do repórter e do meio de informação com os vários interesses priorizados pelos segmentos sociais condicionantes do processo de construção e transformação, manutenção e conservação da estrutura e da conjuntura que dão o perfil de uma sociedade.

A ação imparcial tem muito mais um carácter de operação profissional rumo à fragmentada verdade factual, enquanto que a isenção serve para o jornalista se atentar para seus sentimentos e emoções e administrá-las constante e progressivamente, adequando-as ao cotidiano enfrentado por idiosincrasias e dificuldades inerentes à investigação do fato. O papel de jornalista é partidário, no contexto social. Sua função explícita a parcialidade da ação profissional, enquadrada no compromisso ditado pela linha político-editorial da empresa de informação. Os condicionantes técnico-operacionais também contribuem para o jornalista projetar suas questões à relação social no qual está inserido. Sua ação, portanto, tem partida nesses condicionantes de interrelação e integração sociais que se formam notadamente no plano ideológico⁵.

O jornalista é partícipe. A participação é imantada à comunicação, no sentido pleno, realizável da troca do saber no campo sócio-cultural. Ver o partidarismo, mesmo jornalístico, como degradante é inverter o sentido e o papel do indivíduo na sociedade.

Mas, pode-se falar na imparcialidade operacional da elaboração do texto, a partir da coleta dos fragmentos factuais da reportagem. Afirmamos a considerar apenas uma técnica de investigação cujo objetivo é dotar o texto jornalístico de uma característica pluriversal. É o compromisso social, novamente uma atitude partidária, manifesto na responsabilidade deontológica do profissional. Mesmo assim, humildemente, o jornalista está arranhando a realidade cotidiana, obtendo as verdades factuais que compõem o fato-alvo. Novamente, é a parte desenhada. Novamente, o parcial dá forma ao conteúdo.

A administração dos sentimentos e emoções pelo profissional da Imprensa é outra atitude ética inerente ao papel exercido pelo Jorna-

lista. O corpo e mente; sua subjetividade sempre reagirá a fatos que estimulem o emotivo. Essa reação, no entanto, varia de indivíduo para indivíduo, de consciente para inconsciente e vice-versa. E se estimula o inconsciente, temos de lembrar Freud que afirmava o seu papel autônomo e independente, cuja "lógica própria" diferencia-se em gênero, número e grau da razão consciente. Inconsciente indecifrável que alimenta o consciente do jornalista com reações que podem, parcialmente, ser administradas. Aí, a isenção toma um caráter de formalidade explícita para a operação jornalística atender certos padrões de conduta técnica motivada pelo conteúdo político ideológico do meio de informação. E a isenção é tema da discussão deontológica da profissão, num primeiro momento, para justificar a instituição imprensa como "fiscal das instituições sociais" legitimando-a numa "neutralidade", inexistente de fato, mas presente nos discursos românticos, retóricos e inconseqüentes daqueles que ainda não compreenderam o papel político do jornalismo.

Se atentarmos para o estudos de Hanna Arendt⁶, verificaremos que todo ser humano e as instituições raciocinam no espaço público, fundamentados em projetos de ação direcionados para o futuro, no âmbito material ou não. Desta forma, a Imprensa exerce um papel concreto de participação política ao objetivar as expressões de pensamento, num ato diário de veicular informações. Estas, conseqüentemente, estimulam reações de todas as formas em vários públicos. Posteriormente, surgem os eventos responsáveis, como afirmava a pensadora política, pela história. É nesse contexto que a emoção e o sentimento do jornalista convivem. Seria ingênuo, para não dizer incongruente, afirmar a isenção profissional como possível em sua totalidade, como fosse provável apagar do indivíduo jornalista toda uma formação psíquica e afetiva que dá à condição humana sua justificativa de ser.

O jornalista e a Imprensa agem parciais e envolventes nos atos da transparência dos órgãos governamentais. A Imprensa é meio de mão teres produzem diariamente na ânsia de conseguir a informação como um bem desafiador, voltado para a construção do social. E é exatamente esta atitude a responsável pelo crescimento intelectual, também, de cada profissional, além de enriquecer sua formação moral e deontológica comprometida com a liberdade, sem a qual o espaço público e institucional não seriam possíveis.

Quando o jornalista presencia, mesmo fria e profissionalmente, um ato brutal, corruptor, a indignação surge em maior ou menor grau. O ato, antes de tudo, vai impelir o ser humano a reagir e ao jornalista assumir seu papel social investigando o fato e publicando-o. Sem a liberdade que

possibilita a ocupação do espaço público e a transmissão da informação para os públicos, essa indignação não seria transformada em empenho profissional para que o retrato da verdade factual persuadisse corações e mentes dos leitores, telespectadores e ouvintes. É o engajamento jornalístico que substancia a atitude profundamente política do profissional, portanto partidária (porque não neutra) e envolvente na dimensão social.

Ao entendermos a isenção e a imparcialidade como possíveis de acontecerem, teremos de rever as teorias sobre a totalidade do ser humano. As suposições de ambas compõem, de fato, o comportamento do profissional não passa de uma falácia que pretende fragmentar o homem em várias personalidades, numa esquizofrenização não só do indivíduo como também da instituição.

São a emoção e a parcialidade comprometidas, engajadas, apaixonadas e envolventes que motivam o indivíduo sacrificar-se em busca de uma denúncia que poderá reverter uma situação. Será no agir profissional que o jornalista tentará restabelecer-se e utilizar do pragmatismo para emoldurar sua conduta e, assim, poder enxergar melhor os detalhes do objeto investigado. E esse comportamento não deixa de ser apaixonado.

Cabe observar, contudo, que essa paixão não pode ser confundida com embotamento dos sentidos propiciado por alguma anomalia psíquica, ou por alguma somatização. A emoção deve, sim, ser administrada de acordo com a fundamentação técnico-profissional adquirida teórica e experimentalmente pelo jornalista.

Ação política

O jornalista exerce uma ação política diária. Ele investiga os eventos formadores do caldeirão social e da construção da história e fornece novos elementos para que esses processos possam ser compreendidos, alterados, criticados, revistos e concluídos, parcial ou totalmente, se possível. Ao "fiscalizar e investigar" os atos decisivos do Governo e a constante construção do Estado, a Imprensa tem um papel político concreto. Ela colabora para detectar as prioridades sociais que alavacam os projetos governamentais para culminar em eventos posteriores, dirigidos à sociedade. Quando ocorre a omissão do governante, ou este é flagrado em atos suspeitos, a Imprensa tem o dever de denunciá-los na tentativa de estimular as instituições responsáveis a acionar seus mecanismos de correção. Estas instituições passam também a ser fiscalizadas, bem como a própria Imprensa deve ser investigada pela sociedade e pelos profissionais a fim de restabelecer suas rotas e reparar erros em seus planos.

Todo esse panorama é delimitado no espaço público. Aí, a atitude política está tão presente e constante. Através dela, a construção social pode encontrar momentos mais críticos numa amplitude tal a ponto de alcançar maior número de cidadãos para obter o amálgama da opinião pública, a última instância, do ponto de vista democrático, a ter legitimidade para impulsionar a vontade social. Somente a censura, oficial ou informal, constitui-se em instrumento sonegador dessa possibilidade, portanto do direito da sociedade se organizar a partir de informações concretas e necessárias para sua sobrevivência. Pela natureza dos governos, a censura é algo partícipe de suas performances. Determinados fatos são considerados estratégicos para a conquista de determinados objetivos. Neste caso, a censura torna-se um elemento legitimado desde que justifique institucionalmente, tanto pelo Poder Legislativo como pelo Judiciário, a ação estratégica do Executivo na manipulação de determinados dados de interesse nacional.

Ocorre que no caso brasileiro muitas intenções e atos inconscientes de governantes tomaram rumos escabrosos, dada à ação censória, ilegítima, aplicada pelo Executivo principalmente. A falta de maior fiscalização e a conseqüente punição de atos lesivos à sociedade e ao patrimônio público impelem a atitude de muitos governantes e altos funcionários a agirem sem qualquer respeito ao que não lhe pertence. A barreira burocrática e policial armada em torno desses núcleos de decisão do poder governamental criada nos idos da ditadura militar e ainda em vigência graças à estrutura centralizada que não foi desmontada impede melhor desempenho dos meios de informação. Estes, todavia, também, em grande parte, compactuam com esses *modus operandi* uma vez que muitos de seus proprietários e diretores, quando não jornalistas, pertencem aos círculos de poder, de uma forma ou de outra. O prejuízo dessa situação fica mais uma vez para a sociedade que não consegue, pelo menos por enquanto, quebrar o verniz censório informal que reveste as paredes do poder.

A Imprensa, empurrada pelas exigências da opinião pública, é uma alavanca ou cunha para tentar abrir brechas nessas paredes e, desta forma, conseguir legitimar-se ainda mais como instrumento de informação para parcela significativa da sociedade. Esta atitude é eminentemente política, pois carregada de responsabilidade e comprometida com a conquista da transparência dos órgãos governamentais. A Imprensa é um meio de mão dupla. Fiscaliza o governo e suas instituições políticas, as instituições sociais ao mesmo tempo que recebe da opinião pública "feed-back" sobre suas ações. Em menor ou maior grau, esse comportamento funciona, com maior ou menor eficiência político-social.

O JORNALISMO E O ESPAÇO PÚBLICO

No Brasil, sempre Brasil, esta Imprensa, também, comete deslizes e falácias condicionadas pela presença majoritária do oligopólio patronal que muitas vezes omite-se em revelar ações prejudiciais à sociedade. Ainda mais num País onde a maioria dos meios de informação jornalística está nas mãos de poucos grupos familiares, geralmente oriundos de famílias tradicionais, cujos jornais, rádios e emissoras de TV são tratados provincialmente. Portanto, o resultado de seu trabalho não nega a visão preconceituosa de uma aristocracia e uma plutocracia comprometidas com o conservadorismo reinante.

Sob outra ótica, os meios de informação transformaram-se em alvo dos interesses puramente políticos-pessoais de muitas personalidades que buscam galgar as escadas do poder através da divulgação de suas idéias e discursos, massificando-os, pois compreendem o papel que a Imprensa está exercendo numa sociedade urbano-industrial que caracteriza o Brasil hoje. A aquisição de inúmeros meios de informação por esses personagens tomou ritmo mais intenso e um diapasão com maior amplitude, uma vez que, paralelamente, as empresas consolidadas vêm essas aquisições não só sob o prisma ideológico-político, mas também empresarial. São novos concorrentes agarrados às amarras governamentais, com capacidade de manipular grande número de indivíduos em várias regiões.

Tipos de Censura

A palavra censura é de origem latina. Entre os romanos, cabia ao censor, funcionário público, recensear a população e "velar pelos bons costumes". Como a lei constitui-se em uma codificação de regras destinadas à convivência política e social, aplicadas pelo Estado — que é seu instrumento revelador da organização administrativa —, a censura tem uma conotação ampla e estritamente legal, num primeiro plano, uma vez que esses Governos incumbem-se ainda de fiscalizar e velar pelos bons costumes. Com base nessa tradição legal, a censura passa a ser um instrumento de objetivação administrativa da moral cultivada por uma sociedade. O Estado, instituição sócio-política, tem no Governo o seu agente responsável pela administração da ordem social, portanto defensor dos interesses morais de uma sociedade.

Ocorre que os Governos atuais encontram na justificativa à defesa da moral e bons costumes um argumento considerado valioso para projetar a dominação ideológica de classes para controlar o comportamento moral dos indivíduos, mesclando a ação administrativa gover-

namental com os interesses pessoais e classistas dos governantes. A moral e os bons costumes alavancam a ação ideológica do governante, que utiliza desse tema em seus discursos para tentar construir leis destinadas ao controle social, mas matizadas pelo linguajar moralizante.

Temos aí, portanto, a interferência governamental no processo cultural que constrói as normas morais. Como o comportamento moral é um dado delimitador da ação do indivíduo, o Governo se instrumentaliza de leis — mesmo autoritárias e ilegítimas, quando em regimes excepcionais principalmente — cujo teor deflagra uma tênue argumentação moralista. Assim, possibilita um controle maior da sociedade através da manipulação ideológica. O “subversivo”, o “agitador”, por exemplo, são elementos que atentam, na linguagem oficial, não só contra a ordem social como contra o “Estado” — notem bem, o Estado aí é confundido com o Governo. Desta forma, cabe ao governo zelar pela lei e aplicar seu poder de polícia (violência legitimada) para impedir o acusado de agir contrário à lei (neste caso confundida com norma moral pelo senso comum) e puni-lo.

Como a denúncia à opinião pública, pelos meios de comunicação, constitui-se em elemento altamente agressor do *status quo* dos governantes e também daquelas instituições e cidadãos que pertencem à classe dominante, a Imprensa é uma das primeiras a sofrer com a censura. Ou seja, a classe governante e a dominante passam a obstruir o fluxo de informação necessária à sociedade e à opinião pública para poderem estabelecer parâmetros para a ação governamental, que se reduz a um meio de dominação.

No Brasil, a censura está presente no cotidiano da Imprensa ainda. Também as diversões públicas, sob o argumento de que ajudam a formar personalidades e dirigirem-se à moral e bons costumes, são censuradas.

Tipos de censura

A censura no Brasil ocorre no plano legal (formal) e informal. No Plano legal, há a decretação da censura prévia e a posterior à publicação editada por um órgão de comunicação. Ainda há a censura formal praticada às emissoras de rádio e TV, concessões governamentais, via Código de Telecomunicações e decretos-leis. Como o Governo fundamenta-se na doutrina sobre administração do espaço aéreo, através do qual são transitadas as ondas de rádio e TV, ele controla a programação dessas emissoras com base na tradicional preservação da moral e bons costumes.

A censura prévia era praticada antes de qualquer publicação ser editada. Acontecia nas redações de jornais e revistas. O censor impedia a divulgação de determinados temas antes mesmo de sua produção redacional.

A censura posterior caracterizava-se pela fiscalização censória após a publicação estar pronta e rumo aos pontos de venda.

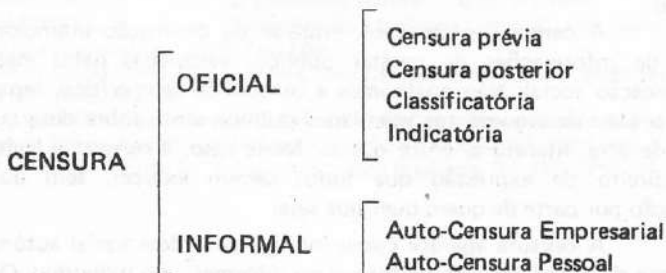
Ainda, no plano legal, há a censura classificatória, destinada ao controle dos meios de diversão pública, tais quais cinema, teatro etc.

Agora, com a nova Constituição, a censura indicatória se faz presente. Isto é, os órgãos governamentais apenas indicarão ao público quais matérias de diversões públicas correspondem às mais variadas faixas etárias. Este tipo de censura não tem caráter proibitivo, apenas crítico.

Mas, a mais perigosa, porque dissimulada, é a censura informal. Aquela praticada no cotidiano pelas próprias pessoas envolvidas nos meios de comunicação e pelos indivíduos ligados às instituições privadas ou públicas. Neste caso, há a censura externa aos meios de informação. As pressões, de ordem econômica ou política (neste caso, é o poder político interferindo informalmente no fluxo de informação pública) são exercidas sobre os proprietários de empresas de comunicação ou diretamente sobre os jornalistas ou produtores de espetáculos.

Há ainda outra perigosa e grave forma de censura: a auto-censura. Esta é praticada pelo personagem central responsável pelo manuseio da informação. O jornalista, cujos interesses pessoais desaguam em relacionamentos suspeitos, e o próprio proprietário do meio de informação, cioso de seus interesses econômicos e relacionamentos políticos e até sociais.

Num quadro, podemos assim designar a censura e suas formas:



Desta forma, a censura toma corpo em meio à sociedade que deixa de receber informações necessárias à construção de sua vida cotidiana, nos planos econômico, social, político e cultural. Salienta-se que toda forma de censura tem origem no componente ideológico somado à atitude preconceituosa e estereotipada que muitos carregam num plano falsamente moralizante, ou político-econômico.

Temos aí outro problema: se o Estado, conforme conceituação de Max Weber, é a instituição que advoga para si a legítima monopolização da violência, a censura oficial pode ser compreendida como um dos vícios cometidos pelo Governo em nome da preservação do Estado, conseqüentemente, da ordem moral da sociedade. A mistura de conceituações faz parte da prática cotidiana do poder governamental, portanto. Confunde-se lei com norma moral. Enquanto aquela tem no Estado seu canal de construção e aplicação, esta tem na sociedade e basicamente nas comunidades e, em último grau, no livre-arbítrio do cidadão, a sua base para concretizar-se. Delimitando espaços, a norma moral precede a norma legal, mas num regime de excessão (ditatorial ou totalitário) a situação inverte-se. Neste caso, o Governo vai monopolizar, de forma ilegítima, a violência contra a liberdade do cidadão em manter-se proprietário legítimo da informação, um bem social antes de tudo.

É claro que esta informação trata-se dos dados de caráter público, ou seja, que têm origem e influência final no contexto social. A informação de caráter privado, individual, portanto dependente da vontade e desejo do indivíduo em mantê-la nos limites de seu espaço de cidadão, deve ser preservada e respeitada principalmente pelo Governo. Este, conseqüentemente, só obterá legitimidade de ação ao controlar a informação quando isto for reconhecido de forma clara e transparente pela sociedade, através de leis votadas democraticamente num regime onde o Parlamento tenha soberania e independência para decidir ao representar o cidadão.

A censura, neste caso, trata-se da obstrução intencional do fluxo de informações de caráter público, veiculadas pelos meios de comunicação social. Não analisamos a censura de teor crítico, reparador, como o caso de argumentos veiculados publicamente sobre determinadas obras de arte, literatura, entre outras. Neste caso, a censura é legitimada pelo direito de expressão que todos devem exercer, sem qualquer obstrução por parte de quem quer que seja.

A censura aparece como inimiga da ordem social autônoma e violadora da liberdade, seja ela formal ou informal⁷, do indivíduo. Quando a censura ocorre, o jornalismo deixa de se justificar como instrumento do

ordenamento social e político soberano. A Imprensa sofre um processo reducionista para ser instrumentalizada pela intenção de dominação, reproduzindo, assim, o controle pela força dissimulada no impedimento do fluxo de informação.

Mesmo quando a censura compõe um arcabouço legal, legitimado pela decisão parlamentar representativa, o jornalismo permanece como elemento também legitimado pela expectativa social em conhecer os rumos e decisões governamentais censuradas. Temos um conflito, ou então, uma concorrência legitimada. O Governo de um lado busca preservar determinadas informações em seu caráter de segurança. Já, a Imprensa empenha-se em conhecer essas informações, embalada pela vontade social em configurar pólos contraditórios que, equilibrados, possam atenuar a monopolização dominadora.

Essa contradição está presente em todos instantes sócio-políticos. Esse fenômeno contribui para que a Imprensa continue livre de amarras, que a informação permaneça como produto de uma unívoca entidade, a sociedade. Esta ampara, portanto, governo e Imprensa, dando-lhes limites e poder para concorrerem entre si. Quando um ultrapassa o limite de ação, interferindo de tal forma a inibir a outra instituição, quebra o equilíbrio e a sociedade sofre de esquizofrenia política. Ela divide-se das instituições de poder, que, no entanto, continuam como fenômenos sociais, mas ilegítimos.

NOTAS

- (1) QUADROS, Antonio. "A Porta Estreita". In Revista Reflexão 39. PUCCAMP, pág. 39.
- (2) WEBER Max. "Ciência e Política: Duas Vocações". Cultrix, SP, 1985. Pág. 57.
- (3) MARCONDES Fº, Ciro. "O Capital da Notícia". Ática, SP, 1986.
- (4) LASSWELL, Harold. In "Comunicação e Indústria Cultural". Org. Gabriel Cohn. Cia Editora Nacional, SP, 1978. Pág. 105.
- (5) MARCONDES Fº, Ciro. "O que todo Cidadão Precisa Saber sobre Ideologia". Global, SP, 1986. Pág. 28.
- (6) VON ZUBEN, Newton A. "O "Homo Faber" e a Mundanidade do Pensamento Político de Hanna Arendt". In Revista Reflexão 38. PUCCAMP, 1988. Pág. 7.
- (7) VAZQUEZ, Adolfo S. "Ética". Civilização Brasileira, RJ, 1985. Pág. 54.

BIODANÇA - UM SISTEMA TERAPÊUTICO

Maria Stella ORSINI
(Professora da ECA - USP)

Entre os cuidados teóricos preliminares para o estudo deste assunto, cumpre assinalar a diferença fundamental que existe entre as Psicoterapias Tradicionais e a Biodança.

As Terapias Cognitivas trabalham a nível verbal, com significados, e a palavra chave, em Psicoterapia, é **Consciência**. O percurso de sua atuação inicia-se no nível cognitivo, passando pelo córtex para atingir o hipotálamo. Em outras palavras, o caminho percorrido vai dos significados às vivências. Diferentemente dessa atuação, a Biodança trabalha essencialmente com vivências, sendo sua trajetória oposta à das Terapias Verbais, isto é, vai das vivências aos significados. A palavra chave em Biodança é **Vivência**. Do ponto de vista biológico, ao lidar basicamente com o mundo dos instintos e das emoções, o caminho trilhado pela Biodança parte do nível vivencial, passa pelo hipotálamo para atingir o córtex, permitindo uma regulação visceral. Ao estimular o cérebro das emoções — cérebro interno — a Biodança estimula o sistema regulador visceral. Em termos de estrutura cerebral a Biodança concentra sua atuação mais no arquicórtex, cérebro antigo, ou ainda, sistema límbico-hipotalâmico. Em contraposição, as Terapias Verbais estão mais concentradas no neocórtex.

Sendo a Biodança um sistema de integração corpo e mente que favorece o desenvolvimento do potencial humano — utiliza uma técnica de

BIODANÇA – UM SISTEMA TERAPÊUTICO

indução de vivências integradoras através da dança, do conto, da música e de exercícios de comunicação em grupo. Nesta perspectiva, ela trabalha com vivências e não com elaboração cognitivo-verbal, embora não exclua o mundo das operações concretas do pensamento simbólico.

Um outro cuidado teórico importante consiste num exame mais detalhado do grande valor da vivência no sentido da íntima relação que existe com a aprendizagem. Como sabemos, a aprendizagem envolve todo o organismo e não apenas a cognição. Ora, se os três níveis da aprendizagem não forem atingidos — o cognitivo, o vivencial e o visceral — o sistema está comprometido e as respostas são dissociadas.

Essas observações iniciais ressaltam os seguintes aspectos da Biodança:

1) é um sistema terapêutico mais para sentir do que para pensar. Ao pensamento cartesiano "Penso, logo existo", a Biodança propõe "Sinto, logo existo".

2) é um sistema terapêutico não interpretativo;

3) é um sistema terapêutico não verbal e sim cinestésico-vivencial;

4) é um sistema terapêutico não analítico e sim holístico.

Para que possamos compreender a noção de sistema terapêutico é necessário antes esclarecer a origem do nome Biodança e seu início histórico.

O chileno Rolando Toro Araneda — criador da Biodança — foi professor de Psicologia da Criatividade da Universidade Católica do Chile e Docente do Centro de Estudos de Antropologia Médica da Escola de Medicina da Universidade do Chile, além de ter trabalhado no Hospital Psiquiátrico de Santiago. Atualmente exerce sua profissão em São Paulo.

Sua pesquisa surgiu como decorrência de um ensaio experimental no Hospital Psiquiátrico de Santiago no ano de 1965. O objetivo era buscar diversas técnicas de desenvolvimento para "humanizar a medicina": Psicoterapias de grupo na linha de Rogers, Arte Terapia (Pintura, Teatro), Psicodrama. Sua primeira atitude foi substituir os tranqüilizantes por música e dança. Artista amador no campo da poesia, pintura e fotografia, Toro sabia que a arte, sobretudo a música e a dança, são poderosos agentes terapêuticos que ainda não tinham sido suficientemente aproveitados.

Uma "arte de viver"

Algumas observações acerca dessa dança-música merecem ser feitas. Modernamente a dança não é considerada apenas como uma arte, mas se vincula àquilo que sempre foi desde sua criação pelos povos da antiguidade: uma "arte de viver". Esta visão corresponde ao objetivo primordial da Biodança. Numa perspectiva semelhante àquela que adotamos aqui, Maurice Béjart, no prefácio da obra de Roger Garaudy "Dançar a Vida", discorre sobre a solidão do homem moderno no seio de uma civilização dilacerante. Para este artista, o homem não sofre apenas de solidão, mas também, e principalmente, de uma divisão profunda de seu ser. Argumenta que dissociamos a educação do corpo da educação do espírito e ambas desse centro que alguns chamam de coração e outros de intuição. E, com a lucidez de um verdadeiro educador, escreve:

"Dançar é tão importante para uma criança quanto falar, contar ou aprender geografia. É essencial para a criança, que nasce dançando, não desaprender essa linguagem pela influência de uma educação repressiva e frustrante."

(Garaudy, 1980, pp. 8-10)

A dançarina argentina, Maria Fux, nos ajuda a perceber a importância de experienciar o próprio corpo:

"Que maravilha seria se soubéssemos comunicar-nos com o nosso corpo, estimulados pelo desejo de expressar-nos com a música ou sem ela, mas fazendo do corpo um instrumento de comunicação entre o que queremos fazer, entre o que podemos fazer e entre o que vamos descarregando para podermos nos expressar." (Fux, 1983, p. 67)

Da mesma forma que a dança, a música deve ser vivida na totalidade. A percepção musical, não é só um ato auditivo. Escuta-se música com todo o corpo, ou melhor, com todos os tecidos corporais. Seus efeitos envolvem não apenas o "psiquismo" e as emoções, mas também influi nos limiares de resposta hipotalâmica, no equilíbrio neurovegetativo e na homeostase. A ação da música nos seres vivos é indiscutível e as pesquisas que analisam a relação entre música e organismo corroboram que, ao lado das modificações psicológicas, as pessoas experimentam, por intermédio do sistema nervoso vegetativo, fenômenos físicos. Assim, a música exerce uma repercussão sobre as funções orgânicas. (Carvalho

Ribas, 1957, p. 181). Ademais, os estudos realizados em musicoterapia demonstraram que o som, a música e o movimento podem produzir efeitos regressivos e abrir canais de comunicação, com o intuito de recuperar o paciente para a sociedade. (Benenson, 1981, p. 13). Do ponto de vista terapêutico, a única maneira de abordar o autismo é com música e carícia. Em resumo, percebemos a música não só do ponto de vista cognitivo, mas também com nossa sensibilidade, emoções, -instintos. É, portanto, uma experiência de totalidade.

O ritmo está nos seres humanos

Essas breves incursões pelo mundo da dança e da música visaram dar relevo às pesquisas iniciais de Toro. Verificou ele que certas músicas conduziam facilmente a estados de transe. Nestes casos, as alucinações e delírios se acentuavam, podendo durar vários dias. Os doentes que tinham uma identidade mal integrada, se dissociavam mais ainda quando realizavam certos tipos de movimentos. Passou a selecionar músicas e danças que pudessem reforçar a identidade. Propôs também exercícios de contato para dar limite corporal. O resultado foi significativo: em muitos doentes houve diminuição das alucinações e, por outro lado, aumentou a comunicação. Como foi exatamente a música suave e os movimentos lentos que pioravam o quadro patológico dos enfermos, Toro resolveu agir de maneira diferente: introduziu a dança rítmica. Sabemos que é o ritmo que nos vincula mais profundamente com a natureza. O ritmo está nos seres humanos e é necessário descobrir o corpo como origem musical: o ritmo está na respiração, na circulação de nosso sangue, nos atos de amor, na gestação, no crescimento físico e mental, no caminhar, na voz, no grito, no choro, na risada, no bater palmas, no sapatear, no castanholar, enfim, em toda movimentação do corpo. O ritmo está no Universo: desde tempos remotos o homem percebeu que o Universo estava regido por padrões rítmicos. No homem primitivo, a percepção da totalidade era algo natural. A sucessão dos dias e das noites, as fases da lua, o nascer e o ocaso do sol, o ritmo das quatro estações, o vaivém do mar, a melodia do vento, etc. (Toro, 1986, pp. 21-22). Nesse contexto, podemos compreender a importância do ritmo e enfatizar que é ele quem dá estrutura e estabilidade a um sistema. Quando se perde o ritmo, o sistema se transforma em caos.

Estudando os efeitos de cada exercício e das músicas, Toro chegou ao desenho mais simples do modelo teórico. Traçando uma linha horizontal, temos o "continuum" Identidade-Regressão. Para os seguidores

deste sistema, Identidade é a percepção e consciência de si mesmo e do mundo. É nossa essência. É corporal, flui através do nosso organismo. Não é por acaso que identificamos as pessoas quando queremos descrever suas características físicas (Cédula de Identidade). No corporal, um aspecto extremamente relevante é o movimento. Daí sua conexão com a dança. (Toro, 1984, p. 23). E, na medida em que o conceito de Identidade só é possível em relação ao de Regressão, cabe-nos, então, indagar o que a Biodança entende por esse termo. Fundamentalmente Regressão é retorno ao primordial e à origem. Trata-se de um trânsito ao indiferenciado. Quando diminui a Identidade, a pessoa entra em um estado diferente em que desaparece a atividade cortical, perdendo até a noção do próprio corpo. Quando a Regressão é sadia, o transe é integrador, nutrindo e satisfazendo as necessidades psicológicas e corporais, permitindo também o desenvolvimento de um sistema homeostático estável, regulando as funções automáticas vegetativas e possibilitando a renovação de células e tecidos. (Toro, 1984, p. 23).

A partir desse "continuum", Toro passou a propor movimentos corporais de acordo com os efeitos que produzem no organismo e com as mudanças que desejava conseguir. Como podemos notar, a Biodança não é dança livre. Os exercícios estão sistematizados em função de um modelo teórico operatório. Tomemos a ajuda de um exemplo: os exercícios que reforçam a Identidade ativam o sistema simpático. Os exercícios que induzem o transe ativam o parassimpático. A música de ritmo alegre e euforizante tem ação estimulante sobre o simpático, aumentando o ritmo cardíaco e elevando a pressão arterial. Assim, para os pacientes cardíacos são indicados os exercícios que reforçam a Identidade. Em contrapartida, para os pacientes hipertensos recomenda-se a estimulação parassimpática. Neste caso, a música lenta e suave, os exercícios de semi-transe, os exercícios harmonizadores são os indicados.

Para encerrar este tópico é preciso enfatizar o que Toro considera importante nesse "continuum" pulsante:

"Com o tempo cheguei a convicção de que os estados de Identidade e Transe são absolutamente complementares e abarcam a totalidade da experiência humana... Posteriormente estes dois estados foram modulados com exercícios de contato e comunicação. O Modelo Teórico foi se aperfeiçoando com novas experiências para poder ser aplicado em outras áreas: crianças, adolescentes, velhos, grupos familiares, etc."

(Toro, 1984, p. 43)

A origem do nome "Biodança"

O aspecto mais candente da proposta de Toro é a explicação esclarecedora que dá para a origem do nome Biodança. Em 1970 foi convidado pela Universidade Católica do Chile para criar a primeira cátedra de "Psicodança". Com o tempo, foi reformulando sua proposta e constatou que a Psicodança deveria ficar restringida à área exclusivamente clínica, pois focaliza uma parcela do conhecimento do homem (o psíquico). O termo "Bios" é proposto como genérico e o "Psique" como específico. Quando Toro propõe Biodança, não a considera como um método restrito à Psicoterapia, mas como algo mais abrangente, isto é, um sistema terapêutico. O conceito Bios (vida) descreve, como prefixo, o significado da disciplina: "um sistema de desenvolvimento e integração da vida humana". Assim surgiu a Biodança, a Dança da Vida. Todavia, apenas a compreensão cognitiva do termo é incompleta e precária. É de extrema importância a vivência. Somente assim é que se torna possível alcançar seu verdadeiro significado.

Creio ser possível, agora, compreender que, por seu aspecto abrangente, a Biodança transcende os limites da terapia. A sistematicidade e a coerência do modelo teórico permitem a variedade de suas aplicações: sua ação profilática é extremamente eficaz, procurando impedir que as doenças se produzam; sua ação na reabilitação tem sido extraordinária, sobretudo com mutilados cirúrgicos e com idosos; é de valor inestimável sua ação no campo clínico, uma vez que não propõe apenas mudanças parciais de conduta ou de certas respostas adaptativas, mas uma mudança do estilo de vida; tanto no campo da educação quanto no da criatividade — potencialização criativa, recreação e lazer — não deveria ser privilégio de alguns, mas sim ministrada como uma disciplina que possibilita as condições para que cada ser humano possa expressar seu potencial. Por essa via podemos perceber que, discordando das psicoterapias tradicionais que se desenvolveram a partir dos sintomas, descrevendo e analisando a parte doente, a Biodança trabalha com a parte saudável da pessoa. Embora oprimida, existe em cada ser humano uma grande necessidade de amor; ademais, é preciso reativar seus esboços de criatividade, seus restos de entusiasmo, suas ocultas capacidades expressivas, sua beleza interior, tudo reprimido pela cultura. (Toro, 1984, p. 151). Em outras palavras, ao trabalhar com a parte sã, a parte doente começa a desaparecer por um mecanismo natural. Ora, isso é pensar sistemicamente.

Embora muito sumária, nossa exposição tentará, de um lado, discorrer sobre as linhas básicas de vivência humana e, por outro lado, articular essas linhas com os grupos de vivência.

Como já assinalamos no início deste trabalho, a Biodança, por ser um sistema de desenvolvimento e integração do ser humano, estimula a produção de vivências integradoras mediante exercícios de comunicação e contato. O termo "vivência", introduzido por Dilthey, significa a qualidade existencial da emoção no instante vivido aqui, agora.

Vitalidade, sexualidade, criatividade, afetividade e transcendência

Em Biodança, as vivências são concebidas dentro de cinco linhas básicas: Vitalidade, Sexualidade, Criatividade, Afetividade e Transcendência.

Cabe-nos, então, indagar o que significam essas linhas. Antes, porém, cumpre assinalar que a participação nos grupos de vivência permite que a pessoa eleve seu nível geral de saúde, mediante os seguintes mecanismos:

1) **Auto-regulação:** desenvolve a atitude para incorporar fatores integradores e rejeitar fatores tóxicos;

2) **Esquema de harmonia:** ocorrendo a aprendizagem, reforço e facilitação de vivências positivas, se produz a contraface do esquema de "stress", isto é, o esquema de harmonia;

3) **Integração corporal:** havendo fluidez, equilíbrio, elasticidade e eutonia, há integração da personalidade a nível sensitivo-motor, afetivo-motor, sensório-motor e ideo-motor.

Isto posto, concluímos com uma análise das linhas de vivência.

1) **Vitalidade:** Do ponto de vista sistêmico, a vitalidade é resultante de múltiplos fatores que se integram para manter a estabilidade funcional, permitir sua expressão genética e conservar, apesar das mudanças ambientais, a harmonia do sistema. (Toro, 1986, p. 4). Assim, subjaz ao conceito de vitalidade, a noção de ímpeto vital, da energia que o indivíduo tem para enfrentar o mundo, o potencial de equilíbrio, homeostase e harmonia biológica.

2) **Sexualidade:** É a capacidade de sentir desejo sexual e prazer. Quando há um intenso desejo sexual, todo o organismo fica envolvido: ativação das glândulas sexuais, aceleração do ritmo do coração e da respiração e motivação para realizar ações com o objetivo de conseguir satisfação. Quando Toro afirma que os exercícios que estimulam o eros indiferenciado são os que mobilizam o instinto e geram o desejo, apresenta a defesa da Biodança como um método mais eficiente do que os métodos

BIODANÇA – UM SISTEMA TERAPÊUTICO

convencionais (Psicanálise, Análise Transacional, Técnicas de Master e Johnson, Rolfing, Técnicas de Helen Singer, de Alex Comfort) para tratar de casos de impotência e frigidez. (Toro, 1986, p. 4).

3) **Criatividade:** Talvez um dos enfoques mais extraordinários deste sistema terapêutico seja a maneira como aborda a criatividade. A grandeza do ser humano está na sua existência. Quando o indivíduo está separado de sua própria obra, cada um dos seus movimentos está dissociado de sua emoção. A concepção biológica da criatividade propõe que se favoreça a expressão dos impulsos naturais criativos. Assim, a Biodança procura diminuir a auto-repressão do impulso criador e facilitar, através da música, do canto, da dança e de exercícios de encontro em grupo, a expressão natural da criatividade. A ênfase é posta na qualidade criativa do encontro humano. Toro cita Newman, para quem a característica essencial do indivíduo criador é a superabundância de sua imaginação. Esta abundância de potenciais profundos existe em todas as pessoas. O artista é apenas aquele que tem a coragem de expressar suas potencialidades. (Toro, 1986, p. 8). Sob esse prisma, um outro estudioso do assunto, Rollo May, afirma, que toda profissão exige coragem criativa e são os artistas aqueles que vivem o que imaginam. Símbolos apenas sonhados pela maioria dos seres humanos são expressos graficamente pelos artistas. Contudo, apreciar uma música, ou uma pintura, também é um ato de criatividade. (May, 1982, pp. 19-20). Em suma, a criatividade aqui é encarada como um elemento de renovação que deve se aplicar a própria vida: criar-se a si mesmo e colocar criatividade em cada ato.

4) **Afetividade:** Quem consultar um dicionário, notará que este substantivo é definido — do ponto de vista psicológico — como o “conjunto de fenômenos psíquicos que se manifestam sob a forma de emoções, sentimentos e paixões, acompanhados sempre da impressão de dor ou prazer, de satisfação ou insatisfação, de agrado ou desagradado, de alegria ou tristeza. Por sua vez, afeto possui quatro sentidos principais: 1) afeição, simpatia, amizade, amor; 2) sentimento, paixão; 3) objeto de afeição; 4) (Psicol.) o elemento básico da afetividade. Vale a pena observar também que, entre as inúmeras definições que existem para o substantivo amor, o dicionário registra: 1) sentimento que predispõe alguém a desejar o bem de outrem, ou de alguma coisa; 2) sentimento de dedicação absoluta de um ser a outro ser ou a uma coisa; 3) afeição, amizade, carinho, simpatia, ternura. (Buarque de Holanda Ferreira, 1986, pp. 55 e 107). Muitos estudos têm sido feitos sobre esse tema permanente da humanidade, desde Sócrates quando declarou que o amor é um grande espírito e que, por sua natureza, participa do divino e humano, até a introdução do termo Eros

pela psicanálise. Para alguns estudiosos, afeto é um sentimento amoroso mais espreado, não tendo um alvo determinado, podendo ser colocado em múltiplos objetos, enquanto que o amor concentra-se num único objeto. (Colasanti, 1985, p. 18). Outros fundamentam sua teoria sobre o amor como resposta ao problema da existência humana. (Fromm, 1961, pp. 25-50). Escrevendo sobre esse tema, Toro demonstra que a afetividade é o amor indiscriminado pelos seres humanos. Vai mais além: afirma que, por ter um útero afetivo, cada pessoa pode dar continente aos seus semelhantes. (Toro, 1986, p. 21). Procurando fazer com que o amor seja o denominador comum das relações humanas, a Biodança busca reforçar as emoções positivas e não as negativas como ódio, angústia, medo. À guisa de ilustração mencionamos algumas das emoções positivas que a Biodança reforça: alegria, afeto fraternal, segurança em si próprio, bondade, plenitude, serenidade, altruísmo. Finalizando, gostaríamos de lembrar uma das frases mais repetidas por Toro em seus cursos: todo o amor, o máximo de carícia, ternura, doçura, aconchego, sorriso que se possa dar ao próximo, ainda é pouco nesta época marcada pela violência, competição e carência de contato. Somente assim a Biodança estará cumprindo seu objetivo fundamental que é conectar o ser humano com a vida, para que ele possa desfrutá-la na sua máxima plenitude.

5) **Transcendência:** É vista pelos seguidores deste sistema como a profunda emoção de estar vivo. Há, portanto, amor e respeito pela vida em todas as suas manifestações, considerando tudo que se refere à vida, e tudo o que é próprio a seu crescimento, como algo sagrado. Assim, o supremo objetivo da vida é o pleno crescimento de si próprio e dos semelhantes. O que alguns chamam de Experiência Mística, Toro denomina de Experiência de Totalidade ou Experiência Suprema, pois nunca se é tão "parte" da Totalidade como durante a experiência mística. Um dos instrumentos básicos em Biodança é trabalhar com o processo de regressão. Para tanto, emprega-se cerimônias de transe. Isso permite o acesso à Consciência Cósmica, onde há dois polos pulsantes: "Íntase" e "Êxtase". Por "Íntase" Toro entende a súbita ampliação da consciência unida à vivência emotiva de **estar vivo**; esta vivência é acompanhada de um extraordinário sentimento de beleza e plenitude. O estado de "Êxtase" manifesta-se como um processo de identificação com todas as criaturas, com tudo que vive e com a totalidade. (Toro, 1986, pp. 14-15). Resta, para concluir este tópico, o estudo fenomenológico desta experiência, uma vez que apresenta características extremamente significativas: a) **entrada no eterno-presente:** a pessoa não está interessada no seu passado e futuro, mas no "aqui e agora". Consiste, portanto, em estar plenamente presente onde estiver; b) **ex-**

BIODANÇA – UM SISTEMA TERAPÊUTICO

periência da unidade do Universo: abandona-se a idéia do indivíduo separado, isolado, uma vez que tudo está em relação. Há como um pacto prévio em tudo. Assim, por exemplo, nosso pulmão tem um pacto com o ar, a abelha com a flor, o filho com a mãe, etc. Enfim, estamos em intensa relação com o Cosmos; c) **sentimento de vinculação essencial com toda a existência:** o contato que se estabelece com as pessoas, animais, plantas, sol, água, etc., é essencial e não formal. O místico, por exemplo, "sente" a pedra; d) **morte-renascimento:** é a consciência clara da fugacidade da vida, que pode morrer a qualquer momento, mas que a todo instante está renascendo; e) **desapego diante das opções de nossa cultura:** é a disposição de abandonar todas as formas e ter, a fim de plenamente ser. "Segurança, sentido de identidade e confiança com base na fé do que se é, na necessidade de relacionamento, interesse, amor, solidariedade com todo o mundo circunjacente, em vez do desejo de ter, possuir, controlar o mundo e assim tornar-se escravo das coisas possuídas." (Fromm, 1980, p. 167); f) **ampliação e riqueza da percepção** (sons, formas, cores): Para a maior parte das pessoas, o mundo, no dia a dia, se apresenta sombrio e monótono. Entretanto, numa experiência de transcendência, tudo o que é visto é intensamente iluminado, as cores tornam-se mais brilhantes, os sons mais nítidos, as formas mais resplandecentes.

Concluimos frisando que a mudança de estilo de vida, proposta pela Biodança, contribui para o desenvolvimento de uma sociedade mais humana, mais justa e mais fraterna. E, sobretudo, conforme prega a Organização Mundial de Saúde, "que cada pessoa se transforme em agente de saúde".

BIBLIOGRAFIA

- BENENZON, R. O. (1981) – **Manual de Musicoterapia**. Buenos Aires: Paidós.
- BUARQUE de Holanda Ferreira, A. (1986) – **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- CARVALHAL Ribas, J. (1957) – **Música e Medicina**. São Paulo: Edigraf
- COLASANTI, M. (1985) – **E por falar em amor**. Rio de Janeiro: Rocco
- FROMM, E. (1961) – **A Arte de Amar**. Traduzido do inglês, Belo Horizonte: Itatiaia
- (1980) – **Ter o Ser?** Traduzido do inglês, Rio de Janeiro: Zahar

FUX, M. (1983) – **Dança, Experiência de Vida**. Traduzido do espanhol, São Paulo: Summus

GARAUDY, R. (1980) – **Dançar a Vida**. Traduzido do francês, Rio de Janeiro: Nova Fronteira

MAY, R. (1982) – **A Coragem de Criar**. Traduzido do inglês, Rio de Janeiro: Nova Fronteira

TORO, R. A. (1984) – **Biodanza**. Buenos Aires: Asociación de Biodanza de Buenos Aires (Textos mimeografados)

————— (1986) – Curso de Formación Docente, Maratona nº 10: **Índices de Vitalidad**. (Texto mimeografado)

————— (1986) – Curso de Formación Docente, Maratona nº 11: **Sexualidad**. (Texto mimeografado)

————— (1986) – Curso de Formación Docente, Maratona nº 12: **Creatividad**. (Texto mimeografado)

————— (1986) – Curso de Formación Docente, Maratona nº 13: **Afectividad**. (Texto mimeografado)

————— (1986) – Curso de Formación Docente, Maratona nº 14: **Transcendencia**. (Texto mimeografado)

————— (1986) – Curso de Formación Docente, Maratona nº 17: **Música**. (Texto mimeografado)

LAZER CULTURAL NOS CENTROS CULTURAIS

Marília Gomes dos Reis ANSARAH
(Mestre em Comunicações ECA/USP)

LAZER CULTURAL

"Para que uma teoria cultural possa ser considerada viva, precisa corresponder não só a um conjunto de valores como também ao modo como esses valores são vividos pelas classes ou categorias sociais. Nos dias de hoje, essa cultura depende, cada vez mais dos ideais e das maneiras como o lazer é praticado."

DUMAZEDIER, Joffre – Lazer e Cultura Popular.

1. Lazer e informação

O lazer apresenta-se como um elemento central da cultura vivida por milhões de trabalhadores, possuindo relações sutis e profundas com todos os grandes problemas oriundos do trabalho, da família e da política que, sob sua influência, passam a ser tratadas em novos termos.

Desta maneira, o lazer não é somente tempo de distração, recreação e entretenimento mas, também, aquele no qual se obtém uma **informação desinteressada**. Há um século atrás, o jornal não entrava nos

lares dos assalariados. Hoje, o jornal diário é comprado e lido pela grande maioria das pessoas; sua leitura é uma atividade informativa e de descanso. Uma grande parte da população das cidades assiste na televisão aos noticiários e os ouvintes de rádio ligam seus aparelhos para ouvir os jornais falados. Atualmente, o lazer despertou a necessidade de alargar as fontes de conhecimento e deu o direito à informação.

Em todos os meios sociais houve uma grande difusão dos livros, principalmente do tipo documentários, narrativas históricas e relatos de viagem. Uma parte do público reserva parte de seus lazeres não só para informar-se, como também para documentar-se de modo sistemático e espontâneo sobre assuntos de sua escolha; além das pessoas que utilizam suas próprias férias, que seriam aproveitadas para aprofundar seus conhecimentos e aptidões.

Segundo Joffre Dumazedier:

“O lazer aproveitado para estudar constitui a base imprescindível da chamada cultura permanente, cada vez mais necessária para que se possa acompanhar a rápida e complexa evolução de nossa sociedade. Essa busca de informações, sérias, pelo conteúdo, e agradáveis pela apresentação, poderão no futuro determinar mudanças profundas na difusão através do rádio e da televisão, jornais e associações que promovam a aquisição de conhecimentos necessários após a Escola. O lazer dedicado ao estudo oferece novas possibilidades para reorganizações mentais, em cada novo período de vida do indivíduo e da civilização.”¹

2. O Lazer e cinema

O cinema não é tão difundido quanto o rádio. As pessoas idosas deixam de ir ao cinema e os que residem na zona rural têm pouca oportunidade de freqüentá-lo. Há porém, um público de cinema assíduo em todas as camadas sociais da população urbana. O cinema impôs heróis, histórias, culturas, temas e modas que determinaram profundas transformações no comportamento e nas atitudes com relação aos lazeres diários e da vida rotineira do mundo inteiro. No Brasil, nos últimos vinte anos observa-se uma certa estagnação e, talvez, um pouco de retraimento por parte do público. Essa diminuição do papel desempenhado pelo cinema como lazer corresponde talvez a uma baixa geral do poder

LAZER CULTURAL NOS CENTROS CULTURAIS

aquisitivo, como também à concorrência da televisão e outros tipos de lazer.

O cinema não deixa de ser apenas um meio para romper a monotonia, dia-a-dia, esquecer o tédio, assimilar outras idéias; e, como diz Lefèvre sobre o cinema, este seria a "imagem inversa da vida cotidiana"².

3. O Lazer e a leitura

A leitura desinteressada de obras de cultura geral, de caráter literário e de ficção, enquanto distraem, aumentam os conhecimentos e alteram o "gosto" de um enorme público.

Atualmente, devido ao desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação, foi eliminada a figura do vendedor ambulante, nas cidades e nos campos. Os livros difundem-se muito mais do que outrora, graças à instalação de um número maior de livrarias e bibliotecas permanentes e circulantes. Com tendência à descentralização do livro, na Cidade de São Paulo, calcula-se existirem cinquenta e quatro bibliotecas municipais em funcionamento (janeiro/88), subordinadas à Secretaria Municipal de Cultura; sendo que vinte e três pertencem ao Departamento de Bibliotecas Públicas e trinta e uma, ao Departamento de Bibliotecas Infanto-Juvenis, para um público de aproximadamente 10 milhões de habitantes³.

4. O Lazer e bibliotecas

A instalação de bibliotecas nas empresas constitui o fato mais importante para o programa da leitura nos meios dos trabalhadores das cidades. Frequentemente elas dispõem de enormes recursos e apresentam a vantagem da distribuição dos livros situar-se no local habitual da vida do trabalhador, isto é, na empresa. Ultimamente, um outro meio de difusão vem se desenvolvendo fora dos circuitos das livrarias e bibliotecas — são os denominados clubes do livro.

A população tradicionalmente mais atingida pelas bibliotecas são pessoas pertencentes às categorias sociais tais como: empregados qualificados e semiquilificados, funcionários públicos, escolares e universitários; mas, a leitura de obras literárias coloca-se em situação sempre crescente nos lazers de camadas sociais cada vez mais numerosas. Todavia, essa progressão encontra pela frente inúmeros obstáculos culturais e sociais, pois a situação real permanece bem distante das

necessidades ideais de uma sociedade pós-industrial e democrática que se baseia na igualdade do direito à cultura.

É interessante destacar que o indivíduo não guarda para si essas aquisições culturais; poderá comunicá-las a outras pessoas e vir a exercer o papel de líder de opinião de seus amigos, da família, de seus companheiros de trabalho, em seu meio imediato e mediato.

5. Conceito de lazer cultural

Posto isto, podemos conceituar o lazer cultural como: a participação do indivíduo exercida no tempo livre, em qualquer atividade da vida cultural de uma nação, a fim de desenvolver sua formação ou informação, libertando sua criatividade, visando aumentar seus conhecimentos práticos, técnicos, artísticos, filosóficos e políticos, numa educação informal permanente, após livrar-se de suas obrigações profissionais, familiares ou sociais.

Qualquer uma dessas atividades o indivíduo pode realizar sentindo satisfação íntima, alternando-as, na dependência de determinada situação ou da apetência de cada um, de acordo com as pessoas, as classes e as sociedades. Todas as atividades da vida cotidiana reais ou fictícias podem constituir a base de uma vida cultural e ainda serem o suporte de um desenvolvimento intelectual.

6. Taxionomia dos lazeres culturais

Quadro 1

Interesses Artísticos Conteúdo Estético	Oficinas de Artes Plásticas, Cênicas Musicais e Cinematográficos
Interesses Intelectuais Conteúdo Cognitivo	Oficinas Literárias e Poéticas Congressos, Seminários, Palestras, Debates Biblioteca Conversação de Línguas Estrangeiras
Interesses Manuais Conteúdo: Ações com as Mãos	Oficinas Artesanais
Interesses Sociais Conteúdo: Relacionamento	Cursos Exposições, Vernissage Apresentações Musicais, Teatrais e Dança
Interesses Físicos Práticas Esportivas	Maratona Passeio Ciclístico Aulas de Ginástica e Expressão Corporal

LAZER CULTURAL NOS CENTROS CULTURAIS

Os dados colocados na nossa classificação são genéricos, pois o lazer cultural envolve não somente estes, mas também, os abordados pelos outros autores. Além destes, podemos ainda especificar: assistir a um espetáculo de música, teatro ou a um filme, ler uma obra literária, jornal ou revista, estudar um livro de vulgaridade científica, dedicar-se a hobbies, tomar parte em oficinas ligadas às linguagens plásticas, visuais, cênicas, musicais ou artesanais, seminários, congressos, palestras, debates ou encontro com escritores, jogar, dançar, animação de grupos, conversa cultural, fazer uma viagem turística etc.

Nem todas as atividades culturais necessitam particularmente de um espaço próprio; porém, existem locais equipados para que o lazer cultural possa ser exercido em sua plenitude.

7. Espaços de lazer

A complexidade da estruturação organizacional dos grandes centros urbanos-industriais coloca em foco a problemática dos espaços para as atividades de lazer.

Certos tipos de lazer não apresentam problemas de planejamento especial para proporcionar contato social, recreação, possibilidades de atividades físicas, pois independem de recursos ou de equipamentos. Todavia, muitas atividades de lazer envolvem equipamentos ou serviços que precisam ser oferecidos por iniciativas governamentais ou privadas, para poder existir uma "oferta" e uma "procura" de lazer, do mesmo modo que qualquer outros produtos e serviços.

A insuficiência ou inexistência de um espaço e equipamento para o desempenho do lazer recreativo ou cultural coletivo é um dos fatores que impedem o desenvolvimento quantitativo e qualitativo dos lazeres. Para que haja desempenhos adequados, é preciso um espaço; este deve ser organizado de maneira a permitir que as pessoas realizem as diferentes atividades de lazer, num local que lhes traga sensação de "bem-estar" e que ao mesmo tempo lhes seja acessível.

8. A Função dos Centros Culturais

Os Centros Culturais vieram suprir alguns aspectos dessas necessidades e propiciam aos indivíduos a possibilidade de poder exercer

diversas atividades que contribuem para seu desenvolvimento integral em espaço único.

Os Centros Culturais compõem-se de equipamentos de lazer à disposição da população que, integrando-se ao conjunto de oferta turística da cidade, formam um conglomerado de atividades sócio-culturais de lazer, tanto para a população local como para os turistas.

Podemos conceituar os Centros Culturais como: Um espaço de lazer, informação, documentação, memória, criatividade, pesquisa e utilidade pública, em que a própria comunidade se converta em autora e protagonista dos acontecimentos de fruição, participação, produção e difusão cultural, bem como de atividades de entretenimento e recreação.

Dentre as funções que assume, uma delas é posicionar-se como veículo de comunicação cultural. Hoje em dia a cultura e a informação ocupam uma posição importante pela influência que exercem nos indivíduos e nos grupos humanos. Os dirigentes e profissionais desses espaços colaboram neste processo importante da vida da população cidadina.

"A evolução e o progresso de uma cultura dependem fundamentalmente do homem ou dos homens de uma região ou de um povo"⁴. As obras de música, pintura, escultura, arquitetura e literatura merecem ser, por seus valores clássicos, conhecidos por todas as pessoas de todos os países e de todas as épocas, independente do seu modismo. A cultura permanente reflete todo seu poder criador frente a qualquer revolução iconoclasta que, na história às vezes aparece. Neste campo é onde os Centros Culturais têm um papel eminente: o de dar a conhecer a todos os usuários as realizações da cultura universal.

Segundo o atual Secretário Municipal de Cultura, Dr. Renato Ferrari:

*"Chamamos Cultura, a um sistema de atitudes e modos de agir, de costumes e juízos de valor, de instituições e organizações de uma sociedade. Diante desta, nós efetivamente devemos encontrar a nossa identidade cultural. Devemos nos encontrar a nós próprios, o homem brasileiro e, sobre o homem brasileiro, construir a Cultura nacional, autêntica, sem colonialismo de qualquer espécie."*⁵

9. Conclusão

O indivíduo que sabe assimilar a cultura influe nela, atuando nas instituições, modificando ou aperfeiçoando seus conteúdos.

LAZER CULTURAL NOS CENTROS CULTURAIIS

A obra criada passa do criador ao grupo social, ao acervo cultural do grupo ou de grupos sociais. Aí se inicia o processo de propagação, que se conhece com o nome de difusão cultural, podendo ser inter-individual (transmissão da cultura de um indivíduo a outro) e, também, intersocial (comunicação da mensagem cultural entre sociedades distintas).

Os Centros Culturais aparecem como meio de comunicação e de difusão cultural. Seu papel poderá ser o de desempenhar, num futuro próximo, a difusão da cultura dos povos e, em especial, da cultura universal.

NOTAS

- (1) DUMAZEDIER, Joffre – **Lazer e Cultura Popular**. São Paulo, Perspectiva, p. 44 – o grifo é nosso.
- (2) LEFÈVRE in DUMAZEDIER, Joffre – **Lazer e Cultura Popular**, p. 170.
- (3) A Secretaria Municipal de Cultura desenvolve o Projeto "Leitura no Parque", onde os freqüentadores do Parque Ibirapuera, Carmo, Aclimação e Horto Florestal, em seu Tempo Livre, podem usufruir da leitura bem como, encontro com escritores e shows musicais, aos domingos das 9 às 16 horas.
- (4) MORENO, Ricardo Barrio – **Año Internacional del Turismo – El Turismo como Comunicacion Social y Cultural** – (Ciclo de conferencias) Instituto del Estudios Turisticos, Madrid, 1968, p. 72.
- (5) FERRARI, Renato – **A Cidade em Debate – A Cultura tem problemas urgentes. Que vão ficando para amanhã**. Shopping News, ano 35, nº 1830, 06 de setembro de 1987, p. 12.

BIBLIOGRAFIA

- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis – **Política de desenvolvimento na esfera do lazer cultural: Estudo de caso no Centro Cultural do Jabaquara**. (Dissertação de mestrado, abril de 1988).
- DUMAZEDIER, Joffre – **Sociologia Empírica do Lazer**. São Paulo, Perspectiva, 1979.
- _____ – **Lazer e Cultura Popular**. São Paulo, Perspectiva, 1976.
- _____ – **A Teoria sociológica da decisão**. São Paulo, SESC, 1980.
- _____ – **Valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo, SESC, 1980.
- FERRARI, Renato – **A Cidade em Debate – A Cultura tem problemas urgentes. Que vão ficando para amanhã**. Shopping News, ano 35, nº 1830, 06 de setembro de 1987, p. 12.

MORENO, Ricardo Barrio – **Año Internacional del turismo – El turismo como comunicacion Social y Cultural** – (ciclo de conferências). Instituto del Estudios Turísticos, Madrid, 1968.

REQUIXA, Renato – **Sugestão de Diretrizes para uma política nacional de lazer**. São Paulo, SESC, 1980.

ASSESSORIAS DE IMPRENSA: NOVO MERCADO DE TRABALHO

Mário L. ERBOLATO
(Professor do IAC/PUCAMP)

"Assim como o algodão pode ser empregado para a confecção de roupas de bebês ou na composição de explosivos, a matéria-prima oferecida pela notícia pode ser usada tanto para a especulação sociológica, como para a propaganda e a ficção, além de nota informativa propriamente dita". A observação é de Mitchell V. Charnley¹ que resume, assim, os vários usos e formas de divulgação dos conteúdos dos meios de comunicação social.

Síntese dos acontecimentos das últimas horas, o jornalismo tem a missão fundamental de mostrar, entre outros assuntos as transformações ocorridas, os conflitos, os planos políticos e econômicos, o acidente maior ou menor que enlutou famílias, as festas beneficentes, os anunciados espetáculos artísticos, o preito de homenagem a figuras. [vivas ou mortas] que se tornaram merecedoras de reconhecimento, as alterações de técnicos ou atletas no clubes esportivos, as exposições de pintura, as visitas de autoridades, o lançamento de livros [com a respectiva crítica], as reclamações contra o trânsito, as excursões de escolares a pontos históricos, as divergências entre classes patronais e de trabalhadores ou o esclarecimento da Prefeitura sobre a ruptura da tubulação captadora de água, que a forçará a racionalizar ou suspender o fornecimento a diversos bairros.

O jornalismo, repetimos, não conhece limites para a sua ação. Tudo o que for de interesse público — e, excepcionalmente, o que atingir poucas pessoas, desde que para elas seja importante — exige divulgação. Com destaque ou em reduzidas linhas, a informação tem que vir à luz, visual ou oralmente. São sempre aguardadas com impaciência, as publicações de queixas [com a resposta do setor competente] a respeito da demora na transferência de uma linha telefônica, a desapropriação de imensa área habitada, o pedido de corte ou replantio de árvore em uma rua, o atraso na entrega de uma carta registrada, ou a solicitação para que seja cassado o alvará de funcionamento de um barulhento bar que permanece aberto até as primeiras horas do dia.

Essas são as notícias mais comuns, de rotina e de grande procura, além das de natureza política ou econômica e as que descrevem crimes ou desastres. Os meios de comunicação social, como consequência do desenvolvimento urbano, industrial e comercial, passaram — como observa Mitchell V. Charnley a se prestar à especulação sociológica e à propaganda de forma um tanto velada e sutil ou mesmo com destaque. Novas pressões e pedidos vêm surgindo para o esclarecimento das massas e, para isso, as matérias jornalísticas vão se tornando variadas.

Políticos, administradores, diretores de empresas, responsáveis por instituições particulares [com ou sem fins lucrativos], cientistas, pesquisadores, órgãos públicos e cidadãos que tacharíamos de egocêntricos e megalomaníacos, pela força do dinheiro que possuem, viram no jornalismo uma das maneiras mais eficientes de se apresentarem como bons, trabalhadores, cultos, de projeção e filântropos. Todos eles pretendem, enfim, obter uma boa imagem entre a população. Em busca de suas metas fazem promessas, apresentam planos ou mostram-se generosos. Cortejam os jornalistas, não titubeiam em utilizar métodos não recomendáveis e, entre mil investidas, algumas atingem seus objetivos. Raríssimos profissionais que denigrem a imprensa não resistem aos apelos e, com a possível convicência dos que mandam onde trabalham, reservam diariamente bom espaço para a repetição dos nomes dos que comparecem a festas suntuosas, mas que nada fazem de bom para a coletividade, pois, vivendo no fausto e em **outro mundo**, ignoram a existência dos pobres e marginalizados. Há, porém, inúmeros colonistas criteriosos e merecedores de elogios.

A propaganda nas notícias

A partir de 1970, ou pouco antes, os jornais deixaram de estabelecer rígida divisão entre as notícias e a propaganda [ou anúncios].

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

A economia do país cresceu e a concorrência se acentuou. No início, só se publicavam informes, ou apenas citava-se o nome de uma firma, em reportagens ou entrevistas se ela figurasse no cadastro dos anunciantes do jornal. Aos poucos foi-se passando à liberalização. Hoje, há disputa entre os grandes jornais para a primazia da informação graciosa, que permite aos seus leitores saber o que têm ou terão ao seu dispor como novidades úteis em serviços e produtos.

As notícias se transformaram em texto de propaganda institucional. Relacionaremos algumas delas, inseridas por jornais de S. Paulo e do Rio de Janeiro. Oitocentos e cinquenta mil pares de calçados foram vendidos por uma só fábrica, nos quatro dias de uma feira Couro-Moda. Lançou-se uma nova calculadora de bolso, visor inclinado de cristal líquido, com capacidades para oito dígitos, que proporciona, segundo a empresa, "melhor visibilidade e economia de energia". Como complemento de refeições, um laboratório farmacêutico tem pilulas "naturais de levedura de cerveja, sulfato ferroso e lecitina de soja". Surgiu o "disco de laser", aguardado pelos que apreciavam o som puro e natural. Tradicional fabricante de instrumentos musicais assinou contrato com a Funarte, para fornecer 612 deles, que foram doados às bandas cadastradas no Instituto Nacional de Música.

A pinga passou a ser vendida em saquinhos plásticos descartáveis, para uso individual. Um "iogurte especial que enriquece o seu café da manhã" ganhou nota de destaque na **Folha de S. Paulo**. Grande montadora de carros patrocinou um Torneio de Tênis. Um personagem símbolo da Copa do Mundo foi contratado para ter, com exclusividade, a sua estampa em camisas e camisetas de uma conhecida marca brasileira. Manufaturas de brinquedos informam o lançamento de jogos de adivinhação, carros eletrônicos, bonecas que **falam** [ou **mamam** ou se **bronzem** quando expostas ao sol] e outras novidades que superam extraordinariamente as **bruxas** de pano, os carrinhos de madeira e os **espetaculares** "automoveizinhos" de mola ou corda, de há 50 ou mais anos... Um uísque desencadeou campanha institucional em revistas, focalizando nomes famosos da pintura, escultura e música, ligando os personagens à imagem da bebida.

Como parte da estratégia de **marketing** preparada para o lançamento de nova marca de baton, seu fabricante providenciou dois **displays**. Um para grandes magazines e outro mais compacto, para as farmácias e, ambos, com provedores, para que as mulheres fossem experimentar cada uma das sete cores. Seguindo a linha dos restaurantes americanos, criou-se em um deles [de S. Paulo] o **Children's Menu**, com

cinco opções especialmente confeccionadas para crianças. Os que pretenderem viajar a Foz do Iguaçu [Paraná] têm, com a ampliação das atividades da empresa de turismo ali instalada, uma frota de trinta automóveis e "um serviço de atendimento no aeroporto, para facilitar o contato entre locatários e a locadora".

Canais de comunicação entre empresas e jornalistas

Informação ao público, com o respeito e a confiabilidade que os jornais merecem, é uma forma de conseguir mais leitores. Estabelece-se, pois, obrigatoriamente, um canal em dois sentidos ligando os meios de comunicação social às empresas [ou políticos e quaisquer outras organizações].

De um lado, o jornalista à procura das fontes, para ser o primeiro a noticiar sobre o eletrodoméstico aperfeiçoado, ou as alterações e opcionais do carro do próximo ano. Do outro, a empresa, o distribuidor e o lojista, ávidos para que os compradores, cientes das novidades, façam-nos acabar com os estoques, o que representará dinheiro, lucro e prestígio de marca. Intensifica-se a interdependência capitalismo/jornalismo, que eticamente deve ocorrer sem pressões, sob estrito e exclusivo espírito de cooperação. O público não deve ser manipulado, enganado, iludido.

Existem situações embaraçosas, tensas e conflitantes. Além das pequenas e grandes notícias [políticas, nacionais, internacionais, esportivas, de turismo etc.], muitas outras têm que ser passadas à imprensa por um governador, prefeito, secretário, ou presidente de empresas de porte. O que responder às acusações de malversação de dinheiro público? Qual a posição de uma cooperativa de laticínios que estaria sonogando o leite? Como justificar o fechamento de vários setores de uma fábrica na região? Por que o Centro de Saúde não requisitou a tempo as vacinas contra a paralisia infantil, acarretando prejuízos ao atendimento às crianças? A denúncia de desvio de verbas oficiais concedidas pela União a um centro de prevenção à tuberculose, como será explicada, se forem ouvidos os diretores dessa instituição? Trabalhadores em greve há semanas, por que motivo não têm as suas reivindicações atendidas, ou sequer consideradas pelo conglomerado de empresas da categoria a que pertencem, que se negam a participar de negociações?

O povo — o leitor, o ouvinte, o telespectador — merece saber os dois lados, as duas versões dos fatos. Para obtê-los, trabalham os

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

repórteres e os fotógrafos, fazendo entrevistas e também descrevendo a ação dos envolvidos no acontecimento e o ambiente em que os fatos ocorreram ou ainda continuam se desenvolvendo, sob expectativa.

Os **industriais da informação** se equipam, adotam estratégias, ampliam o número de seus comunicadores e baseiam-se em pautas minuciosas, para que as matérias sejam as mais objetivas e completas. Obtenção de dados, conversas com testemunhas que presenciaram um assassinato, ou que saibam algo sobre suas possíveis causas, são ouvidas sem muitas exigências. O repórter delas se aproxima, interroga-as, manuseia e lê documentos, procura vencer ou compreender os desvios emocionais e, pesadas e analisadas as confidências e informes, conclui o que realmente tenha valor jornalístico. São personagens da notícia que surgem inesperadamente. Homens e mulheres anônimos, por circunstâncias imprevistas, se tornam peças-chave de um inquérito. Processos aparentemente de valor, se transformam em importantes e, meses após, caem no esquecimento. Fatores de interesse, ou melhor, grupos de pressões, se encarregam de neutralizá-los. Se não são arquivados "por falta de provas" os defensores dos réus requerem demoradas diligências ou pedem que testemunhas residentes no Exterior sejam ouvidas por cartas rogatórias. Manchetes que anunciam abuso de poder de ministros, ou desvio de dinheiro público, causam impacto no dia em que são publicadas e nas semanas seguintes. Meses depois, tudo é silêncio e o desfecho, o julgamento [condenação ou absolvição] só ocorre quando a poeira assentou. Imunidades parlamentares levam o Congresso a trancar o andamento dos processos e, como os políticos profissionais se reelegem por várias legislaturas, o desarquivamento dos papéis ocorrerá pelo menos 15 ou 20 anos depois...

O jornalista não deve se intimidar e precisa ir ao fundo de todas as questões. Mesmo que constitucional e juridicamente uma ação seja paralizada, nada impede que o repórter continue as suas **investigações**. Não duvidamos que todos os profissionais assim ajam. Mas as matérias nem sempre continuam, mesmo na imprensa, que é livre de censura prévia, porque, para barrar a sensacional matéria, basta um telefonema ao proprietário da empresa, ou ao editor-chefe. Este, por ocupar cargo de confiança, consultará o dono e nada será publicado...

O relacionamento entre empresas, políticos e administradores e os jornalistas passou a exigir estruturas que os aproximem. Para falar, informar, explicar e mostrar gráficos ou fotos ao repórter, formou-se em caráter definitivo, do **outro lado** [não o dos meios de comunicação

social] — mas o de quem tem as fontes e os dados — a estrutura que se convencionou chamar de **assessoria de imprensa (AI)**.²

Elas podem integrar o organograma de uma firma comercial e/ou industrial ou agrícola, trabalhando em regime de tempo integral, mas há também as AI independentes (particulares), que montam uma estrutura capaz de atender a vários clientes.

Funções das assessorias de imprensa

Para melhor compreensão, transcrevemos alguns conceitos:

“A assessoria de imprensa é o serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo de fontes para os veículos de comunicação e vice-versa. É prestada a pessoas físicas e jurídicas de caráter público ou privado. Trata-se de serviço especializado privativo dos jornalistas. De natureza essencialmente dinâmica e versátil, a AI é responsável por múltiplas atividades e desempenha papel estratégico na política de comunicação do assessorado”.³

João Bosco Lodi⁴ afirma: “Defino aqui assessoria de imprensa, composta geralmente de algumas pessoas sob a condução de um jornalista profissional, o qual é responsável pela coordenação das comunicações com o público externo e pela assessoria na reformulação de toda a comunicação social da empresa. Suas atividades abrangem principalmente a veiculação de notícias apoiadas em “press releases” para a imprensa, a recepção de jornalistas e o acompanhamento das entrevistas, a coordenação dos contatos com órgãos de imprensa, as publicações internas e externas, a assinatura e circulação de jornais e revistas, o resumo e análise do conteúdo diário da imprensa e o arquivamento de toda essa documentação”.

A Rhodia SA possui a Coordenadoria de Imprensa, cuja atuação assim define⁵: “Responsável pelo planejamento, coordenação e execução das ações de imprensa previstas no Plano de Comunicação Social, pela assessoria às diversas áreas da Empresa, no atendimento e contato com a imprensa e pela coordenação de todas as publicações da Rhodia, a Coordenadoria de Imprensa agirá como emissora e receptora para atender a duas exigências: a busca de informações pelo jornalista e a necessidade que a Organização tem de ser informada e de informar o seu público. A CIM passa a incorporar novos serviços e ações, além dos que fazem parte do seu cotidiano e a adotar novas posturas de trabalho. A sua estrutura compreende a Assessoria de Imprensa e o Serviço de Publicações, ambos

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

operacionalizados por jornalistas profissionais. (...) À Assessoria de Imprensa compete administrar as informações jornalísticas da Organização, de forma a compatibilizar positivamente os interesses internos [empresa] e os externos [imprensa] nesse setor”.

A assessoria de imprensa não impede que uma política de comunicação social nas empresas inclua setores ou Departamentos de Relações Públicas [RP] e de Publicidade e Propaganda [PP]. A tarefa da área de RP “é identificar os problemas, apresentar soluções e melhorar o relacionamento dos assessorados com seus vários públicos, como acionistas, empregados, dependentes, associados, filiados, coligados e membros, a nível interno. A nível externo, com fornecedores, consumidores, mercado, eleitorado, autoridades, comunidade e outros públicos, excetuando-se as relações com jornalistas, que é atribuição da própria categoria dos jornalistas, através das AIs. O trabalho de relações públicas visa a promover o diálogo real e desenvolver um clima de boa vontade junto a esses públicos interno e externo, em relação aos assessorados, produtos, serviços, filosofia e, ainda, integrando o assessorado na sociedade”. Ao setor de PP compete planejar, coordenar, supervisionar, criar, executar peças publicitárias e atuar, de várias formas, no setor mercadológico.” São essas as linhas gerais definidas pelo Manual de Assessoria de Imprensa da Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais.

Não sendo este artigo de natureza didática, deixamos de indicar com minúcias a forma como se processa o trabalho das AIs. As que integram organizações de maior porte, além do noticiário para a imprensa — e da incumbência de facilitar os repórteres a entrevistarem dirigentes da firma — se encarregam da elaboração dos **house organs** e, para atender a todos os meios de comunicação social, poderão ter estúdios e equipamentos para produção de fotos, filmes cinematográficos e edição de vídeos. Os supermercados passaram a apresentar em circuitos internos de televisão, demonstrações feitas por artistas, sobre vantagens e modos de preparar determinados alimentos, encontrados em prateleiras próximas dos monitores. As vendas cresceram em até 30%, com essa iniciativa de suas AIs.

Pela importância que possui, a assessoria de imprensa liga-se diretamente à presidência (ou gerente) da empresa, não apenas no organograma ou teoricamente, mas o jornalista encarregado dessas funções (ou o chefe deles, se houver mais de um) deve ter acesso livre e a qualquer momento, ao responsável pela firma.

O cargo de assessor é de confiança e, ao nomeá-lo, as assessoradas, além da competência profissional, levam em conta outras

qualidades. Uma delas, a de o assessor contar com fácil trânsito em todos os jornais, revistas, emissoras da cidade e correspondentes de meios de comunicação de fora, incluindo os de agências noticiosas. É indispensável que o assessor tenha amizade com grande número de editores, redatores, repórteres, diretores e cronistas. Será aconselhável que, periodicamente, faça visitas às redações, participe de reuniões promovidas por jornalistas ou suas entidades de classe e se torne conhecido por todos eles. Conversas *in off*, revelações da política interna de um diário ou estação de rádio ou televisão permitir-lhe-ão avaliar o porque do destaque [ou resumo] de determinadas notícias, saber o pensamento dos diretores e, com base nesses dados, dar o tratamento adequado às notas que no futuro forem remetidas a esses veículos, sobre a organização para a qual trabalha como assessor de imprensa. Inimizades pessoais chegam a comprometer a divulgação de notícias expedidas, só porque a nota ("press release") contém o nome de quem a redigiu ou por ela é responsável. São acontecimentos raríssimos, mas que ocorrem.

Quais as funções de uma assessoria de imprensa? Inúmeras, difíceis e que exigem bom número de jornalistas, dos mais capacitados, trabalhando em tempo integral.

Enumeremos as principais tarefas de uma AI:

a] Recomendar a assinatura de jornais, revistas, boletins e agências de recortes de qualquer cidade do país [e eventualmente do exterior], que se refiram a assuntos direta ou indiretamente ligados às atividades da firma assessorada.

b] Proceder a leitura diária e minuciosa dos órgãos de imprensa, elaborando uma síntese [com apreciações] do que foi divulgado, fazendo sugestões sobre possíveis críticas [editoriais, cartas de leitores, denúncia de um comprador etc] que atinjam a firma. Alguns exemplos: sugerir à gerência [ou presidência], que explique os motivos de férias coletivas de surpresa, ou as causas da queda de produção [por falta de matéria-prima, incêndio nas instalações etc].

c] Recortar as notícias, colando-as em impressos apropriados, com menção do jornal, data, página e seção. Serão tiradas tantas cópias quantos forem os departamentos citados na matéria e mais outras, para a AI [formação de dossiê] e destinadas a arquivos por assuntos, datas, nomes e órgãos de divulgação.

d] Sugerir à presidência, em ocasiões especialíssimas, que convide jornalistas para um almoço, jantar, drinque ou churrasco.

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

Exemplo: se estiver concluído o projeto que dobrará a capacidade da fábrica, ou se for lançado novo produto, de alta tecnologia.

e] Preparar "press-kits" [pastas com material referente ao produto, inclusive uma amostra dele; se for de pequeno tamanho] para ser entregue aos convidados, presentes às reuniões referidas no ítem anterior.

f] Enviar noticiário aos jornais, adaptando-o aos diários, aos matutinos e vespertinos e aos semanários, isto é, diferenciando-os, levando em conta o espaço [maior ou menor que têm à disposição] e os dias de circulação.⁶

g] Adotar critério idêntico ao ítem f para o material destinado a revistas e emissoras de rádio e de televisão.

h] Entender-se com editores de seções especializadas da imprensa [do mesmo ramo da assessorada], consultando-os se gostariam de ter artigo(s) escrito(s) por técnicos da empresa. A colaboração, depois de redigida, seria copidescada pela AI, novamente submetida ao autor e, se aprovada, remetida ao jornal [ou revista].

i] Receber questionários de jornalistas e levá-los à presidência para que os responda, ou encarregue terceiros de fazê-lo, desde que sejam especialistas nos temas solicitados. Salientar, sempre, a importância de que há urgência no atendimento, sob pena de o assunto perder a oportunidade e ainda acarretar atrito ou descontentamento com o jornal.

j] Sugerir a compra de livros que possam interessar a firma na sua atividade, anexando como justificativa as críticas a respeito da obra ou o resumo do seu conteúdo, recortados de jornais.

l] Lembrar [e redigir rascunho do texto] a conveniência de a assessorada enviar ofícios de congratulações a pessoas da comunidade local [ou de fora] que se destacaram ao obter prêmios, vencendo concursos ou realizando obras meritórias.

m] Encarregar-se de entregar aos jornalistas brindes comemorativos de aniversário da empresa ou de fim de ano [calendários de bolso, folhinhas, agendas, canetas-tinteiro, chaveiros etc].

n] Elaborar o jornal da firma e circulares a fornecedores e distribuidores.

o] Manter arquivo de toda a produção da AI, bem como, complementarmente, da propaganda feita pela assessorada, através do Departamento de PP ou de agência independente.

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

p] Ter um banco de dados sobre todos os assuntos não sigilosos da assessorada, para responder prontamente às consultas de jornalistas.

q] Oficiar a autoridades, embaixadas, consulados, associações e a outros órgãos que possam oferecer estatísticas ou estudos ligados às atividades da empresa, ou que a ela possam interessar, direta ou indiretamente.

r] Gravar programas noticiosos de rádio e televisão, arquivá-los conforme a importância de que se revestirem e, quando se referirem à assessorada, convidar a reportagem para uma entrevista ou enviar à emissora um esclarecimento (ou um agradecimento, se a matéria houver sido elogiosa). Para que a relação Al/emissoras, funcione melhor, poderia haver um acordo mediante o qual os editores de rádio e de televisão avisassem sempre as assessoradas o horário em que iriam mandar ao ar notícias que a elas dissessem respeito. Frize-se, porém, que segundo as normas jornalísticas, nos assuntos controvertidos os jornalistas teriam que procurar a empresa para esclarecimentos, a fim de que a resposta ou justificativa chegasse ao público juntamente com o problema levantado. Obediência à velha regra: ouvir ambas as partes.

s] Fazer sinopses do noticiário do dia, bem como relatórios confidenciais procurando interpretar as matérias divulgadas, levando em conta a linha editorial de cada meio de comunicação social e suas possíveis ligações ou desentendimentos com pessoas citadas nas notícias e comentários.

Vale transcrever uma observação mais profunda de João Bosco Lodi⁷ sobre o "verdadeiro assessor de imprensa", ao acentuar que "ele dá uma assessoria cultural no sentido mais amplo". São suas palavras: "A Assessoria de Imprensa pode ajudar o mecenato, o patrocínio das artes, as co-produções, as colaborações culturais, campo onde o nosso típico empresário nacional tem ainda muito a colaborar, se compararmos com o mesmo empresário nos Estados Unidos". Para isso, o assessor acompanhará "os eventos artísticos, os grandes acontecimentos culturais, a vida intelectual e artística do país: exposições de pintura, prêmios literários, temporada teatral, lançamento de livros importantes, entrevistas famosas, visitantes ilustres, o mundo social, enfim".⁶

A estrutura e o funcionamento das assessorias de imprensa das empresas [industriais e comerciais] é quase idêntico ao das que funcionam como apoio ao poder público. Ministros, governadores, prefeitos, secretários e o próprio presidente da República têm seus assessores. Essas

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

Als devem funcionar em ritmo mais intenso, para que, no próprio dia, uma denúncia seja esclarecida, contestada ou justificada. Por ocasião de campanhas pré-eleitorais, uma estatística (prévias) desvirtuada, de um dos concorrentes, merece rápidas declarações.

Os jornais inserem, atualmente, mais minúcias em suas matérias. Há notícias deste teor: "O secretário de Cultura, Fulano de Tal, 58, ouvido ontem (às 15h30min) desmentiu a declaração do Grupo "Borboletas Azuladas", de que não cedera o Teatro Municipal, por discordar do programa que seria exibido. O que houve, afirmou, foi o não pagamento do aluguel e do depósito exigido para indenizar possíveis danos causados pelo público, conforme determina a lei".

As assessorias de imprensa podem funcionar em entidades sindicais e de movimentos populares, abrindo assim mais um campo de trabalho para os jornalistas.⁹

A comunicação entre as Als e os jornais e emissoras se processa pelo envio de notícias (os "press releases"), que devem ser identificados; datilografados em papel da empresa e com o nome do jornalista que os redigiu, seu número de registro no Ministério do Trabalho e, eventualmente, o da matrícula em seu Sindicato.

As assessorias no serviço público

Do presidente da República às autarquias municipais, passando pelos Ministérios, governadores de Estados, prefeitos e secretários, todos eles possuem seus setores de Comunicação Social, ou apenas assessorias de imprensa. Levar ao conhecimento dos jornalistas as realizações e os projetos em estudos faz parte das estratégias de qualquer governo que pretenda divulgar, o máximo possível, de que forma emprega o dinheiro público e o que realiza para atingir melhores níveis de bem-estar das populações. Não há, porém, ainda, o nível que seria desejável para esse contato entre governantes e governados, através da imprensa, do rádio e da televisão. Prefeitos de cidades do Interior insistem junto aos jornais de seus municípios a divulgação, na íntegra, dos "press releases" que distribuem por qualquer motivo e elaborados por seus assessores com a orientação de que o texto deve conter o máximo de elogios. Mais ainda: em cada lauda o nome do prefeito (segundo eles) terá de ser mencionado no mínimo cinco, seis ou sete vezes... Tenta-se desprestigiar o assessor-jornalista e, por outro lado, os meios de comunicação social não colocam e nem retiram uma só

palavra ou vírgula, porque se o comunicado sofrer alterações, os atos oficiais do Município (matéria paga) passarão a ocupar espaço bem menor. Consta que em esferas estaduais, há Secretarias e empresas de economia mista que encaminham à imprensa "press releases" nas mesmas remessas em que seguem as ordens para a inserção de grandes anúncios muito bem pagos. Tudo, porém, à revelia das agências de propaganda e publicidade, que se mantêm fieis à ética, criando os anúncios que são entregues aos clientes (oficiais), que se encarregam de escolher os veículos que irão divulgá-los.

A pressão econômica partida do poder público está descaracterizando alguns modestos jornais do Interior. Analisando-se muitos deles, constata-se que perdem aos poucos a sua independência e deixam de criticar o governo. Quanto ao conteúdo das edições, não passa de publicidade oficial, leis e decretos das prefeituras e quanto ao espaço que deveria ser destinado à Redação [no mínimo entre 40% e 50%] é ocupado por artigos assinados por deputados, senadores e funcionários situacionistas. Nenhuma palavra de crítica. Pouquíssimas, raríssimas mesmo, as notícias locais, a menos que permitiam um elogio a qualquer autoridade. Por que esse desvirtuamento? Talvez ele possa ser explicado pela relativa falta de apoio publicitário das empresas particulares locais que, mesmo quando dão anúncios, impõem seus preços, e com uma tabela baixíssima, os jornais têm que ceder muita centrimetragem, em troca de poucos cruzados. Vence, portanto, o lobby oficial. Questão de pura sobrevivência, mas que deixa o público desinformado. Pior ainda: mal informado, manipulado, acreditando só em acertos por parte dos governantes, enquanto que os grandes matutinos, independentes, dia-a-dia, encontram irregularidades e apontam possíveis culpados por corrupções.

Todos os governantes e políticos, por força do cargo, são obrigados a fazer discursos e, embora muitos deles tenham cultura e capacidade para tanto, pouco é o tempo que lhes sobra para a redação dos pronunciamentos oficiais, em solenidades, ou em redes de rádio e televisão. O presidente José Sarney, autor de vários livros e membro da Academia Brasileira de Letras, escreve pessoalmente alguns de seus discursos e costuma alterar substancialmente os rascunhos que lhe são apresentados por seus assessores de imprensa, que recebem, antecipadamente, instruções verbais ou escritas, sobre o assunto e como deve ser abordado.

Não é fácil assessorar um presidente da República. Uma idéia do que pode ocorrer está nesta notícia, publicada em **O Estado de S. Paulo** de 20 de abril de 1988¹⁰:

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

"Uma versão bastante diferente do discurso original feito pelo presidente José Sarney, anteontem, na abertura do Simpósio sobre Literatura Latino-Americana e do Caribe foi divulgada ontem pelo Palácio do Planalto com supressões de frases inteiras e tentativas de correções que, na verdade, levaram ao erro, como, por exemplo, escrever flecha com "x" (flexa).

As alterações foram feitas pelo assessor do presidente, Joaquim Campelo Marques, que, por coincidência, compõe a comissão de assistentes do dicionarista Aurélio Buarque de Holanda. Seu nome é creditado no dicionário. Campelo introduziu exatas 69 alterações no discurso que Sarney fez para uma platéia repleta de intelectuais brasileiros e de vários países latino-americanos convidados para o evento.

Aliás, a palavra "evento", dita por Sarney na ocasião, foi censurada por Campelo, que preferiu "encontro". O assessor achou de mau gosto a expressão original usada pelo presidente quando disse: "Levarei para o túmulo o orgulho de ter iniciado a integração latino-americana". Ele preferiu: "Eu me orgulharei sempre de ter..." Já quando Sarney usou de modéstia para falar da existência, no Brasil, de uma "lei de incentivos fiscais para a cultura", o assessor mudou para dizer que, "no Brasil, a experiência da chamada Lei Sarney, de incentivos fiscais para a cultura, já rende enormes frutos".

Ainda no discurso original, ao relacionar um grupo de expressivos nomes da literatura do continente, foi Sarney quem errou ao chamar de Mário Benetti o uruguaio Mário Benedetti. Na correção palaciana, o erro mudou o sexo do escritor: o escritor passou a ser Maria Benedetti.

O Planalto não costuma dar explicações para as correções feitas nos pronunciamentos oficiais, nem seus assessores gostam de ser classificados de ghost writers do presidente, lembrando sua condição de escritor e membro da Academia Brasileira de Letras."

Esse discurso do presidente José Sarney, embora lido às 11 horas só foi distribuído à imprensa às 17h40min, depois de passar pela sua assessoria. Rompeu-se uma tradição, que era a de se fornecer os textos de pronunciamentos oficiais, com várias horas (ou dias) de antecedência, porém sob embargo (compromisso de os jornalistas nada divulgarem antes da leitura oficial).

Todos os discursos de Sarney¹¹ estão sendo agora acompanhados (quando por ele lidos) por uma secretária que anota qualquer mudança em relação ao texto original. Só depois é que o Planalto

libera o pronunciamento para publicação, feitas as devidas correções. Evita-se, assim, que, pela televisão o povo tome conhecimento de um discurso que contenha frases a menos (ou a mais) que o publicado pelos jornais do dia seguinte.

Em 26 de julho de 88, Sarney dirigiu-se à Nação, em um discurso dramático, através do qual tentava provar que se, no segundo turno, o projeto de nova Constituição não fosse aprovado, o Brasil se tornaria ingovernável. Quem preparou o discurso foi o ex-ministro da Comunicação Social do governo João Figueiredo, Said Farhat, que mantém, agora, um escritório de assessoria em S. Paulo. O presidente cortou pelo menos dez das 16 laudas que lhe foram apresentadas e praticamente, segundo foi noticiado, reescreveu, com seu estilo pessoal, quase todo o restante do discurso¹².

Legalização da função de assessor de imprensa

A função de assessor de imprensa não está legalizada (pelo menos até redigirmos esta colaboração para **Comunicarte**), porém de fato já não há mais dúvidas de que ela só pode ser exercida por jornalistas. E à frente desse movimento destacou-se o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de S. Paulo que promoveu reuniões e assembléias por todo o País, em defesa dessas prerrogativas para a classe ou a elas enviou representantes. O Curso de Comunicação Social da PUCCAMP foi um dos primeiros a incluir no seu currículo a disciplina **Técnicas de Assessoria de Imprensa**, aprovada pelo Departamento de Jornalismo, por sugestão do professor Gilberto Gonçalves que, durante anos, participou dos movimentos sindicais para que o contacto entre empresas e órgãos de comunicação, visando facilitar a divulgação de notícias e reportagens, ficasse a cargo de jornalistas.¹³

O primeiro projeto de lei que indiretamente se referia a assessorias e imprensa foi apresentado ao Congresso pelo deputado Edson Vidigal e recebeu o nº 4.068/1980. Sua finalidade era alterar o § 1º do artigo 3º do decreto-lei nº 972, dando-lhe a redação seguinte: "Equipara-se a empresa jornalística a seção ou serviço de empresa ou radiodifusão, televisão ou divulgação cinematográfica, ou de agência de publicidade ou notícias, assim como a assessoria de imprensa, na qual sejam exercidas as atividades previstas no artigo 2º". Esse projeto está definitivamente arquivado e o artigo 2º a que se refere é o que relaciona as atividades que constituem o exercício habitual das atividades remuneradas da profissão de jornalista.

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

O ex-deputado federal Audalio Dantas foi o autor do projeto de lei (nº 6.077/82) que determinava a "obrigatoriedade de os cargos de assessor de imprensa serem providos por jornalistas profissionais", porém o seu trabalho, por força de normas regimentais também foi arquivado. Freitas Nobre, subscrevem projeto de lei 1.085-A, de 1983, que cria o registro especial de jornalista (§ 3º do artigo 4º do decreto-lei 972, de 17 de outubro de 1969, alterado pela Lei 6.612, de 7 de dezembro de 1972) para o "assessor de imprensa, assim entendido o que exerce, sem relação de emprego, atividades de assessoramento especializado, incluindo as necessárias ao acesso mútuo com a imprensa". Na mesma proposição incluía-se entre as funções desempenhadas pelos jornalistas profissionais como empregados, a de "assessor de imprensa, assim definido o que presta serviços de assessoramento especializado, incluindo os relativos ao acesso mútuo com a imprensa, a pessoas físicas e a pessoas jurídicas públicas ou privadas". Em 20 de dezembro de 1984, o deputado Francisco Amaral encaminhou à Mesa da Câmara dos Deputados o projeto de lei nº 4.369-A especificando que "o exercício de assessoria de imprensa, com a prestação de serviços de assessoramento especializado, inclusive os referentes ao acesso mútuo com o imprensa, a pessoas físicas e pessoas jurídicas públicas ou privadas" passa a ser privativo dos jornalistas profissionais. No artigo 2º, estabelece, ainda que "as entidades públicas ou privadas não jornalísticas, que editem material informativo ou publicação destinada à circulação interna ou externa deverão obrigatoriamente observar as disposições do decreto-lei nº 972, com relação aos jornalistas que vierem a contratar".¹⁴ (O decreto-lei nº 982, de 17 de outubro de 1969, baixado pelos Ministros da Guerra, do Exército e da Aeronáutica Militar, após o impedimento do presidente Artur da Costa e Silva é o que "dispõe sobre o exercício da profissão jornalística"). Com pareceres favoráveis das comissões permanentes da Câmara dos Deputados quanto à constitucionalidade, legalidade e mérito, os projetos de Freitas Nobre e Francisco Amaral aguardam sua inclusão na ordem do dia, para serem discutidos e votados. Em seguida o que for aprovado será encaminhado ao Senado e, posteriormente, ao presidente da República, para sanção e promulgação (ou possível veto, total ou parcial).

Os serviços de "clipping"

Em 1928, os jornalistas Mário Domingues e Vicente Alves de Lima, visitaram os Estados Unidos e a Europa, para verificar como funcionava, no Exterior, o serviço de fornecimento, a empresas, de

recortes de jornais, com notícias que fossem de interesse direto ou indireto dos clientes. Entusiasmaram-se com a idéia e fundaram, naquele ano, o Lux Jornal. Essa organização, pioneira, dominou o mercado sozinha, durante 40 anos, mas hoje, segundo **Meio & Mensagem**¹⁵ há dezenas de concorrentes que têm por objetivo "prover, com a máxima agilidade e abrangência, as assessorias de imprensa, departamentos de comunicações das empresas e agências de propaganda com o material jornalístico publicado nos veículos, de forma a que este público possa avaliar o retorno das atividades de divulgação da imagem de suas marcas".

No entanto, para Gilberto de Siqueira Campos, sócio-diretor do Lux Jornal, não há atualmente mão-de-obra especializada e "um leitor leva um ano para se formar". Cerca de 60 diários de vários Estados são lidos diariamente, assinalando-se em cada notícia, anúncio ou edital, um número, que corresponde à classificação de um dos 840 assuntos e perto de duas mil referências. Depois, em exemplares do mesmo jornal, esses códigos são reproduzidos em cores, ou seja, copiados com canetas até cem vezes por dia. Daí passa-se ao recorte das notícias, que são coladas em impressos com o nome de cada jornal, data da publicação e a página de inserção.

Orgulham-se os diretores do Lux Jornal de terem tido como clientes, durante a II Guerra Mundial, a Embaixada da Inglaterra, que, com base nos recortes, acompanhava a posição do presidente (ditador) Getúlio Vargas em relação aos países aliados e os exércitos do Eixo (Itália, Japão e Alemanha). O primeiro Ministro Winston Churchill enviou ofício ao Lux Jornal, cumprimentando seus dirigentes e funcionários pelos serviços que apresentavam.

O custo dos recortes é variável. Algumas empresas (consideradas familiares) cobram por "marca, evento ou assunto", de 15 a 20 OTNs mensais, enquanto que outras, em bases aproximadas, se comprometem à leitura, recorte e catalogação de até quatro ou cinco referências. Várias assessorias não se empenham em aumentar o número de clientes para não terem maiores custos e evitar, ao mesmo tempo, uma queda da qualidade das remessas diárias, pois qualquer falha ou lapso comprometeria a credibilidade dos serviços.

Esse é o sistema operacional das empresas de "clipping". Algumas trabalham apenas com os matutinos e vespertinos das cidades em que têm sede e outras abrangem os jornais de vários Estados. Para funcionarem com mais rapidez, as maiores delas mantêm representações ou sucursais em municípios importantes, que fazem o mesmo serviço, procedendo-se ao intercâmbio das notícias recortadas entre todas elas. Os

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

assinantes de "clipping" recebem os recortes horas após a circulação dos jornais, o que é feito através de malotes levados por entregadores que se utilizam de motocicletas e, em casos especiais, há um adiantamento dos principais fatos através de um resumo, via telex.

Com o desenvolvimento da mídia eletrônica surgiram empresas de vídeo clipping. A Look Comunicações (S. Paulo) grava todos os programas das emissoras de televisão e mantém em arquivos, durante cinco semanas, cerca de 300 fitas VHS ou PAL-M, que são vendidas a clientes do Brasil e da América Latina, ao custo equivalente de 6,3 OTNs se o pedido for feito antecipadamente. Outra assessoria paulistana, a MR, dedica-se, segundo seu titular, Mauro Ribeiro, "a conservar uma memória paralela dos fatos políticos, empresariais e de patrimônio histórico". Essas organizações estão em fase de desenvolvimento, investindo na compra, todos os meses, de pelo menos dois videocassetes e preocupadas no serviço de manutenção e coleta de todos os informes possíveis, que consistem na gravação integral das programações das emissoras de televisão, incluindo comerciais. Para impedir que o trabalho possa ser prejudicado, mantêm equipamentos nos seus escritórios centrais e em diversos bairros da capital, para a hipótese de haver cortes de energia elétrica, programados ou imprevistos¹⁶.

Situações e problemas enfrentados pelos assessores

Segundo o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de S. Paulo¹⁷ há cerca de mil e duzentos de seus associados (e não associados) integrando as Assessorias de Imprensa. José Luiz Frare, coordenador do departamento de imprensa do Sindicato dos Bancários de S. Paulo observa que "não há comparação entre o espaço dado pelos jornais ao patronato e o aberto ao movimento sindical dos trabalhadores". O departamento de imprensa dos bancários, porém, "é um caso a parte, com 17 pessoas, das quais oito jornalistas" e que vem mantendo um tablôide diário (a *Folha Bancária*), com 100 mil exemplares de tiragem, além de mais de 20 publicações específicas por bancos.

Wilson Baroncelli, da assessoria da Companhia Souza Cruz, expressa-se, em tese: "o ranço do autoritarismo nas empresas advindo da formação autoritária da própria sociedade brasileira, não pode receber a concordância do assessor, que tem de firmar pé contra a pretensão de algumas pessoas quererem incluir na política empresarial o uso de expedientes, como o de pressionar imprensa ou jornalistas".

Os limites da atuação (ou da iniciativa) do assessor de imprensa, foram definidos por Vicente Alessi Filho, da Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos) que explica: "Quando a fonte não quer falar, o assessor também é obrigado a ficar calado, mesmo porque, embora goze de bom trânsito com diretores e empresários, há assuntos que eles mantêm exclusivamente entre eles. Afinal, são os capitães da indústria que tocam seus negócios. Nós somos ouvidos, mas não somos considerados parte do grupo deles. O que o presidente da Anfavea discute com o ministro da Fazenda não necessariamente chega ao meu conhecimento".¹⁸

Walter Nori, um dos mais destacados nomes no setor das atividades de suporte ao **marketing**, que foi diretor de Comunicação Social da Rhodia, cargo que deixou em meados de 1988 para assumir a presidência, no Brasil, da Hill & Knowlton, a maior organização mundial no campo de relações públicas, dá a receita de um bom trabalho na área de assessoria de imprensa: "É simplesmente ter bom senso, ser jornalista 24 horas por dia e interromper o trabalho dos colegas de redação apenas quando o assunto que te levou a procurá-lo merecer de fato o interesse da imprensa. É não ceder a pressões da empresa se você não sentir na informação que ela quer divulgar realmente tenha algo de interesse amplo. Finalmente, ser suficientemente criativo para dar à informação o caráter mais jornalístico possível" Referindo-se à Rhodia, Walter Nori diz que ela era muito fechada com o público em geral e hoje é mais transparente. Se, em 1987, a Rhodia tivesse pago todo o espaço que conquistou através da Assessoria de Comunicação Social (258 páginas em todos os jornais e revistas e 101 minutos na televisão), ocupadas com notícias que a envolviam, esse valor chegaria perto de Us\$ 5 milhões, tendo como base os preços médios de publicidade. Quanto ao valor de fixação de imagens no público, esses resultados são imensuráveis.¹⁹

Agências de propaganda criam assessorias de imprensa

As agências de propaganda brasileira estão criando assessorias de imprensa próprias, para maior relacionamento com os meios de comunicação social. Annete Conrard, da W/GGW destaca que a presença do jornalista é a de detectar, criar, fazer a comunicação e administrar a notícia. A imprensa começou a procurar mais as agências de propaganda e também o inverso: estas perceberam a importância de divulgarem seus trabalhos. O publicitário Carlos Rossini enfatiza que "o jornalista na

redação ficou mais crítico, os veículos criaram sistemas de filtragem e fica difícil entrar. Essa explosão de assessorias independentes, de toneladas de releases que desembarcam nas redações dos jornais criou um clima de disputa muito grande. Quem não tiver qualidade fica para trás".²⁰

Importância do assessoramento

Ao jornal ou emissora cabe avaliar o valor do texto, ou aproveitá-lo como pauta para uma reportagem a ser desenvolvida com informes obtidos com quem encaminhou a notícia e em outras fontes. Levar a matéria ao público e interpretá-la sob vários ângulos, a valorizará. É o que diz Gerson Moreira Lima²¹: "Poderíamos ainda ir adiante no que diz respeito à função do redator que recebe o "release". Além do dever de descobrir a essência e separá-la dos interesses estreitos de que ela se reveste é indispensável que o jornalista busque novos dados junto à fonte, para a valorização do texto final publicado".

"Um assessor de imprensa" — ensina o professor Gilberto Gonçalves²² "será mais autônomo na sua função, quanto mais consciente e competente profissionalmente ele for. Para isso deverá saber planejar e executar toda a comunicação com a imprensa. Precisa ter em mente que o momento pós entrevista é tão ou mais importante que o preparo e período de duração dela. Os detalhes sobre o funcionamento de cada um dos veículos de comunicação: rádio, jornal, TV, revistas, devem ser do seu conhecimento. Ele precisa saber quando priorizar determinado veículo. A importância da hora de fechamento dos jornais. A assessoria que se quer autônoma, deve manter um atualizado banco de dados para fora, deve saber lidar com as publicações internas e externas, resumir a imprensa e ser capaz de uma análise política, quando solicitada".

A Comunic/Cláudio Amaral Assessoria de Imprensa, com sede em S. Paulo teve um crescimento de quinhentos por cento em 1984, quando produziu notícias para 53 clientes, enviando-as via telex ou por correio, a cerca de 250 veículos entre jornais, revistas, rádios, televisão e agências noticiosas nacionais e internacionais, sediados em todo o território nacional.

Cláudio Amaral assim acentua a importância das AIs: "No início da década de 70 eu trabalhava no "Estadão", na editoria de esportes. Havia jornalistas para cobrir tudo: futebol, hipismo, tênis, polo aquático. Hoje trabalham menos jornalistas e, em muitos casos, se um assessor não passar as informações, eventos acabam não sendo noticiados,

por mais importantes que possam ser"²³. Outras assessorias, que não possuem estrutura própria, utilizam-se do sistema de difusão do material da Comunic, um dos mais eficientes e completos do Brasil. Entre as promoções divulgadas pela Comunic, podem ser citadas: campeonatos de iatismo, lançamentos de produtos, a Pauli-Poli, provas de super-kart, campeonatos brasileiros de aeromodelismo e o confronto [em 1983] entre Brasil e Uruguai e Brasil e Equador, pela Copa Davis de Tênis.

Jornalistas devem reagir às pressões

Ocorrem, todavia, como já acentuamos, situações que deveriam ser evitadas. Prefeitos obrigam que as notas ("press releases") remetidas à imprensa (várias delas e diariamente), com informes nada aproveitáveis, citem pelo menos cinco ou seis vezes (ou mais) os seus nomes e os elogiem pelo **pioneirismo, dinamismo, operosidade e larga visão...** Jornalistas profissionais têm-se negado a sofrer essas pressões, o que não evita que os comunicados e notícias oficiais continuem sendo produzidos por quem nada entenda do assunto. A irregularidade não pára aí. Os proprietários dos jornais desses Municípios [que recebem editais, leis, decretos, portarias, avisos e outras matérias pagas das Prefeituras], agindo contra a ética, se comprometem [são donos, mas não jornalistas] a publicar o que lhes mandam, sem qualquer alteração. Nem mesmo nos títulos... Se na cidade existirem dois matutinos, um será xerox do outro, sempre que se referirem ao "grande e incomparável progresso do nosso Município"...

Notas e referências bibliográficas

(1) CHARNLEY, Mitchell V — **Periodismo Informativo**. Ediciones Troquel. Buenos Aires. 1971. Pág. 45.

(2) Para o leigo a expressão **assessoria de imprensa** representa, em geral, somente a redação e distribuição de "press releases".

(3) **Manual de Assessoria de Imprensa**. Editado pela Federação Nacional dos Jornalistas. Rio de Janeiro. 1986. Pág. 12.

(4) LODI, João Bosco. **Viver e Trabalhar — Uma proposta de reciclagem pessoal**. Livraria Pioneiro Editora. S. Paulo. 1985. Pág. 47.

(5) **Plano de Comunicação Social**. Rhodia S. A. Gerência de Comunicação Social. S. Paulo. 1985. Pág. 13 e 14.

(6) O professor Manuel Carlos Chaparo, em tese de mestrado que defendeu na Escola de Comunicações e Artes de S. Paulo entende que "o trabalho do assessor deve ter como público alvo somente os outros jornalistas". E acrescenta: "Sua função é

ASSESSORIAS DE IMPRENSA, NOVO MERCADO DE TRABALHO

levantar informações corretas e precisas sobre material de interesse público, nas empresas e instituições, e passá-las como sugestão a repórteres e editores." A isso ele chama de "prática de jornalismo a nível de fonte e argumenta que as assessorias de imprensa devem produzir tendo como público único os jornalistas. Estes, "como receptores exclusivos das pautas, devem ser os senhores da decisão de aproveitar ou não as informações e aprofundá-las para levar ao público final" "Os assessores de imprensa discutem a profissão." Acentua, ainda, o professor Manuel Carlos Chaparo que as Assessorias de Imprensa tiveram origem nos Estados Unidos, no começo do século, ligada ao interesse de melhorar a imagem das grandes empresas. Porém, "a experiência brasileira encontrou uma vereda original, particularmente a partir da década de 70 com o descolamento do guarda-chuva das Relações Públicas" **Jornalistas dão o público-alvo.** In *Unidade*, Boletim do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de S. Paulo. Nº 99. Maio de 1988. Pág. 9.

(7) Ver item 3. Pág. 50.

(8) Ver item 3. Pág. 50.

(9) Ver item 3. Pág. 33.

(10) **Assessor encontra 69 incorreções no discurso de Sarney.** In *O Estado de S. Paulo*. 20 de abril de 1988. Pág. 21.

(11) **Cautela no Planalto.** In *Painel. Folha de S. Paulo*. 16 de maio de 1988. Pág. A-4.

(12) Myrian Guaraciaba. **O escriba Farhat volta à Corte.** In *O Estado de S. Paulo*. 27 de julho de 1988. Pág. 5.

(13) A disciplina **Técnicas de Assessoria de Imprensa** começou a ser ministrada no Curso de Jornalismo do IAC/PUCAMP em 1988 pelos professores Marcel José Cheida e Mário L. Erbolato, que elaboraram e seguiram o seguinte **PROGRAMA:** "I — **Ementa** — Conceitos de Assessoria de Imprensa, Atividades desenvolvidas pelo assessor. Os veículos de comunicação utilizados em Assessorias de Imprensa. Relações com a grande imprensa. Relações com o público. O "release". A pré-pauta. II. **Matéria lecionada** — 1. A Comunicação Social após a Revolução Industrial e a fase do consumismo. O uso da Assessoria de Imprensa por organizações públicas e particulares e a imagem construída pelo governo militar de 1984, através do porta-voz. 2. Esquemas de funcionamento de Gerências de Comunicação Social e (ou) Planos de Comunicação Social. 3. O público-alvo das Assessorias de Imprensa. 4. Definições e conceitos sobre Assessoria de Imprensa. 5. Qualidades do Assessor de Imprensa. 6. Funções das Assessorias de Imprensa. 7. A pré-pauta como estímulo ao jornalismo investigativo. 8. O "press release". 9. Relacionamento dos Assessorias de Imprensa com os jornalistas. 10. Equívocos que devem ser evitados pelas Assessorias de Imprensa. 11. A leitura crítica da Imprensa para fins de informação aos assessorados. 12. Assessorias de Imprensa para secretarias, prefeituras, ministérios e autarquias. Quando há (ou não) conveniência de as informações serem centralizadas."

(14) Agradecemos ao deputado federal constituinte professor Sólton Borges dos Reis as informações e documentação oficial que nos obteve no banco de dados do Congresso Nacional.

(15) Regina Moldero. **Clipping: inovação e competitividade.** In *Meio & Mensagem*. Nº 306. 9 de maio de 1988. Pág. 20.

(16) Ver item 15.

(17) **Os assessores de imprensa discutem a profissão.** In *Unidade*. Boletim do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de S. Paulo. Nº 99. 18 de julho de 1988. Pág. 6/8.

- (18) Ver item 17.
- (19) Walter Nori. In **Meio & Mensagem**. 18 de julho de 1988. Pág. 6/8.
- (20) **As assessorias de imprensa dentro das agências**. In **Meio & Mensagem**. Fevereiro de 1988. Pág. 6.
- (21) LIMA, Gerson Moreira. **Releasmania, uma Contribuição para o Estado do Press Release no Brasil**. Summus Editorial. S. Paulo. 1985. Pág. 51.
- (22) GONÇALVES, Gilberto. **Autonomia e Ética do Assessor de Comunicação Social**. In **Comunicarte**. Nº 6/7. 1985/96. Campinas. Pág. 50.
- (23) **Assessoria de Imprensa, um mercado sob Fogo Cruzado**. In **Unidade**, Boletim do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de S. Paulo. Março de 1982.

BEAUX ARTS, PARIS, MAI 68

Maio de 68 foi a vinte anos atrás. Que foi algo muito importante para os franceses não há dúvida para eles. Para nós brasileiros ficaram algumas imagens de televisão gravadas no fundo da memória, do combate ideológico na rua Maria Antonia, das movimentações da UNE, e muito das notícias que vinham do exterior. O filósofo Luiz Orlandi, num artigo escrito em abril de 88 diz que "fragmentos de utopias, centelhas de racionalidade, fulgores do desejo, criações, demônios e exorcismos foram soltos pelas ruas desse mundo em 1968", e para os mais céticos restam as muitas teses espalhadas pelas universidades.

Este artigo do professor Orlandi (IFCH-UNICAMP) apontando para a questão — como pensar 68?, mostra que aí surge "não só um pensamento diferente", o que não é trivial, mas principalmente "um novo pensamento da diferença", que encontra sua maior fonte no filósofo francês Gilles Deleuze. As obras nas quais Deleuze articula um novo pensamento da diferença são principalmente **Diferença e Repetição**, de 1968, tradução publicada somente em 1988 (editora Paz e Terra/Graal), e **Lógica do Sentido**, de 1969 (tradução publicada no Brasil pela Perspectiva em 1974).

Na escola de Belas Artes de Paris maio de 68 foi um tempo absolutamente especial, com a tomada de seus locais pelos alunos e professores e a sua transformação em atelier popular. Aí se discutiu e realizou as principais questões de estética e comunicação popular engajada de massas que se conseguia formular na época. O grande perigo que por aí rondava, sem grande penetração é bom lembrar, era se cair na fala piegas e "langue de bois" do realismo socialista de inspiração russa.

Reproduzo aqui alguns "affiches" (cartazes) que sinalizaram o movimento de massa daqueles estudantes e trabalhadores no Boulevard Saint-Michel, na Califórnia, em Praga. Sinalizaram as idéias políticas e também a moda estética do próprio cartaz. As cópias foram feitas a partir de extratos da compilação feita por Méša, **Mai 68 -- Les affiches de l'atelier populaire de l'ex-Ecole des Beaux-Arts**, S. P. M. Édition, Paris, 1975.

Eduardo de Melo FERREIRA
(Professor do IAC/PUCCAMP)

BEAUX ARTS, PARIS, MAI 68





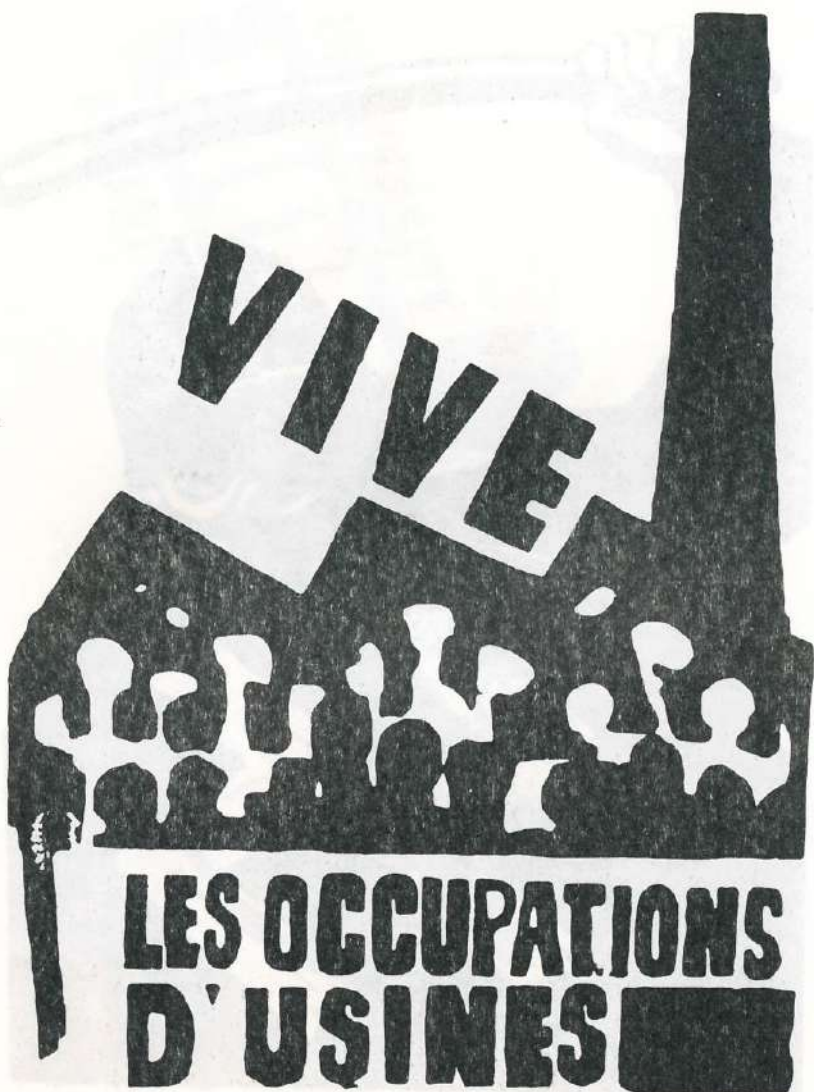
**UNIVERSITE
POPULAIRE**

OUI

Universidade burguesa não, Universidade popular sim

BEAUX ARTS, PARIS, MAI 68





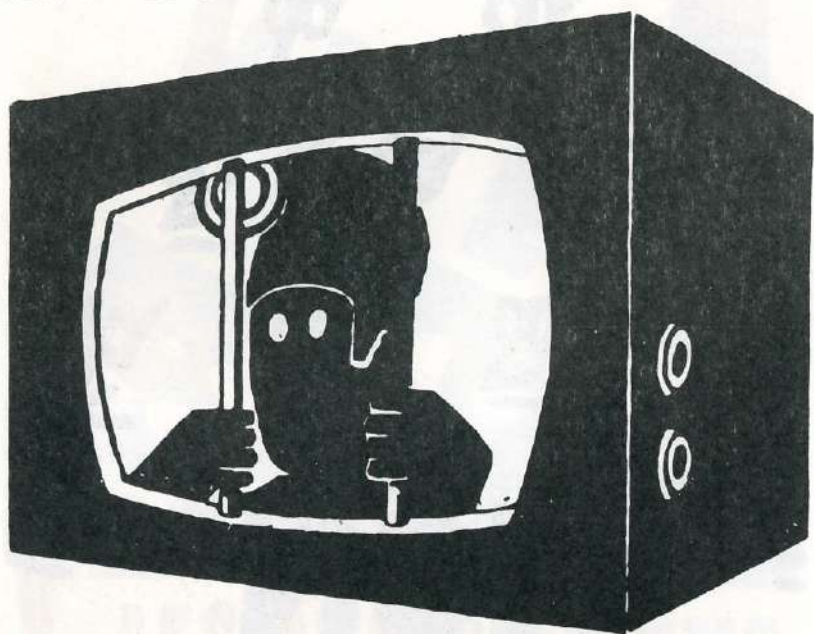
Viva as ocupações de fábricas.

BEAUX ARTS, PARIS, MAI 68



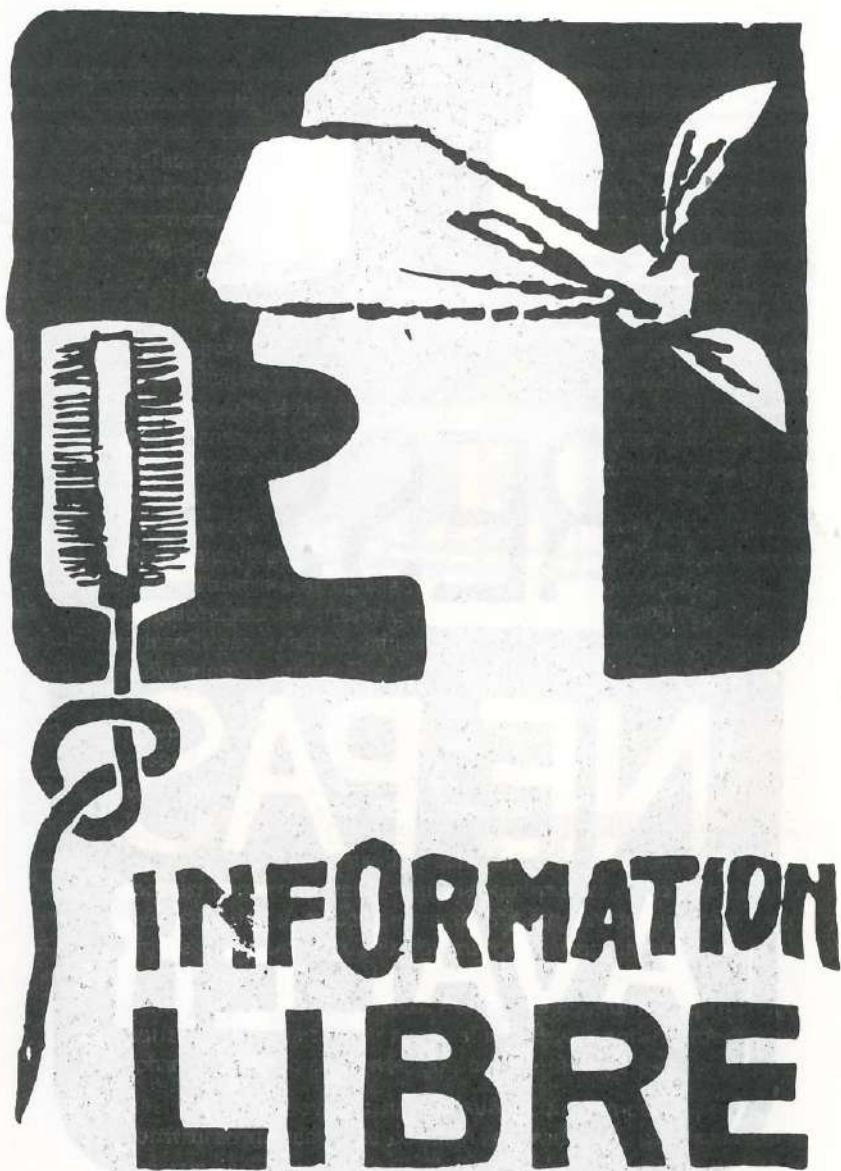
NON
A LA BUREAUCRATIE

LIBERONS . L'O.R.T.F.



Libérons a estatal de rádio e TV

BEAUX ARTS, PARIS, MAI 68

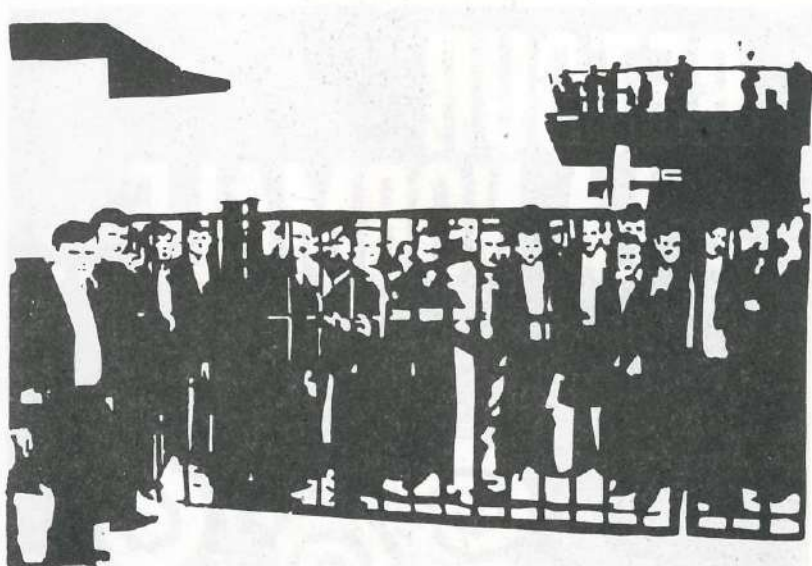


Informação livre



Imprensa, não engolir

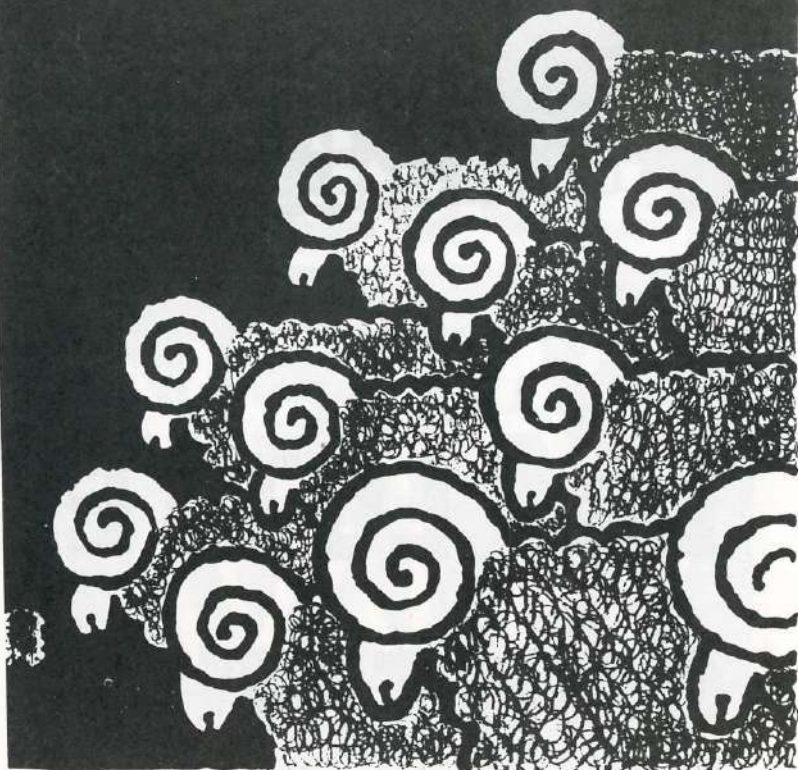
BEAUX ARTS, PARIS, MAI 68



LA LUTTE CONTINUE

A luta continua

RETOUR A LA NORMALE...



Retorno ao normal.

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

Crimes da Comunicação Social, por João Féder. Editora Revista dos Tribunais, S. Paulo, 1987. 180 páginas.

O jornalismo é uma profissão perigosa, pois a intensidade do trabalho, as tensões e as poucas horas de sono contribuem para que a média de vida não seja alta. Como se não bastasse esse resultado negativo, consequência de uma atividade que exige conhecimentos, vocação e técnica, os jornalistas sofrem perseguições e ameaças e são chamados à Justiça, para responderem a processos de injúria, difamação, calúnia ou acusados de colocar em risco a segurança nacional. Dos processos, sejam quais forem, trata João Féder, em seu recente livro **Crimes da Comunicação Social**, publicado pela Editora Revista dos Tribunais, SP. Membro do Tribunal de Contas do Estado do Paraná, o autor é professor de Ética, jornalista e presidente da TV Iguaçú:

Condena-se hoje a imprensa amarela, escandalosa, sensacionalista e que em 1898 teria provocado e alimentado a guerra entre Estados Unidos e Espanha, como parte dos planos das cadeias de jornais de William Randolph Hearst (que inspirou o **Cidadão Kane**, de Orson Welles) e de Joseph Pulitzer, ambos visando alcançar maiores tiragens, com as exageradas manchetes diárias.

Até o século 18 era privilégio da Igreja e dos reis emitir opiniões e divulgá-las, mas, em 1776, a Declaração dos Direitos de Virgínia, em seu artigo 12 frisou que: "a liberdade de imprensa é um dos escudos mais poderosos da liberdade e que somente os governos despóticos podem

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

entravar". A ditadura do Estado Novo negou registro e impediu a circulação a 420 jornais e 346 revistas, culminando com o assalto a **O Estado de S. Paulo**.

Variam os costumes, de acordo com os povos e, se o Estado controla ou produz integralmente o noticiário que divulga, na Arábia Saudita, onde a dança, o cinema e o álcool são proibidos, não foi possível impedir que a televisão lá se instalasse, a partir de 1965. Houve, porém, algumas condições: é obrigatória a leitura diária de vinte minutos do Alcorão e, nos filmes estrangeiros, rigorosamente selecionados, dubla-se a palavra **uisque** pela frase "um suco de laranja".

Devendo ir onde é mandado, para cobrir os acontecimentos, o repórter às vezes é preso, ferido, torturado, morto, assiste a execuções (mortes legais) e sente as alegrias e sofrimentos alheios. Deve ser realista nas suas descrições e não um ficcionista.

As influências da televisão são enormes: crianças tentam imitar os heróis dos desenhos animados e os filmes policiais inspiram os criminosos a agir com inéditas formas de violência. **Crimes da Comunicação Social** leva a uma leitura interessante. O **Paris Match** foi condenado a pagar vinte mil francos ao cantor Jacques Brel, por haver publicado sua foto com bandagens na cabeça, ao sair do hospital, onde sofrera uma cirurgia para extirpar parte de um órgão, atacado de câncer.

Os jornalistas são capazes de guardar segredos? Sim, Franklin Delano Roosevelt convenceu os diretores de jornais a nada divulgarem sobre a bomba atômica americana, enquanto na fase de construção. Sequestros são ocultados, para não prejudicar a ação da polícia.

O livro de João Féder é o primeiro que conhecemos sobre o tema abordado e cita, sempre, exemplos de pressões e o pronunciamento da Justiça. Uma grande colaboração para os arquivos e preciosa fonte de consulta à qual devem recorrer historiadores, juristas e comunicadores.

Mário L. Erbolato

Comunicação em marketing: tipos, técnicas e pesquisas, por J. B. Pinho. Campinas, SP, Papyrus Livraria Editora, 1988, 194 páginas.

Quem conhece o professor José Benedito Pinho, ou J. B. Pinho, como ele próprio prefere na simplificação que faz do nome uma marca, sabia que mais cedo ou mais tarde este livro apareceria. Por quê?

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

Porque **Comunicação em Marketing** é uma continuação impressa de suas lições em sala de aula. Professor assumido e juramentado, Pinho escreve com o rigor do mestre, a clareza do didata, o zelo do pedagogo e o efeito do comunicador. O resultado não podia ser outro: o livro revela uma pesquisa séria, é absolutamente claro, podendo ser lido por universitários de qualquer ano ou mesmo por leigos, e é agradável. Em outras palavras, além de convencer, seduz. Isto, que é a ambição de todo bom anúncio, acaba ocorrendo numa comunicação em livro.

Mas nem só de clareza didática e poder de convicção e sedução vive este livro. Indo além, J. B. Pinho colabora para a extensão e o aprofundamento dos estudos comunicacionais, trazendo luzes sobre assuntos de recente afloramento.

Um deles, e talvez o de maior relevância, é o que dá o título à obra. Trata-se da **comunicação mercadológica**. Segundo o autor, diversos fatores da vida contemporânea, entre eles o acirramento da concorrência, acabaram levando a empresa à constatação de que "as técnicas de comunicação não mais podiam ser utilizadas isoladamente". Tornava-se necessário pensar no "composto de comunicação" mercadológica, de que a publicidade, a propaganda, a venda pessoal, a promoção de vendas, as relações públicas, o merchandising, a embalagem e o marketing direto são "técnicas".

Mesmo contando com uma unidade indiscutível, que lhe é proporcionada exatamente pelo conceito de "composto mercadológico", o livro **Comunicação em Marketing** está articulado de tal forma que permite ao leitor buscar qualquer um de seus cinco capítulos para uma leitura proveitosa. Cada capítulo tem uma espécie de vida própria.

O primeiro e o último talvez sejam os mais interessantes, não porque os demais sejam desinteressantes, mas por serem, aqueles, os de maior atualidade em termos de debate. O primeiro trata do processo mercadológico e da comunicação em marketing. Seu interesse está justamente na contribuição do autor para esclarecer o tema do composto mercadológico. O último capítulo é sobre a propaganda política, assunto que é uma das especialidades de J.B. Pinho. O autor trata de definir a propaganda política, apresentar seus tipos e técnicas, mostrar o reverso da medalha (a contrapropaganda), fazer sua acareação com a opinião pública e faceá-la com os meios de comunicação. Na parte das conclusões, Pinho surpreende o leitor, pois, em lugar de enfatizar a força da propaganda política, aponta para o papel dos grupos primários e da resistência individual no resultado final.

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

Os outros três capítulos, intermediários, destinam-se ao **marketing direto**, cujas técnicas e canais expandiram-se e se aprimoraram; à **produção comercial**, capítulo que é um verdadeiro manual para alunos dos cursos de comunicação; e à **agência de propaganda**, um dos principais participantes do processo de comunicação mercadológica, que merece de J.B. Pinho uma análise atenta em termos históricos, funcionais, práticos e ético-jurídicos.

Além de ser um prolongamento das aulas que ministra no Instituto de Artes e Comunicações da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, **Comunicação em Marketing**, de J.B. Pinho, é obra indispensável a quantos se dedicam à teoria e à prática da comunicação mercadológica.

Sérgio E. M. Castanho

A República dos Padrinhos, por Gilberto Dimenstein. Editora Brasiliense, S. Paulo, 159 páginas.

Se, durante muito tempo, convencionou-se afirmar que as notícias publicadas pelos diários não tinham vida além de 24 horas, esse conceito se alterou profundamente, depois que surgiu o jornalismo investigativo, que vai ao fundo das questões e interpreta os fatos com imparcialidade, ouvindo todas as partes neles envolvidas e recorrendo às mais diversas fontes. Não é para se admirar, assim, que excelentes reportagens se transformassem, nos últimos anos, em livros disputadíssimos pelos leitores.

Está nesse caso **A República dos Padrinhos**, de Gilberto Dimenstein, publicado pela Editora Brasiliense, SP, 1988 (159 páginas) e que só no primeiro semestre de 88 alcançou quatro edições. O autor, que dirige a sucursal da "Folha de S. Paulo" em Brasília redigiu uma obra séria, que sugere um romance policial, em que há denúncias de corrupção, descrição de festas políticas e análise de documentos oficiais, tudo girando, na maior parte, em torno das atividades de um Ministério. Elementos do alto escalão da República são citados e o jornalista chega a se referir não só aos depoimentos que prestaram em uma Comissão Parlamentar de Inquérito, mas vai além: transcreve as conversas mantidas a portas fechadas, porém sem muita cautela, tanto que foi permitida a presença de possíveis **testemunhas**, que não souberam manter segredo e disseram, confidencialmente, o que sabiam.

Gilberto Dimenstein, 31 anos de idade, é um nome de respeito na imprensa. O ponto inicial para o seu livro, segundo relata no prefácio,

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

foi quando o presidente da República nomeou para a chefia do Ministério do Planejamento, "cargo rigorosamente técnico, um político sem expressão, hábil na troca de favores" e que poderia ser comparado a "uma raposa guindada à condição de protetora de um galinheiro". Mostrando sua independência, o jovem repórter, sempre que não tivesse presenciado um fato, conversava com vários políticos, que dele haviam participado e fazia, em seguida, um cruzamento de informações, eliminando, porém, as que eram divergentes.

Pactos, acordos, promessas e entendimentos eram comuns. Silêncio, em troca de barganhas. E benefícios, à custa do dinheiro público, que implicavam em "não dar nomes aos bois", quando jornais e revistas pretendiam listas de políticos, que lutavam para contemplar amigos e correligionários com verbas de vulto. Havia muito mais: ameaças de envolver "todo o mundo" em intermediações ilegais e negociatas. Comentava-se que existiriam **espões** sobre as atividades dos ministros. Descobriu-se, aos poucos, o favorecimento a empresas que contrataram serviços, com ou sem concorrência, porque entre seus sócios havia pessoas ligadas ao governo.

A sinceridade de Gilberto Dimenstein é revelada em todo o livro, mas especialmente quando ele recebeu de um dos membros da Comissão Parlamentar de Inquérito sobre a Corrupção, uma lista de 300 páginas, repleta de siglas, números e abreviações, seguidas dos nomes de prefeituras, governos estaduais e entidades beneficentes. Seria certo, acreditar em quem lhe dera o documento? Ele não se convenceu, de imediato, sobre a autenticidade do material. Não seria uma armadilha? Publicá-lo, trar-lhe-ia a desmoralização. Recorreu a um técnico e a resposta veio logo. A listagem era verdadeira. Aí passou a trabalhar sobre ela, selecionou os pedidos, identificou senadores e deputados e fez seus comentários. A lista foi divulgada pela "Folha de S. Paulo" e teve "violenta repercussão".

Adverte Gilberto Dimenstein que temia dar margem a insinuações contra o poder civil, mas adianta que o "país está cada vez melhor, apesar de seus governantes". Suas reportagens, lidas no dia-a-dia, já estão na História.

Mário L. Erbolato

Direito à Imagem, por Hermano Duval. Editora Saraiva, S. Paulo, 1988.
154 páginas.

No televisor, durante o intervalo comercial, a mulher semi-nua sugere o uso de um sabonete ou de cremes para o rosto. O ministro

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

acusado de haver favorecido amigos, em concorrência pública fraudada, tem a sua foto (de arquivo), ilustrando a notícia nos jornais. Os atletas de vários clubes de futebol, com passes à venda e disputados por agremiações do Exterior, dão entrevistas, que são complementadas com informações extraídas do arquivo (ou dos bancos de dados). A artista, que mal terminou de gravar o último capítulo da novela, surge nas colunas especializadas, como personagem, na vida real, que se ligou por fortíssimos laços amorosos, a um dos ex-colegas do elenco. Para atrair o leitor reproduz-se cena com ambos abraçando-se.

A publicidade, artística, convincente e de grandes resultados para o cliente que a pagou é, de certo modo, copiada para anunciar outro produto similar. Filmes que visam contar a história de alguém que se destacou nos anos 30, 40 ou 50, podem se basear em livros, mas nenhuma referência é feita a ele, nos letreiros iniciais. Um quadro célebre é reproduzido em cartões postais, que são remetidos, por grandes empresas, no final do ano, aos que com elas se relacionarem, acompanhados de "votos de boas festas".

Diligências policiais em locadoras de vídeo, resultam na apreensão de fitas-piratas, assim classificadas por não serem autorizadas pelo órgão governamental competente, deixando, por isso, de pagar direitos autorais. Há livros ou partituras de obras de compositores célebres, copiadas pelo sistema xerox e programas para computadores, utilizados sem licença.

Os direitos da pessoa — à sua própria imagem e ao seu trabalho — são protegidos por leis e convenções internacionais. O tema é tratado por Hermano Duval em **Direito à Imagem**, Editora Saraiva, SP, 1988 (154 páginas), e que, a par de criteriosos comentários jurídicos, percorre a História, para citar exemplos que despertam curiosidade.

A "marca de fábrica" ou "nome comercial" dos artigos tem grande valor. Homens e mulheres, ao vestirem uma roupa, fazem questão que a etiqueta esteja em lugar visível, porque ela "indica a que grupo social pertence" quem a ostenta. As confecções se internacionalizam e o Brasil recebe moldes originais concebidos em Nova York, Roma ou Paris e paga bem caro por eles.

Enquanto astros e estrelas (teatrais, do rádio, do cinema e da televisão) permanecem permanentemente interessados na divulgação de suas fotos, recomenda-se que as imagens de celebridades não sejam associadas, sem permissão, a fins comerciais. E o jornalista, que no dia-a-dia, consegue o retrato 3x4 do criminoso que matou a família toda, ou o

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

“instantâneo” de um deputado que dorme em plenário? Seria processado, ou não, se divulgasse essas imagens?

Respostas para essas e outras situações são encontradas em **Direito à Imagem**, que analisa a jurisprudência brasileira e recorre à legislação norte-americana e de vários países da Europa. Uma excelente obra, que nos diz o que podemos ou não fazer, para que haja proteção à privacidade alheia.

Mário L. Erbolato

Documenti di Lavoro e pre-publicazioni — do Centro Internazionale di Semiotica e di Linguistica di Urbino (Itália).

Foi com grande satisfação que **Comunicarte** recebeu os trabalhos mais recentemente editados pelo Centro Internazionale di Semiotica e di Linguistica (C.I.S.L.), pois eles mostram por si mesmos a razão pela qual este centro de estudos é um dos mais importantes do mundo na pesquisa de ponta também em Comunicação Social. Editados em italiano, francês ou inglês, segundo a origem dos autores, os **Documenti di Lavoro** fornecem resultados atualizados das pesquisas feitas pelos colaboradores do C.I.S.L.

Os “documenti” são brochuras mensais, e aparecem no interior de seis séries segundo as linhas de pesquisa do C.I.S.L.:

- Série A — semiótica, lingüística, semântica
- Série B — semiótica narrativa e discursiva, retórica
- Série C — sócio-semiótica (sócio e etno-lingüística)
- Série D — semiótica literária: mitologia e folclore; poética
- Série E — audio-semiótica
- Série F — semiótica visual e audiovisual

Os documentos que **Comunicarte** recebeu recentemente são numerados de 163 a 175, referentes ao período de abril de 1987 a junho de 1988. “Du contextualisable au co-textualisable” (163 — série C) de Alain J-J Cohen, “Un discours sans autre” (164/165 — série B) de Bernard Comment, “Semiotics and Aesthetics of Surfaces and Surface Layouts” (166 — série F) de Martin Krampen, “Point de vue et subjectivité au cinéma” (167/168/169 — série F) de Jacques Fontanille, “Semiotica del frammento” (170/171/172 — série B) de vários autores, e “La lingua comme mezzo di comunicazione scritta: il testo” (173/174/175 — série A) de János S. Petröfi.

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO

Ressaltamos aqui o caráter instigante das propostas de Martin Krampen em "Semiotics and Aesthetics..." sobre uma abordagem ecológica da noção de espaço em semiótica de superfícies, principalmente na sua análise das relações entre cognição e significação.

Sendo todos os "documenti" trabalhos de excepcional interesse, e não havendo aqui espaço para comentá-los todos em detalhes, fica apenas uma palavrinha sobre "Point de vue et subjectivité au cinéma" de Jacques Fontanille, onde o pesquisador da Universidade de Limoges (França) reconsidera "a questão dos pontos de vista no cinema integrando-a numa teoria da subjetividade, fundada sobre os atos enunciativos, dessolidarizando-a ao mesmo tempo dos jogos de sincretismos superficiais, propondo uma verdadeira sintaxe que permita reconstituir percursos subjetivos e transformações modais". Colocando estas questões a partir de uma análise de "Morte em Veneza" de Visconti, Fontanille constrói uma arquitetura analítica extremamente complexa, de onde retira fundamentos para a conclusão de que a subjetividade "está pronta para entrar numa teoria — mais vasta — da manipulação enunciativa, manipulação do enunciatário pelo enunciador". O que alegra aqueles que se debruçam sobre os problemas da enunciação dentro da comunicação no cinema e na televisão.

Eduardo de Melo Ferreira

PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO

Levantamento da cultura popular da região de Campinas

Laura Della MÔNICA
e Maria Angela Marques AMBRIZI
(Professoras do IAC/PUCAMP)

I – Introdução

Difícilmente o folclore resiste à ação do tempo e às imposições da sociedade urbana e da cultura de massa.

No Brasil a maioria dos folguedos populares tem sua origem na Península Ibérica e se refere ao Natal (Reisado, Folia de Reis, Pastoril); outros se realizam na época natalina, embora não estejam vinculados à natividade (Bumba-meu-boi, Marujada). O legado Africano, por outro lado, penetra vários rituais, cuja tendência ao sincretismo cultural parece mais claro do que na relativa fidelidade das festas de origem portuguesa.

Mas de Norte a Sul, observa-se uma acentuada descaracterização dos traços folclóricos originais. E isso por vários motivos:

(*) Pesquisa feita no quadro do Programa **Projeto de Pesquisa**, da PUCAMP. Departamento de Turismo e Departamento de Educação Artística do IAC, Campinas, novembro de 1984.

Agradecimentos

Deixamos registrados nossos agradecimentos às alunas Benedita Vieira Silva, Clarice Evangelista de Souza, Maria Cristina Tizzel, Rita de Cássia Scoz, Ruth Gália León Duarte e Vera Lúcia Varani, sem as quais não poderíamos ter realizado nosso levantamento. E à professora Amélia Seghesi Fogaça, colaboradora da partitura musical.

influência dos meios de comunicação, alta do custo de vida (que impede, por exemplo, a compra da indumentária), abandono do campo pelas populações jovens e conseqüente ruptura com a tradição.

O levantamento das manifestações folclóricas no país é considerado como necessidade urgente, de modo que se preserve o patrimônio tradicional do Brasil, através do que o povo conserva e cria, como documento de suas atividades espirituais e materiais. Justifica-se o projeto pelo grande interesse em dar uma unidade e uma afetiva coordenação ao atrativo turístico representado pelo folclore.

Dada a posição geográfica da região verificou-se que a etnia era uma função notável para a pesquisa. Desconhecida na sua cultura popular não registrada, cientificamente, até o momento, principalmente pelos aspectos de usos e costumes (Linguagem, medicina caseira, culinária, folclore infantil).

O folclore é considerado um elemento diferencial do setor turístico. Os costumes, as residências, a forma de trabalho, as canções, as festas, os trajes, os jogos, a gastronomia, a estrutura social e econômica são motivos de análise em busca de um esquema que todo turista deseja conhecer, observar. Além de servir para o enriquecimento cultural do turista.

O folclore como motivador do turismo possui um amplo campo de investigação e envolve toda a vida de um núcleo receptor.

A idéia de que turismo é uma simples diversão se alargou, verificando que igualmente possui condições educativas excepcionais.

O entrosamento entre Turismo e Folclore pode-se dar de duas maneiras:

a) o turista vai, em época certa ao local do fenômeno ou acontecimento;

b) o turista recebe informações através dos meios de comunicações ou o fenômeno é levado a ele.

Assim em épocas das grandes festividades como São João (mês de Junho), a Folias de Reis (mês de Dezembro e Janeiro), Semana Santa, Bumba-meu-boi (mês de Maio), Boi de Mamão (Dezembro) e danças como o Frevo, Catira ou Caterete, Samba, entre outras. O turista de preferência deverá assistir in loco. Na impossibilidade, por uma série de razões, ele receberá a informação através de folhetos, cartazes, audio-visuais, televisão ou o fenômeno folclórico popular chegará até ele com a presença de grupos ou exposições de arte e de artesanato, que em algumas cidades do

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

país como, Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife, Porto Alegre, estão capacitadas a mostrar e vender objetos e danças folclóricas.

Quanto à gastronomia, podemos dizer que bares e pequenos restaurantes se utilizam de cardápios com características regionais.

II – Objetivo

O projeto objetivou identificar os elementos tradicionais em seus aspectos autênticos e de fidelidade ao folclore nacional; incentivar e proteger na respectiva autenticidade o artista, a festa folclórica e o artesanato, como atrativo turístico cultural; estabelecer de forma integrada as programações específicas, a fim de garantir a organização das manifestações folclóricas; harmonizar turismo e folclore, cultivando os velhos mestres e estimulando os jovens à continuidade tradicional.

III – Delimitação

Quando falamos em região de Campinas queremos nos dirigir aos Sub-Distritos de Sousas, Joaquim Egídio, Barão Geraldo e aos municípios de Paulínia e Campinas.

IV – Desenvolvimento da Pesquisa

O projeto de pesquisa foi dividido em três fases: levantamento bibliográfico, entrevistas e aplicação de formulários e elaboração do relatório final da pesquisa.

Na primeira fase a de levantamento bibliográfico foram consultadas as entidades e Instituições abaixo relacionadas:

- Biblioteca Municipal
- Academia Campinense de Letras
- Biblioteca de História da PUC
- Secretária de Cultura e Turismo da Prefeitura Municipal
- Delegacia de Turismo do Estado de São Paulo
- Biblioteca Mário Andrade (São Paulo)
- Arquivo do Jornal "O Estado de São Paulo"
- Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo (São Paulo)

— Secretaria de Esportes e Turismo do Estado de São Paulo (São Paulo)

O material encontrado nesses organismos se resume em artigos de jornais e revistas e algumas publicações, fazendo com que concluíssemos que há falta de documentos que retratem a cultura popular na região de Campinas.

Os artigos de revistas e jornais e revistas estão baseados na Obra de Jolumá Brito, **História de Campinas**.

A segunda fase do projeto foi a elaboração, aplicação e tabulação dos formulários e entrevistas realizadas.

Procurando abranger toda a área de interesse a ser pesquisada, elaboramos 10 (dez) formulários, a saber:

- 1 — Rodas, brinquedos, Lúdica Infantil e de adultos
- 2 — Gastronomia
- 3 — Artes e Técnicas
- 4 — Linguagem e Literatura
- 5 — Medicina Caseira
- 6 — Danças e Folguedos
- 7 — Superstições e Crenças
- 8 — Religião — Sincretismo
- 9 — Usos e Costumes
- 10 — Eventos

Esses questionários foram distribuídos para 6 (seis) alunos do Curso de Turismo, que receberam treinamento para sua aplicação.

1 — Rodas, Brinquedos, Lúdica Infantil e de Adultos

As crianças ainda brincam de roda todas as vezes que a oportunidade aparece. No entanto, a falta de espaço, de períodos de lazer nas Escolas de 1ª e até 2ª Grau está cada vez mais se rarando.

Encontramos por parte das meninas as seguintes brincadeiras: boneca, casinha, roda, amarelinha, pula corda, pega pega, esconde esconde, peteca, passa anel, rocombole, cobra cega, balança caixão, mãe da rua, ovo choco.

E os meninos brincam nos períodos cíclicos de: dominó, pião, betes, pega pega, papagaio (pipa), rolimã, bola de gude, polícia ladrão, queimada, esconde esconde, saquinhos de areia.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Quanto aos adultos sua lúdica ainda tem lugar aos sábados ou domingos e vésperas de feriados. E o divertimento é jogar boccia, truco, dominó e outros com o baralho.

2 – Gastronomia

Na linguagem popular diz-se: culinária ou comes e bebes.

Pelo levantamento realizado, as respostas se repetiam. Assim constatamos que os comes e bebes consumidos são:

a) **salgado**: arroz, feijão, verdura cozida e crua, farinha de mandioca (cozida ou crua), frango, pernil e cabrito assados, bolinho de carne moída com arroz ou batata, bolinhos de arroz com mistura de ovo e farinha de trigo, bolinho de batata, lingüiça de porco, ovo frito, omelete, buchada (dobradinha), feijoada, macarronada (principalmente aos domingos), espeto de carne bovina e lombo de porco, banana nanica ou maçã frita ou crua para acompanhar pratos, torresmo, pão de torresmo, frango ensopado com batata ou nhoque, carne de panela com molho de tomate, coxinhas, empadinhas, risólis, esfira, pão caseiro salgado, pipoca, farofa salgada, tutu de feijão, couve, milho verde, cuscus de milho.

b) **doce**: doce de abóbora com e sem coco, batata doce roxa ou branca, suspiro, pudim variado, manjar de coco, cocada branca ou queimada, arroz doce, sagu, doce de leite de vaca, pão de ló, pão caseiro doce, fios de ovos, bala de minuto, goiaba, doce de goiaba em pedaços, doce de mamão em pedaços ou ralado, doce de coco, doce de sidra ralado ou em pedaços, brigadeiro, cajuzinho, beijinhos de coco, tâmaras e ameixas recheadas, doce de nozes, de abacaxi, balas de coco, pipoca doce, algodão doce, pamonha, curau, rapadura, quindins.

c) **licor**: jabuticaba, laranja, mixirica, pitanga, hortelã ou fruta da época.

d) **xarope**: como refresco – frutas da época.

Desde 1975, a sofisticação e o desejo de “fazer coisas diferentes” tomaram conta da cozinha da região. As receitas são copiadas das mais recentes edições de culinária, ou através de pessoas amigas que ouviram no rádio e pela televisão.

A culinária tradicional aparece, e mesmo assim, deturpada, durante as festas dos três Santos do mês de Junho – Santo Antonio, São João e São Pedro.

Os informantes preferiram não dar receitas, justificando ser "de família", "tradição" ou outra evasiva.

Diziam também "O segredo é a alma do negócio, se você quiser eu faço para experimentar mas a receita não dou. Desculpe".

Das receitas que pudemos recolher são as corriqueiras, que não temos necessidade de transcrever.

Relacionamos as quituteiras que participam das festividades do mês do folclore (Agosto) na cidade de Campinas:

— Dona Maria Tereza Paula Camargo — doces (doce de leite, arroz doce, cocada mole, canjica).

— Dona Nina — veterana em bebidas (licores)

— Sr. Antonio — pamonha, milho verde, curau, cuscus de milho.

— Tia Erminia — pão caseiro (doce e salgado)

— Dona Tereza — doces (quindins, cocadinha de leite, balas de coco).

— Marlene — doces (balas de coco, abacaxi, ameixa, nozes e bombons de vários sabores).

No bar e restaurante do Sr. Mário, pode-se encontrar a famosa feijoada.

3 — Artes e Técnicas

Constatamos que na Região pesquisada, poucos objetos são feitos de taquara ou bambú — classificados como folclóricos, ou mesmo de outra fibra vegetal, entre eles encontramos o balaio e a peneira. As pesquisas indicam que as artes encontradas são de caráter popular ou de pessoas que fizeram cursos da referida arte.

Relacionamos a seguir os artistas:

1 — Wilson Roberto Soncin — possui um atelier há 10 anos; aprendeu na Escola Panamericana — artista em barro, madeira e couro — Sosas.

2 — Inês Rossin — aprendeu em Vitória do Espírito Santo — telas a óleo há 5 anos — Sosas.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

3 – Maria Manuela da Silva – aprendeu com várias pessoas a fazer trabalhos em crochê e tricô – Sosas.

4 – Antonieta Andery – faz trabalhos de crochê e tricô – Sosas.

5 – Ana Romano Gagetti – faz trabalhos em crochê – Sosas.

6 – José Nodolin – faz trabalhos em madeira, couro e barbante – Sosas.

7 – Rogério G. dos Santos – faz pulseiras com linha e plástico – Sosas.

8 – Jorge de Oliveira – faz trabalho com bambú, há 5 anos – Sosas.

9 – Estela – faz frivoletê – Sosas.

10 – Acácio A. Elfralzano – faz trabalhos com colagem e pintura e também trabalha com vídeo – Sosas.

Esses artistas expõem na feira de Sosas.

Artesões de Campinas e Região

Expõe nas Feiras do Jardim Carlos Gomes e do Centro de Convivência Cultural em Campinas seus trabalhos de crochê, bordados, bonecas, madeira, couro, cerâmica, vime, com características tradicionais.

Há outros expositores com características populares expondo trabalhos de tricô, roupas bordadas, pintadas e tingidas; arame, cobre, ferro, perfume, sachê, bijouterias (metal, osso, madeira), flores secas, bambú, gesso e vidro.

A Feira do Jardim Carlos Gomes acontece aos sábados das 8h às 14h e a do Centro de Convivência Cultural aos domingos das 9h às 13h.

Relacionamos alguns artesões Campineiros, são eles:

1 – Curcio Família – presépio mecânico – quem trouxe a idéia da Itália foi o Dr. Guisepe Curcio há 100 anos atrás.

2 – Francisco Sá – gaiolas – proprietários da loja Sá bem no centro da cidade.

3 – João de Oliveira Dias – objetos de lata (cataventos, mobiles).

4 – José Proteti – brinquedos acrobatas.

- 5 — Maria Ezequiel da Silva Nascimento — galinhas de arame.
- 6 — Raimundo Maglio — casinhas de papelão.
- 7 — Orlando Possar — objetos de metal (cinzeiros, vasos, quebra-luzes).
- 8 — Ulisses Rodrigues — objetos diversos com a "serrinha tico-tico".

Verificando as entrevistas chegamos a conclusão de que o número de pessoas que fazem crochê é grande, mesmo sem tradição. São cópias de revistas japonesas ou das lições de televisão. Podem ser encontrados nas feiras e nas exposições benedictinas.

O mesmo acontece com as pessoas que usavam e que usam arame ou outro material. Os anéis, as gargantilhas, as pulseiras, muito em moda feitas por artesões ou "hippies" continuam pelas praças e esquinas, sem as características locais ou mesmo regionais.

4 — Linguagem e Literatura

Ao ouvirmos as pessoas percebemos que a característica da pronúncia continua com o "R" especificamente acentuado como acontece em todo o interior paulista, e o som cantarolar no final da frase.

Quanto ao vocabulário notamos que é comum usar o coletivo no plural e a não conjugação de verbos.

As frases feitas são confundidas como uso de provérbios. Ouvimos: chover no molhado; não tem um gato para puxar pelo rabo; choveu na horta de fulano; fiçou a pão e banana; deixa estar jacaré; quem tudo quer tudo perde; pau que nasce torto, morre torto; água mole em pedra dura, tanto bate até que fura; mais vale um pássaro na mão, que dois voando.

As histórias de assombração são contadas com variantes e bastante deturpadas, principalmente, as do Saci, que não usa mais o boné vermelho na cabeça. Assobia nas matas. Não apaga o fogo do fogão à lenha. Confunde-se o saci, que chupa sangue e amarra as crinas dos animais.

Almas do outro mundo e assombrações só existiram em épocas, que hoje foram derrubadas. No fim da estrada havia à meia-noite alguém esperando.

A viúva de 7 filhos (homens) deixou de ser a tal viúva e hoje ela existe mesmo e "faz das suas".

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

As crianças não tem mais medo a não ser das ameaças dos adultos de vez em quando.

As estórias infantis são mal lembradas como: "A Gata Borralheira", "A Bela Adormecida", "Os sete Anões". Ninguém mais conta estórias. As crianças aprendem tudo na escola, ou ouvem de outras crianças. Os adultos contam parte das estórias, esquecendo-se das partes mais importantes, no seu relato.

Estória da Dona Baratinha que se considerou muito rica ao encontrar um vintém, e, por isso, saiu à procura de quem com ela desejasse se casar. Encontrou o João Ratão, que por sua gulodice caiu na panela de feijão.

Quanto às adivinhas — o que é, o que é — obtivemos informações das mais comuns:

- a) joga para cima é branco, cai no chão é amarelo — (ovo)
- b) tem barba não é homem, tem dente não é gente — (alho)

E outras adivinhas que são mais jogos de palavras que jamais saberemos responder.

Os versos lembrados foram os ditos, quando criança:

sou pequenina da perna
grossa
vestido curto
papai não gosta

Percebemos que o esquecimento é a principal palavra usada. Algumas pessoas até se aborreciam e davam desculpas por não lembrarem.

Será fácil para o turista, que vem de outros estados do país, perceber a pronúncia da região.

5 — Medicina Caseira

A medicina caseira sempre existiu. Uma medicina empírica e experimental cuja receita é dada pela família, por amigos ou vizinhos com resultados benéficos.

Abaixo relacionamos algumas receitas:

- losna — chá para lombriga, febres, estômago;
- louro — digestivo

- quebra pedra – rins
- flor de laranjeira – chá quente – para resfriado natural – para deixar a bolsa cheirosa;
- alho – para resfriado, febre, tosse, pressão alta;
- mel de abelha – afinar a voz e garganta;
- sabugueiro – sarampo;
- agrião com açúcar – tosse;
- azeitona – pressão baixa;
- erva cidreira ou campim de beira de estrada – calmante;
- camomila – calmante e para clarear os cabelos;
- hortelã – reumatismo e calmante;
- flor de rosa – inflamação dos olhos;
- alface – para dormir;
- arruda – nevralgia e dor de dente;
- cravo – refriado, febre;
- folha de abacate – nevralgia, rins;
- folha de malva – cataplasma, febre;
- folha de bananeira – serve de gase para enfaixar a perna quando é machucada; ela é refrescante;
- folha cozida de batata doce – tumores e infecções;
- leite queimado – tosse.

Os chás são feitos em água fervente e nela colocados os ingredientes. Há quem coloque no fogo antes de abafar o chá, isto é, antes de tapar o recipiente.

Há, ainda, benzedeadas, que praticam certos atos, a fim de afugentar o mal, acabar com o quebranto (quebrante) e aliviar certas dores, principalmente as de cabeça.

Atualmente a Umbanda está ocupando o lugar das benzedeadas. As benzedeadas são bastante procuradas pelas pessoas que creem em seus trabalhos, a fim de serem retirados o "mal olhado", o "quebrante", a "inveja", etc.

"Dona Chiquinha", por exemplo, de Sousas, utiliza óleo e água. "Dona Santa", um copo de água potável, da qual, no final da "benção", serão ingeridos pelo "cliente" apenas três goles, sendo o restante da mesma atirada em água corrente.

Danças Folclóricas e Folguedos Folclóricos

A dança é uma manifestação folclórica, que possui letra (texto literário), música (melodia e ritmo) e coreografia. Tem como finalidade o divertimento ou a religiosidade.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

O folguedo folclórico é a antiga denominação de dança dramática, possui música, letra, coreografia e a parte teatral é representativa.

Na região encontramos dois folguedos folclóricos:

– O Boi Falô que acontece em Barão Geraldo, no mês de Agosto, anualmente, desde 1978.

– Congada que acontece em Joaquim Egídio, entre os meses de Junho e Agosto, anualmente, desde 1982.

7 – Superstição e Crendices

O homem sempre teve medo do desconhecido, por isso sempre se curva diante dele. Para livrar o mal, suavizá-lo ou até conservá-lo para que não fique atormentando, o homem passou a praticar certos atos que o levaram a se "sustentar" para não "cair" na maldição dos deuses, dos entes ocultos. Assim na região encontramos as seguintes práticas:

- bater na madeira;
- dizer "cruz credo";
- usar algo vermelho para livrar mau olhado;
- usar figas;
- ler horóscopos;
- não realizar negócios em sexta-feira 13;
- passar por debaixo de escada;
- passar por dentro de uma aliança um fio de cabelo, segurá-la dentro de meio copo com água e espera-la bater nas bordas do copo. O número de batidas é quantos anos faltam para se casar;

– na véspera de Santo Antonio é comum as mulheres colocarem em um prato fundo com água, papéis dobrados em quatro, cada um com o nome dos pretendentes desejados, deixando o prato ficar à noite no sereno e, quando amanhecer, um dos papéis deverá estar aberto indicando o nome da pessoa com quem irá casar.

Causo

O Pé de Avenca

Em entrevista com Dona Maria Mori, perguntei-lhe se por acaso ela tinha algum caso para me contar, e ela me relatou um fato bastante curioso.

Disse que há algum tempo ela tinha plantado um pé de avenca e o mesmo estava cada dia mais bonito.

Dona Rosa colocou o pé de avenca na sala num vaso bem bonitinho. Certo dia uma senhora foi até sua casa para comprar doce, olhou para a planta e disse: — "Que beleza de avenca! ! !", E, no dia seguinte, a avenca estava morta.

Agora eu pergunto: Existe mau-olhado? Existem pessoas, com tais poderes? ? ?

8 — Religião e Sincretismo

Festa religioso-populares

— Pastoris do Menino Jesus

Local — Campinas;

Data — Agosto;

Periodicidade — Anual;

Descrição — ver livro Alta;

Alcance — Municipal.

— Festa de Santana

Local — Sousas;

Data — Última semana de Julho;

Periodicidade — Anual;

Descrição — Procissão. Missa à padroeira. Show sertanejo. Desfile de cavaleiros de Joaquim Egídio. Eleição da Rainha da festa;

Alcance — Regional e Existência — há 40 anos.

— Festa de São Roque e São Joaquim

Local — Joaquim Egídio;

Data — Agosto;

Periodicidade — Anual;

Descrição — Missa aos padroeiros. Festival pirotécnico. Procissão de andores. Quermesse;

Alcance — Regional e

Existência — Desde 1938.

— Procissão de Corpus Cristi

Local — Campinas;

Data — Quinta-Feira Santa;

Periodicidade — Anual;

Descrição — Procissão pelas ruas principais da cidade, que são enfeitadas formando tapetes, confeccionado por populares.

Alcance — Municipal e Existência — 1264 (Instituto pelo Papa Urbano II para a igreja universal. Em Campinas vem sendo comemorado praticamente desde a sua fundação).

— Folias de Reis do Guará

Local — Campinas;

Data — 6 de Janeiro;

Periodicidade — Anual;

Descrição — Jantar. Missa. Cantoria;

Alcance — Municipal e Existência — 1980.

— Festa de São Roque e São Joaquim

A festa de São Roque e São Joaquim, é realizada na segunda quinzena de Agosto em Joaquim Egídio. Surgiu de uma quermesse ao lado da Igreja, há cinquenta anos passados.

Seus freqüentadores são moradores das cidades circunvizinhas (Sousas, Campinas, Atibaia), havendo entretanto ônibus vindos especialmente do Rio de Janeiro, São Paulo e outras localidades.

A organização da festa é feita com quatro meses de antecedência, havendo na Comissão Organizadora mais ou menos quinze pessoas.

Na festa, 80% é feito pela sub-prefeitura, ou seja, é ela quem patrocina a armação das barracas, a iluminação, o transporte dos festeiros.

Neste período do ano, aumenta o número de visitantes em Joaquim Egídio, isso devido também à boa divulgação feita através de Rádio, TV, Jornais e Cartazes afixados em ônibus e outros lugares estratégicos da região.

A igreja participa ativamente, pois sua sobrevivência depende praticamente dessa festa. O Sr. Antonio Pechuti é o responsável pela parte espiritual (novena, missas, procissão).

Os Congadeiros abrem a procissão e participam dela. A congada consta de toadas e não de cantorias. Os foguetes são disparados atrás da igreja. Montam-se pirotecnias com formas diferentes. Castela, Margarida e Leque.

Em Sousas, um dos pontos turísticos da cidade (a cachoeira), é utilizada pelos umbandistas, para realizarem seus "trabalhos", onde fazem seus "despachos", à beira do rio, para estarem mais próximos de Iemanjá, sua Protetora.

— Folias de Reis nos Bairros de Campinas:¹

Registramos a presença de "Folias de Reis" em bairros de Campinas, não no Centro. Em São Fernando, Pompéia, Parque Industrial, Padre Manoel da Nóbrega e outros realizam-se estas Folias de Reis, tendo ainda como viga mestra toda parentada dos Faria, vindos de Caconde, e radicados aqui.

Aqui, os Farias, família de Caconde composta de numerosos membros, revive a Folia de Reis todos os anos. É natural que o cortejo de Reis que se realiza tenha se enriquecido de outros personagens, como Papai Noel, por exemplo, que não aparece no sertão. Personagens como os "palhaços" e o "Bastião" também não são encontradiços nas Folias do sertão mineiro. Mas o espírito da festa e sua intensão os mesmos: aqui e lá, os foliões querem homenagear o Menino Jesus, e reviver a jornada aventurosa dos Reis Magos.

Festas do Divino de Campinas:²

Trata-se, porém, das festas que se realizavam em Campinas, há muitos anos ou mais expensas dos dois festeiros, apenas, que eram denominados Imperador e Imperatriz, escolhidos pela sorte, anualmente.

Quase sempre a coroa ia parar às mãos de gente abastada. E esta pouco se importava com os gastos que teria de fazer com as festividades, com tanto que elas se revestissem de muito brilho.

Houve uma que provocou de um roceiro esta original exclamação: "Festa como a deste ano, ainda não pisou em Campinas!

A cidade, ainda pequena, ficava abarrotada de forasteiros procedentes de localidades vizinhas, atraídos pela fama das solenidades campineiras, não obstante a dificuldade que havia quanto ao transporte pessoal. Estava inaugurada a estrada de ferro de Jundiá a Campinas e falava-se em projetos de outras.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Os chefes políticos locais não aspiravam subir além do fitão de Juiz de Paz, da cadeira de vereador ou, quando muito, um ou outro trabalhava para conquista de uma cadeira no seio da assembléia provincial.

O Brasil era governado pelo Imperador D. Pedro II, cercado de seus ministros, ora liberais, ora conservadores, pacificamente (após a guerra do Paraguai) e por unânime aclamação do povo, como seu perpétuo defensor.

Laços de toda a confiança ligavam as relações entre a lavoura e o comércio.

A simples recado do fazendeiro, trazido pelo pagem deste, escancaravam-se as gavetas do comerciante! A escravidão, como instituição legal, com as suas raízes seculares, aí estava como a coisa mais natural do mundo, havendo aos domingos, na praça da Matriz, exposição das "peças", desse triste mercado, em que eram vendidos homens, mulheres e crianças!..

Desde o dia em que se iniciava, na Matriz, o centenário do Divino, o movimento da cidade ia aumentando, visivelmente. Os banguês vinham das fazendas cheios de famílias e a gente da roça envergava a melhor fatiota para "vir festar" na villa, denominação por ela dada à freguesia, ou o capital.

Na véspera da festa costumavam os festeiros voltar as suas vistas para a pobreza, oferecendo-lhe uma parte altamente generosa da festividade.

Relativamente a um desses atos, sendo festeiros a Sra. Baronesa de Três Rios e seu cunhado Francisco Egydio de Souza Aranha, a **Gazeta de Campinas**, dando notícia a respeito, disse, entre outras palavras, o seguinte: "A porta do segundo reuniu-se pelas oito horas da manhã uma compacta multidão que se acotovelava por todos os lados. Eram os pobres, os engeitados da fortuna, os pequenos de todos os tempos, que não de confundir-se entre os maiores nas horas do bôdo celeste. Aí lhes fizeram os dignos festeiros, que assim se compenetravam no verdadeiro espírito evangélico, a distribuição de oito a dez mil litros de feijão; de carne de dezoito rezes; e de grande quantidade de sal e lenha. Outrossim, o produto de todos os votos que durante a festa forem oferecidas, bem como o dinheiro que for tirado com a bandeira, etc, tudo terá idéntica aplicação.

Eis aí como se deve compreender sempre o culto religioso pela sua face mais bela: — "a caridade".

Essa festa aconteceu em 1874, na Igreja do Rosário, matriz provisória da Conceição, enquanto se esperava a conclusão da Matriz Nova.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Ao cair da tarde, quando as estrelas começavam a "pisca" na escuridão do firmamento, os sinos da matriz repicavam alegremente, anunciando a aproximação do dia festivo.

A essa hora começava uma espécie de romaria à casa do festeiro, para o cumprimento dos votos, ou promessas, um costume anti-quíssimo.

Homens, mulheres, moços e velhos, ricos e pobres, em grupos, passavam; uns carregando feixes de lenha sobre os ombros, outros levavam sobre a cabeça potes, barris ou pequenas bilhas com água, outros com velas de cera, retratos e muitos outros objetos, que os portadores entregavam ao festeiro, cumprindo seus votos.

No largo da igreja crepitavam enormes fogueiras de grossos tóros de lenha, e muitas casas particulares deitavam luminarias, enquanto a banda de música acompanhada de povo percorria as ruas indo findar a passeata na residência do "Imperador" que na ocasião oferecia um chá (sem ser dançante) aos amigos e mais aderentes.

Raiava, finalmente, a aurora do esperado dia, ao estrondo de baterias, aos repiques dos sinos e ao som da música que andava novamente, pelas ruas.

Poucas horas depois, realizava-se o bando precatório, um dos interessantes capítulos das solenidades. Nele somente figuravam os mordomos e mais gentes da "corte", homens, porém, e moços, todos corretamente encasacados. Ia na frente o "Imperador" ou o seu representante, empunhando a bandeira do Divino, toda de seda vermelha, com fitas pendentes do topo, onde se via uma pomba de prata, o símbolo do Espírito Santo. Seguiam-se a banda de música e a massa popular, sempre pronta a compartilhar do jubilo dos festeiros.

O bando percorria, solene e vagarosamente, as ruas, enquanto na frente, alguns, convidados também de casaca, iam, de casa em casa, angariando donativos que deitavam em sacolas de seda. Mais tarde vinha a missa cantada com toda a, magnificência do culto. O interior da matriz resplandecia pela ornamentação, entre sedas, veludos, flores e luzes, e ficava inteiramente cheio de fiéis, na maioria senhoras.

Daí a momentos chegavam o "Imperador" e a "Imperatriz" com a sua "Corte" luzida e numerosa, composta de moças (as mordomas) trajando, ricas "toilettes" e dos mordomos todos de casaca, com acompanhamento de música e povo e ao troar de salvas de baterias queimadas no largo. O "Imperador", às vezes, dava gente por si, para representá-lo quase sempre um filho menor. Este trajava casaca e calções de veludo

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

preto, sapatos de verniz, e conduzia o septro de prata. A "Imperatriz", era em certas ocasiões representada por uma jovem, entre menina e moça, vestida de seda branca, com um custoso manto de veludô azul marinho, bordado a ouro, arminhos na gola e refugente diadema cravejado de brilhantes, no alto do penteado. Conduzia ela a coroa, sobre uma salva de prata, rodeada das elegantes mordomas, todas ostentando jóias que cintilavam. Uma riqueza, que fascina!

A porta da igreja eram recebidos pelo vigário, devidamente paramentado de capa de asperges, sacerdotes e irmãos do Santíssimo, com as suas roupas vermelhas.

Seguiam por entre a multidão até os respectivos tronos que se achavam ricamente adornados e rodeados de altas jarras de flores, sob o arco de cruzeiro, em frente um do outro, de onde pudessem, eles, os forasteiros, ver e ser visto, facilmente por todos.

Acomodada a "corte" dava-se início à missa cantada, solene, com todo cerimonial, e com numerosa orquestra regida pelo maestro Sant'Anna Gomes. Ao ser entoado o "Glória in excelsis Deo", a orquestra rompia forte uma vibrante marcha obrigada a bombo e pratos — e, das tribunas da capela-mor eram soltas muitas pombas, de cujos pés pendiam fitas de cores ficando essas aves, durante muito tempo, a esvoaçar alto por toda a igreja.

Finda a missa cantada, organizáva-se novamente o prestito "Imperial", a que se incorporavam o vigário, demais sacerdotes e autoridades, retirando-se todos com as mesmas formalidades da entrada.

Dirigiam-se ao "Império", que era um grande pavilhão levantado, quase sempre, no largo do Rosário, ou ficava instalado na própria residência do festeiro. Ali então, se procedia a distribuição das roscas, ou pão bento. As maiores, enfeitadas com fitas pendentes, destinavam-se ao vigário, às autoridades e aos "manda-chuvas" da cidade, as pequenas, despidas de enfeites eram entregues, indistintamente, ao povo que se espremia na rua, sob, um sol de rachar.

A tarde as ruas centrais se enchiam. A onda humana movia-se em todos os sentidos, num misto de sentimentos religiosos e profanos.

Saía, enfim, a imponente procissão com o mesmo aparato observado na missa: "O Imperador", a "Imperatriz" e a sua Corte. No meio da multidão ondulante vinham, caminhando em linhas laterais, as irmandades, muitos sacerdotes (os daqui, e os vindos de outras cidades), depois o custoso palio sob o qual era conduzido o S. S. Sacramento.

Fechava o prestito religioso, depois da música, uma companhia da Força Pública que montava a guarda de honra e prestava as continências devidas a esse ato solene da religião do Estado.

Destacava-se da procissão o belíssimo andor, de quatro faces, muito alto, adornado com verdadeiro capricho, dando a impressão de que havia sido todo ele feito de flocos de nuvens brancas, roscas e douradas, dentre as quais, em cima, circundando de flores e de raios fulgurantes, se havia, o símbolo do Divino, trabalho esse que foi mencionado pela imprensa local nas seguintes linhas: — “A procissão que à tarde percorreu diversas ruas foi acompanhada de muito povo e tornou-se notável a charola do Espírito Santo, pelo seu primoroso e elegante trabalho” (1873). A execução era devida ao hábil armador José Pinto Nunes, de respeitada memória.

A procissão recolhia-se à igreja ao toar de baterias estendidas em todo o comprimento do largo, em duas linhas paralelas, além de inúmeras girandolas de foguetes, fazendo lembrar esse barulho ensurdecedor, formidáveis descargas de fuzilaria e tiros de canhões, que se casavam com as harmonias da música.

Para finalizar as cerimônias do dia, havia o sorteio dos festeiros para o ano seguinte. Dava-se o ato no centro da capela-mor, que ficava apinhada tomando parte o vigário e outros sacerdotes e dois anjinhos da procissão. Este tinha a incumbência de retirar das urnas (que no caso eram de dois copos) os papezinhos que continham, uns, nomes de pessoas e, outros, a designação dos cargos ou das contribuições pecuniárias.

Proclamados os novos festeiros, retiniam as campainhas e os sinos, vibrava a música e a foguetaria estrondosa no ar. Pouco depois, comparecia a “nova majestade”, declarando aceitar a coroa do Divino, desvanecidamente. Seguia-se então a cerimônia de posse.

Os festeiros (o novo e o deposto, este ainda com a coroa) ajoelhavam-se nos degraus do presbitério e os sacerdotes, em dois grupos, todos de sobrepelizes, juntos do altar, entoavam esse hino suavíssimo de sublime humildade e de louvor à onipotência divina, intitulado “Magnificat” — cantando os versículos, alternadamente, até aquele que diz: “Abate os poderosos de seu assento e exalte os humildes”. Nesse momento o mestre de cerimônias, atenciosamente retirava a coroa das mãos do destituído dos poderes de “Imperador” e a entregava ao que acabava de ser escolhido pela corte. Rei morto, rei posto.

O festeiro empossado, entre amigos e admiradores, e felicitações de todos, era acompanhado até a sua residência, ao som da música e de foguetaria.

E o ex-“Imperador” findava a sua missão, oferecendo banquete, ou um vistoso fogo de artifício no largo da matriz, ou um ruidoso baile às mordomas e a todos que lhe haviam honrado a corte.

As festas desses tempos, que revestiam de verdadeiro esplendor o culto externo, atestavam não só os sentimentos religiosos dos nossos homens, como a riqueza que era um dos apregadores característicos de Campinas.” (Fevereiro — 1927).

Semana Santa de outros Tempos:³

Em outros tempos, os atos religiosos se efetuavam na matriz velha e também atraíam atenção, como se devem lembrar os sobreviventes dessas épocas distantes.

Vamos tentar reproduzir aqui alguns dos quadros desses tempos.

Muitos dias antes, no correr da semana anterior à festa começava a movimentar-se a então, pequena cidade. Famílias que chegavam, não só das fazendas do município, como das localidades vizinhas. Reabriam-se as habitações que, durante o correr do ano, se haviam conservado fechadas, como que em abandono.

As festividades eram famosas.

A matriz velha regorgitava de famílias em ricas “toilettes”.

Tomava parte ativa nos atos religiosos a Irmandade do S. S. Sacramento, a cuja frente se achava como diretor perpétuo um velho capitalista português, mas brasileiro por adoção, Antonio Francisco Guimarães, conhecido pela alcunhado O Bahia, um dos maiores benfeitores da Santa Casa.

Os dois provedores desta corporação, eleitos anualmente, eram os festeiros, às expensas dos quais se efetuavam as imponentes solenidades. Estes provedores eram sempre, homens abastados, fazendeiros, capitalistas ou comerciantes. As despesas com as festas atingiam nesses tempos a uns oito ou mais contos de réis.

O serviço da música estava confiado à duas excelentes corporações: — o de banda era dirigido pelo saudoso Professor Azarias de Mello e o de orquestra pelo Maestro Sant’Anna Gomes, irmão do imortal autor do “Guarany” e, como este, grande artista.

Havia um sacerdote que durante muitos anos teve a seu cargo o sermão do Encontro: era o vigário de Indaiatuba, muitíssimo estimado por

seus paroquianos — padre Antonio Casimiro. E a razão de ser o preferido para esse sermão, fundava-se no fato de possuir uma voz forte, possante, que chegava com clareza aos ouvidos que estivessem mesmo a grande distância. Era o pregador popular por excelência.

A estima de seus paroquianos chegou ao ponto de fazer solenemente o sepultamento do seu cadáver debaixo do altar-mor da matriz.

O seu falecimento deu-se em outubro de 1884, por ocasião em que se realizavam festas naquela igreja. Não se querendo que tais solenidades fossem interrompidas pelos funerais, deixou-se o corpo do velho bondoso sacerdote insepulto durante quase três dias(!), conforme noticiou uma folha ituana.

Entre os sacerdotes que por vezes compareciam às cerimônias na Matriz Velha, figuravam vultos como os de Francisco de Paula Rodrigues, o insigne orador sagrado, Manoel Vicente, espírito eminentemente culto, Joaquim José Vieira, de bastante preparo intelectual que se ocultava na modéstia natural que caracterizava esse benfeitor dos pobres, e outros verdadeiros ornamentos do clero paulista, alguns dos quais foram elevados à catedral episcopal.

Muitos fazendeiros do município, impulsionados pelos sentimentos religiosos, enviavam no dia de Ramos, carradas de palmeiras, abundantes nas vizinhas matas, para distribuição aos fiéis.

Na igreja as palmas eram enfeitadas com ramalhetes de flores, especialmente aquelas que deviam ser oferecidas às autoridades, eclesiásticas e civis, e às muitas pessoas gradas que costumavam afluir ao templo. Havia palmas a rodo.

As palmeiras de troncos altos, esguios, em grande número eram pregadas nas paredes interiores do templo, que, assim adornado, oferecia um aspecto de verdejante floresta, em cujo fundo se erguia o Calvário iluminado.

A ornamentação do recinto, principalmente durante as solenidades de quinta-feira santa, transformava inteiramente a feição da velha igreja, graças ao gosto e à riqueza que apresentava. Este serviço estava a cargo de um armador, delicado, especializado no gênero, Sr. José Pinto Nunes.

O altar-mor, de alto e baixo, resplandecia, afogado em centenas de luzes, dispostas simetricamente, alinhadas, entrelaçamentos de veludos e de sedas e de flores polichromas, tudo em rigorosa observância da pompa e magnificência recomendadas pelas Igrejas nesse dia.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

À tarde, para a cerimônia do Lavapés, no corpo da igreja havia um largo e comprido estrado atapetado, onde se sentavam os doze pobres. Em frente, ostentava-se uma extensa mesa iluminada, coberta de branca toalha de finos bordados, sobre a qual rebrilhavam, entre custosos candelabros de prata, ricas baixelas também de prata.

Aos atos da Semana Santa imprimia incontestavelmente brilho a Guarda Nacional, composta de um esquadrão de cavalaria e um batalhão de infantaria. Oficiais e praças, em grande gala, trajando os da cavalaria fardas vermelhas (casaquinhas curtas) calças de cor azul cinzenta, altas barretinas com penachos também vermelhos. Os da infantaria, usavam fardas verde-escuro, barretinas pretas com penachos verdes.

A cavalaria montava guarda da quarta-feira de trevas à sexta-feira santa, até meio dia, quando era substituída pela infantaria, que fazia o serviço até o final da festa.

Uma parte das antigas festas, que desapareceu inteiramente, foi a que se denominava Aleluias. Consistia ela no seguinte: Nas tardes de sábado, domingo, segunda-feira de Páscoa, o vigário, revestido de sobre-peliz, estóla e barrete, acompanhado de acolytos, um dos quais ia na frente conduzindo um crucifixo, saía a percorrer a cidade. Visitava as casas, uma por uma, lançando-lhes a benção e aspergindo água benta sobre os moradores, que se sentiam desvanecidos pela piedosa visita e depositavam esportulas nas salvas de prata que os acolytos lhes apresentavam. O produto da coleta destinava-se a auxiliar o grupo de festeiros, embora estes tivessem recursos, de sobra. Era esse um costume antigo.

No sábado de Aleluia, a criançada se enchia de alegria, malhando o judas. A figura simbólica do traidor — um boneco de pano de tamanho natural, amarrado no alto de um mastro — era encontrado em quase todas as esquinas e praças, atraindo a vista dos transeuntes.

Ao repicar festivo dos sinos, ao estrugir da foguetaria, e ao troar das descargas dadas pelo batalhão de infantaria — estendido em linha em frente à Matriz Velha, os moleques, num alarido de ensurdecer, conseguiam arrancar o judas e, aos puxões, o reduziam a frangalhos.

As vezes havia dentro da cabeça do boneco uma vespeira. É fácil imaginar o formidável espanto daqueles pequenos, quando se partia a caixa "craneana", saindo, desesperadas, em chusma enormes vespas prisioneiras.

Não se podia, porém, esperar que saíssem belos ideais ou coisas mansas de uma cabeça (embora de pano) dentro da qual se haviam aninhado, muitos pensamentos cruéis... (Abril 1925)

9 – Usos e Costumes

Encontramos os usos e costumes abaixo relacionados:

a) casas – em alvenaria e tijolos com porta e janela, telhado duas águas, sala, quarto, cozinha, banheiro, algumas com banheiro do lado de fora.

b) Poço de água no fundo de quintais e até mesmo na frente da casa.

c) Meios de Transporte: carroça, cavalo, charrete.

d) Preferência do mês de Maio para o casamento – mês das noivas.

e) Comemoração da Páscoa.

f) Um tipo popular de Sosas, conhecido por “Lima”, o qual passa o dia fazendo “carretos”, ou seja, se oferece para carregar as compras das donas de casa, caixas de bebidas, e coisas assim, pedindo como resgate, algum dinheirinho, ou um prato de comida, ou uma “AMARELINHA” (pinga), dependendo de sua situação.

As crianças, principalmente na véspera do domingo de Páscoa, preparam seus ninhos e os colocam em lugares estratégicos, esperando que os coelhos venham “botar”.

É a maior surpresa e alegria quando no domingo acordam e encontram seus ninhos repletos de ovos, ao lado de suas camas.

Comidas e Bebidas Específicas:

- cabrito ao molho assado, arroz, maionese.
- vinho.

Música:

Coelhinho da Páscoa
 Que trazes pra mim
 Um ovo, dois ovos, três ovos assim
 Um ovo, dois ovos, três ovos assim
 Coelhinho da Páscoa
 Que cor eles são
 Azul, amarelo, vermelho também
 Azul, amarelo, vermelho também

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

É costume consumir:

- ovos de pácoa — coloridos e de diversos tamanhos;
- lebrinhas de chocolate;
- cestas cheias de bombons e ovinhos;
- ninhos preparados em caixas de papelão, forrados com palha ou papéis coloridos picados.

Festa Junina

Comemora-se o onomástico de Santo Antônio, São João e São Pedro, durante o mês de Junho.

Comidas e Bebidas Específicas

– Bolo de fubá, pipoca, amendoim, pé-de-moleque, batata doce na brasa (fogueira), doce de abóbora, doce de batata rocha, paçoca, rapadura, churrasco;

- quentão, vinho quente, chá, chocolate quente.

Música e Dança:

- quadrilha
- instrumentos musicais: acordeão, violão, gaita.

– Músicas:

- “O Balão vai subindo”
- “Cai cai balão”
- “Chegou a hora da fogueira”
- “Capelinha de Melão”
- “João Pedro Antonio”
- “Pula Fogueira”

É costume fazer:

- balões — coloridos e de diversos tamanhos e formatos, como: caixa, almofada, zepelin;
- bandeirinhas coloridas;
- mastro com as figuras de São João, São Pedro e Santo

Antonio;

- fogueira;
- fogos de artifícios;
- vestuário caipira **para os rapazes** — calça e camisa com remendos e cores vivas, chapéu, cigarro de palha, lenço no pescoço e ma-

quilagem com folha queimada e **para as meninas** — saias ou vestidos bem rodados com estampas grandes e de cores vivas, meias três quarto, chapéus enfeitados com fitas e flores, tranças no cabelo, na maquilagem bastante rouge e pintas com lápis preto no rosto.

Há simpatias da época (Ver item 7, Superstições e Crendices).

g) **Natal** — festividade religiosa quando se comemora o nascimento de Jesus Cristo (mês de Dezembro).

Ano Novo — Dia 1º de Janeiro — Dia Mundial da Paz.

Comidas e Bebidas Específicos

— peru assado e enfeitado com frutas, salpicão de galinha, arroz, creme de frango, farofas doce e salgada, doces, torta doce ou bolo, frutas (ameixa, cereja, uva, pêssego, figo) e como não poderia deixar de ser as frutas natalinas (castanhas, nozes, avelãs, figo seco, tâmaras).

— vinho, champanhe, ponche, aperitivos.

Música e Dança:

— “Noite Feliz”, “Jingle Bell”, “Valsa da Despedida” e “Feliz Ano Novo”.

Arte e Artesanato Específicos:

— arranjos com velas, pinhas, trigo seco, flores e plantas (Bico de Papagaio, Sipreste), com frutas, com feltros coloridos, algodão entre outros.

Festa de São João⁴

Tanto na cidade como nas fazendas, em vésperas de S. João tudo mudava de figura exceto o trato sempre respeitoso, segundo as normas da verdadeira educação.

Não havia traje de rigor. As danças obedeciam a maior alegria, sem cerimônias. Divertia-se à grande, acrescentando-se outras marcas às quadrilhas. Tais eram o “Caminho da Roça”, — “Ahi vem a chuva”, — “Passeio”, — “Caramujo”, — “Túnel” e até o famoso “Miudinho” de repenicada memória.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Este "Miudinho", como tudo neste mundo tem sua história. Caiu, porém, a muito na vala das coisas esquecidas.

Veio de São Paulo, trazido por um, então, acadêmico de direito, Arthur Prado, depois bacharel em ciências jurídicas e sociais, deputado estadual, hoje velho, mas escorreito residente numa cidade vizinha da nossa Princesa D'Oeste.

O "Miudinho" era assim: Formava-se grande roda de moços e moças. Um daqueles que ficava no centro e a música como aos pulinhos, em repenicados, começava.

O rapaz (às vezes um velhote) ia se requebrando, com os braços levantados, castanholando, com os dedos polegares e máximos, num movimento que, na linguagem própria da roça, se chama puxar a fieira, dirigia-se uma das moças com a qual desejava dançar. Ela, acedendo, saía também se requebrando, "puxando a fieira", até o centro da sala, onde faziam ambos um tour, perdão, um volteio, retirando-se o rapaz. A dama continuava e ia tirar um par, com a mesma formalidade e sempre dançando ao som da música.

Assim prosseguia a diversão, até que o mestre-sala desse o sinal, batendo palmas. Estava terminando o "Miudinho".

Música⁵

Houve em Campinas uma época romântica que perdurou até fins do primeiro quartel do século. Romantismo nas letras e no jornalismo. Romantismo na música, nos costumes, no meio ambiente e pitoresco da cidade pequenina, pobre e orgulhosa. Romantismo até nos modos de uma pessoa se deixar levar ao léu da vida.

Esse tempo também o foi das serenatas de violinos, flauta, violão e cavaquinho — o quarteto romântico por excelência das serenatas, fixado um dia pelo inesquecível J. Carlos —, acontecendo, por vezes, de ao invés da flauta completar o quarteto uma clarineta ou um saxofone de voz aveludada.

Mais uma vez nos propusemos a alinhar uns retalhos de memória da Campinas que mergulhou no passado. Convém, antes do mais, bosquejar a largos traços o que foi a cidade naquela época.

Embora escoados já os primeiros dez anos do século vinte, Campinas, tida e havida como republicana histórica, prosseguia modorrenta em meio ao pobre cenário que fora o do seu passado imperial de 1800 e

tantos. Era uma cidade de casario baixo e esparramado, com as suas muitas janelas de espiar procissão e os compridos quintais cercados de taipa, onde o verde dos pomares se pintalgava no outono com a variedade, de seus frutos.

Os poucos sobrados existentes não se elevavam mais que a dois ou três andares, com os balcões centrais protegidos de floreado gradil de ferro, sobre o qual se debruçavam os familiares todos da casa, quando dos imponentes desfiles religiosos, quando não dos arrebicados carros alegóricos carnavalescos.

Nessa Campinas, dentre os muitos largos e praças existentes, se destacavam como logradouros lindamente ajardinados, o Largo do Rosário, mais central, com as suas frondosas árvores, cujos bancos eram um convite ao ócio e até ao sono para os inativos mesmo com o sol a pino; o Jardim Público ou Praça Imprensa Fluminense com sua famosa gruta dos namorados; e o Largo do Pará, vulgarmente conhecido e chamado de Tanquinho. Quanto ao Largo Carlos Gomes não passava, na época, de feio e sujo terreno baldio, apesar do bonito adorno de suas palmeiras imperiais. O que lhe dava algo de pitoresco, como praça das mais antigas, era uma bica ou chafariz, mais para o lado da rua General Osório, em torno da qual se atarefavam, as lavadeiras. De quando em quando, no canto da esquina, Irmã-Serafina-Conceição, se arranchava um circo, cuja principal atração era a "Guerra de Canudos" como pantomima tragicômica. Mesmo assim, grande parte da futura Praça Carlos Gomes se atravancava de lixo.

Até ali por meados de 1912, pelas ruas estreitas de Campinas trafegavam bulhentos bondinhos de burro, enquanto as suas noites eram alumadas por lampeões de gás, que pinchavam borrões de claridade azul-violeta.

Por sobre o todo panorâmico da cidade, naquele tempo, avultava o templo da Catedral e, mais na baixada, o penacho verde das soberbas palmeiras imperiais.

Assim era a "Princesa D'Oeste" nos tempos quando os derradeiros estertores do romantismo em cujas tardes de horizonte alaranjado pelo crepúsculo do céu se pontilhava com milhares de andorinhas em revoada e as noites de sábados eram embaladas pelas, acariciantes melodias de serenatas. A década de 1920 a 1930 marcou o derradeiro ciclo das serenatas em Campinas, quando os músicos executantes dos mais variados instrumentos se contavam às centenas. Daí a facilidade com que Jorge Whitemann, secundado pelo maestro Salvador Bove, fundou e organizou o conjunto da excelente Sinfônica Campineira. O que muito contribuiu, para

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

a criação da Sinfônica Campineira, foi o treino obrigatório dos músicos nas orquestras do cinema mudo, cujo repertório se constituía, a maior parte, de composições dos mais festejados mestres das mais variadas escolas.

Quanto aos serenatistas, músicos de bailes, festinhas familiares, nem todos se engajavam nas orquestras, dada a dificuldade na leitura de primeira vista das partituras. Formava então esses músicos, seus próprios conjuntos, de violinos, flautas ou clarinetas, violão e cavaquinho.

Natal⁶

A festa de Natal, no tempo em que Campinas não passava de uma pequena povoação com fumaças de cidade, de costumes simples; que não sonhava, sequer, com a vertigem dos melhoramentos materiais de nossos dias, nem com o desmoronamento desses hábitos severos, altamente moralizantes, patriarcais, a festa do Natal constituía uma das que mais atraíam a atenção, não só dos devotos, como da população em geral.

A matriz velha, já matriz de Santa Cruz, adornava-se de galas, resplandecia de sedas, de dourados, de flores e de luzes; principalmente o altar-mor, com respectivo trono, em cujo cimo se ostentava, ricamente enfeitado, o tabernáculo, onde por ocasião das grandes solenidades, era exposto à adoração dos fiéis o S. S. Sacramento, em custódia.

As harmonias festivas da orquestra Sant'Anna Gomes, enchem os ambiente sagrado; o órgão desprendida acordes e melodias de júbilo, envolvendo os cânticos das diversas vozes argentinas que entoavam hinos em homenagem ao suave episódio histórico de que brotou, consoladoramente, a puríssima doutrina.

"Glória in excelsis Deo!" entoavam à meia noite, o sacerdote celebrante, com voz clara e forte, repetindo o louvor e a adoração à onipotência, divina.

Havia entre os velhos costumes das famílias, o de presentear-se reciprocamente, por ocasião do Natal. E os presentes constituíam em bandejas, saborosas de frutas, deliciosos doces em compoteiras, bolos finíssimos, em grandes pratos, enfeitados com papel de seda, flores, etc.

Na noite do Natal desses tempos, a população não dormia, à espera da hora da missa do galo. E os sinos todos repicavam festivamente, em sinal de júbilo, como diz um escritor sacro, "porque essa foi a hora que os anjos cantavam esse hino que anunciou o nascimento de Jesus".

No largo da matriz, quebrava a escuridão da noite o clarão de grandes e creptantes fogueiras; inúmeros foguetes subiam, estrungindo nos ares, e as baterias troavam, repercutindo além dos ecos da estrondosa descarga.

O contentamento e o respeito, dentro da igreja, se identificavam em todos os fiéis reunidos na memorável noite para glorificarem o nome de Deus! Um verdadeiro céu aberto para os devotos.

A Guarda Nacional, às vezes, comparecia com seus agaloados, e com vistosos penachos nas barretinas; montava a guarda nas portas do templo.

Em frente à matriz, no largo, viam-se quitandeiras sentadas junto de seus tabuleiros, cada um dos quais, com a sua lanterna, com vela acesa ostentando os pés de moleques e outros doces secos, ao lado de empadinhas que se amontoavam, apetitosas, sobre a brancura da toalha. Este capítulo, parte integrante, das festas em que o povo gozava de se fartar, desapareceu do cenário local, há muito tempo. Os tabuleiros eram o enlevo da criançada.

Entretinham-se muitas famílias, umas reunindo em suas casas pessoas de suas relações para ceias suculentas, cujos pratos fumegavam, sobre as mesas, aromas de fazerem encher de água as bocas dos gastrólatras; outras, matavam o tempo improvisando "soiréis" dançantes em que predominavam, os lanceiros, as schotisks e polkas, ao som de pequeninas orquestras — dois ou três violinos tendo por acompanhamento o violão, repinicado.

Após a missa cantada, havia na matriz a exposição do presépio, cuidadosamente erguido lateralmente aos degraus do presbítero. Durante a adoração dos fiéis que vinham depor o ósculo reverente na imagem do menino Jesus, ouviam-se no coro, cânticos entoados por meninos, acompanhados de harmonia.

E os pequenos cantores, cujos sentimentos religiosos desabrochavam aos exemplos do lar, à luz da crença de seus maiores, cantavam duetos, composições singelas, trovas populares, cheias de suave e natural poesia, que constituíam uma das mais atraentes partes da festa.

Entre muitos versos que eram ouvidos no festivo momento, havia os seguintes que, se não representavam primores da literatura indígena, encerram, todavia, puríssima essência do sentimento cristão. Era um hino muito popularizado em todo interior de São Paulo e Minas, de onde vieram trazidos, carinhosamente, por uma devota. Diziam eles:

Vinde pastores e anjos
 Querubins e toda gente,
 Adorar um Deus-menino,
 À um Deus onipotente

(Dezembro, 1926).

Casamentos⁷

Alguns dos costumes antigos, ou quase todos no tocante às manifestações de júbilo por ocasião, dos enlacs matrimoniais, floresceram e desapareceram. A civilização e o progresso nos trouxeram outros entre os aplausos dos modernos povos que acompanham a evolução mundial.

Naquelas priscas eras que bem longe, vão, acontecia haver contratos de casamentos que eram fechados entre os pais e noivos, sem conhecimento destes, que só ficavam sabedores do caso quando lhes arrebentava a bomba da notícia.

Noivos houve que se conheceram, ou se viram, somente no dia da cerimônia nupcial.

O dia de um casamento na cidade era de grande azáfama em casa da noiva, principalmente. As ordens à engomadeira, à doceira, à cozinheira, choviam uma sobre as outras, para que ativassem o serviço, todo executado por escravas prestimosas.

O casamento seria à tarde e quando o aparatoso cortejo voltasse da igreja (não se sonhava ainda com a lei do casamento civil) o jantar ou o banquete, deveria estar pronto para ser posto à mesa. As escravas, umas passavam as saias brancas e os vestidos das moças, outras escovavam sobrecasacas pretas, outras colocavam doces na compoteira e nos pratos e, na cozinha, estavam sendo cuidadosamente preparados os frangos, os perus, os leitões à mesa. Ruidosa atividade, enquanto o relógio ia medindo as horas. Chegava por fim o esperado momento em que os noivos teriam de ir à igreja, afim de serem ligados pelas sacramentais palavras: Ego vos conjungo in matrimonium.

A casa, ornada de flores e cortinas, estava cheia de senhoras e cavalheiros, moços e velhos, das principais famílias.

Abria o prestito, na frente, a noiva, rico vestido de cauda longa, véu e grinalda de flores de laranjeiras, destacando-se o seu vulto

todo de branco, dentre as cores variadas das outras toilette. Ia de braço dado com o padrinho.

A seguir, o noivo, também de braço dado com o padrinho, vindo depois o acompanhamento formado de pares — cavalheiros e damas — a dois de fundos. E desta forma o cortejo caminhava a passos vagarosos, solenes até a igreja, passando entre alas de curiosos populares, que, enlevados, contemplavam aquele quadro festivo.

À porta do templo estacionava a banda de música que, à chegada do prestíto. Rompia uma festiva marcha, que se prolongava até na igreja o último par. Ocasões havia em que, além da música, estrungiam foguetes.

Celebrado o ato religioso, com grande pompa, depois dos abraços do estilo, voltava o pessoal todo para casa, com a mesma solenidade. Ali, estava a banda de música e de novo enchia o ambiente de harmonias vibrantes.

Pouco depois, quando não se dava baile, começava o banquete na varanda (sala de jantar) onde almejava, extensa mesa, sobre a qual, não raro, se via rebrilhando rica baixela de prata antiga. As iguarias desprendiam apetitosos aromas: arroz de forno, frangos assados, pernis recheados, ao lado, em compridas "travessas", saborosas piraçanjubas com molho. Uma promiscuidade usada, geralmente.

Garrafas de vinho tinto Lisboa, do Porto e Moscatel de Setúbal, estendiam-se enfileiradas. Este último destinava-se às senhoras.

Não se conhecia o nosso cardápio, e nem o "menu" francês.

Colocamos os recém-casados no topo da mesa, sentavam-se todos indistintamente. Começava o banquete pela sopa de macarrão, no meio do murmúrio entre dentes e do tilintar de colheres nos pratos.

Todos tratavam de dar serviço ao estômago. A medida que a hora se escoava, uma alegria saía se espalhando na sala, entre sorrisos corteses.

Não havia observância de etiqueta, quanto ao momento apropriado dos brindes, pela simples razão de que era isso um particular desconhecido nesta terra, dando lugar a que certa vez um dos convivas, impulsionado pelo entusiasmo, quando ainda se servia a sopa, se erguesse como vivo, de cálice em punho, e com toda ênfase trovejaste:

— "Senhores, um brinde que ainda não foi feito! A "saúde dos noivos"! Era ele o primeiro...

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

As saudações brotavam à direita e à esquerda, até que se fazia uma (felizmente sem discurso) que provocava ruidosa manifestação de júbilo.

— Saudemos o novo casal, para que seja muito feliz durante toda sua vida! reclamavam um dos moços desembaraçados, erguendo seu cálice.

— Bravos! Bravos! brandavam todos em Coro, entre hipes, hipes hurras e palmas.

— Esta tem de ser cantada! gritava uma voz.

Era o chic. Lembravam-se nomes para o desempenho do meticoloso encargo. Havia escusas e hesitações. Por fim, um dos moços mais decididos e desembaraçado aceitava a tarefa.

Erguia-se da cadeira, tossia, pigarreava e, alvo da atenção geral, com voz compassada e forte e, mais ou menos desafinada, entoava:

Caros Amigos.
Um Brinde feito,
Reine alegria
Em "nossos" peito.

A rima impecável sacrificava a concordância gramatical. Podia ser pior...

Seguia-se outra quadra, com música diferente, mais viva:

O grato licor
Alegre e jocundo,
Que a todo este mundo
Desafia amor!
Ainda outra música alegre e um tanto marcial:
Bebamos, amigos, bebamos,
Que a festa assim nos convida
E até com risco de vida
Viva a coisa proibida.

Os Cemitérios⁸

Então já dissipados os ecos do movimento popular observados não só na cidade, como nos cemitérios, no dia consagrado oficialmente à comemoração dos Mortos. As fúnebres moradas — "Saudade" (ex-Fundão),

da Irmandade do S. S. Sacramento, da Venerável Ordem Terceira do Carmo (antigo da Irmandade do Santíssimo de Santa Cruz) e o cemitério denominado das Almas, ficaram naquela data, com a maioria de seus inúmeros túmulos adornados de flores de vivos e variegados matizes, com aspecto festivo, atenuando a idéia da profunda tristeza que tais lugares despertam.

As ruas, muito limpas, que se cruzam por entre as sepulturas conservaram-se durante quase todo o dia repletas de visitantes, cheias de vozes murmurantes, quebrando-se, de tal modo, aquela paz tranqüila dos dias comuns.

Já existia nesta paragem "um cemitério bento, como afirma o Livro do Tombo, para sepulturas dos fiéis, e que fora concedido por ser notoriamente dificultoso o recurso à sua Matriz, pois não dista menos de dez léguas".

Nada se sabe, porém, quanto ao local em que se achava essa primeira morada dos mortos, desta terra. Nenhum documento encontramos que aclare o caso. Quando, em 1797, foi a freguesia elevada a Vila, com a denominação de São Carlos, já existia a nova matriz (atual de Santa Cruz) "construída toda de taipas socadas a pilão e coberta de telhas", como consta do aludido Livro do Tombo e foi publicado pelo estimado escritor conterrâneo Benedicto Octavio. O cemitério, diz a tradição, ficou sendo no próprio largo da igreja, em toda a sua extensão, para as pessoas do povo, propriamente. Os vultos de destaque social seriam sepultados dentro da matriz. O costume de sepulturas no interior da Matriz Velha, prolongou-se, até o ano de 1846. Por ocasião de serem abertos os alicerces para a construção da torre que fica faceando com a rua do Sacramento, foram ali encontrados pelos operários crânios e outros ossos humanos, pertencentes, certamente, outr'ora, a vultos respeitáveis da sociedade campineira. Houve um outro local, por esses tempos, onde se efetuavam inumações de pessoas de representação social: — foi o jazigo que, durante anos, existiu no ponto em que se acha a igreja de São Benedicto. Pertencia a um sacerdote, cônego da Sé de São Paulo — Melchior Fernandes Nunes de Camargo, que ali foi sepultado.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Havia também um cemitério, no largo lateral daquele jazigo, destinado aos cadáveres dos escravos, e que se denominava — “Cemitério dos Captivos”. Há uns trinta anos passados as enxurradas se encarregaram de descobrir, na superfície do solo, muitos ossos pulverizados, delineando perfeitamente a forma dos esqueletos, o que despertava a atenção dos transeuntes.

Do largo da Matriz, passaram os enterramentos a ser feitos em uma nova necrópole que ocupava grande parte da quadra, devidamente murada, em que, mais tarde, foi construído o sobrado que veio a pertencer ao respeitável e saudoso conterrâneo Joaquim Teixeira Nogueira de Almeida, à praça do Rosário (Visconde de Indaiatuba). Ali foi feito o serviço de enterramento durante muito tempo, até que, pela natural expansão do meio social e pela exigüidade do terreno, a Câmara teve que procurar um outro local que ficasse distante do centro urbano.

Foi, então, escolhido o que fica na esplanada, a cavaleiro da cidade, para as bandas da estrada de Itu, em cujas proximidades, muitos anos depois (1870) veio a Companhia Paulista assentar as suas edificações. Nesse ponto foram construídos a princípio, três cemitérios — o municipal, o da Irmandade das Almas (dividido daquele por uma taipa encimada por alto gradil de ferro) e o dos Protestantes ou dos Acatólicos cujo terreno foi adquirido posteriormente pela Companhia Paulista.

No das Almas havia junto do muro divisório, em toda extensão, uma linha de carneiros, em forma de “gavetões”, como se dizia, destinados aos restos mortais dos abastados ou de pessoas representativas.

Em 1861 a Irmanandade do S. S. Sacramento obteve permissão para construir um cemitério destinado aos respectivos irmãos. Ficou este nas proximidades da atual passagem da estrada de ferro Paulista, ou porteira do “Capivara”, no extremo da rua Cônego Cipião, do lado mais alto do terreno. As mencionadas moradas dos mortos funcionaram até o ano de 1880, ficando então fechadas, o que deu lugar a que sacrílegos ladrões, uma certa noite, penetrassem no cemitério das Almas e arrombassem todos os carneiros, resolvessem os despojos mortais ali

colocados e espalhassem promiscuamente pelo solo os ossos encontrados! Procuravam, como é de se supor, encontrar jóias, ou outros quaisquer objetos de valor.

Antes, porém de fechados aqueles 4 cemitérios, que ficavam "muito distante da cidade", a Companhia Paulista argumentava e desenvolvia as suas construções, na vizinhança e o bairro crescia a olhos vistos. Nesse tempo a cidade não passava além da rua de S. João (Visconde do Rio Branco). Os prestitos fúnebres subiam pela rua da Constituição (Costa Aguiar) até aquela primeira rua, entrando depois, em plano descampado, por um trilho, à esquerda, que ia ter no portão do cemitério municipal.

Achavam-se assim as coisas, nesta situação, impressionando a municipalidade.

Urgia que se resolvesse o problema. E, para esse fim, isto em uma de suas sessões, constituiu ela uma comissão especial para estudar a matéria, isto é, escolher um lugar nos arredores da cidade, apropriado para o fim que se tinha em vista: — um novo cemitério.

10 — Eventos

Os eventos característicos populares encontrados na região foram:

a) Festa do Peão Boiadeiro de Paulínia, acontece no mês de junho, anualmente, desde 1983.

b) Carnaval de Rua e Salão de Campinas, acontece geralmente no mês de fevereiro, anualmente e com responsabilidade de organização da Prefeitura, desde 1974. Promove bailes populares, desfile de rua das Escolas de Samba e eleição do Rei Momo e da Rainha do Carnaval.

c) Semana do Folclore em Campinas, acontece no mês de agosto próximo ao dia 22, anualmente, desde 1965, com programações durante toda a semana em vários locais da cidade, principalmente em Escolas de 1º grau com danças de grupos folclóricos, exposições, seminários, palestras e gastronomia.

d) Exposição Folclórica de Sousas, acontece no mês de agosto, anualmente, desde 1971, no Ginásio Estadual de Sousas, com objetos coletados na própria cidade, pelos alunos.

Carnaval⁹

Organizava-se uma diretoria executiva dos folguedos, que recebia os nomes das pessoas que deviam tomar parte no Congresso, as quais recebiam cartões com o número correspondente à inscrição, pagando cada uma cinco mil réis, com direito à passeata e aos bailes no Teatro S. Carlos.

Moço que se prezasse e que se julgasse elegante, não deixaria de se inscrever. A mocidade em peso, se fantasiava.

Somente eram admitidos no prestito os representantes do sexo forte. Mulher à fantasia, em pleno público, à luz meridiana, não era coisa que se permitia.

Nas três tardes, ao estrugir de foguetes, partia do Largo da Capela Santa Cruz, (Praça XV de Novembro) o extenso prestito carnavalesco, extenso e rumoroso, na ordem seguinte: Cavalheiros em ala, a dois de fundo, carros adornados, de qualquer estilo, a um de fundo, e máscaras a pé.

Na frente quatro soldados da Guarda Nacional, a cavalo, e outros quatro retaguardando, como escoltas de proteção. Itinerário: rua da Ponte (Major Solon), Comércio (Dr. Quirino), Pórtico (Ferreira Penteado), até a Direita (Barão de Jaguará) por esta à Rua da Matriz Velha (Barreto Leme), Rosário (Francisco Glicério), Campinas Velhas (Dr. Moraes Salles), Reg. Feijó até de novo à da Matriz Velha, Rua de Baixo (Lusitana) Pórtico, Direita, Largo do Rosário (Visc. de Indaiatuba), Bom Jesus (Campos Salles), Deser (Alvares Machado), Constituição (Costa Aguiar), até Largo do Teatro (Ruy Barbosa).

As janelas em grande parte embandeiradas, ficavam apinhadas de senhoras e moças solteiras. Nas ruas grupos esparsos, aqui e ali. Os mascarados durante o percurso trocavam ramalhetes de flores artificiais com as moças. Cada um levava, pendurado no braço, a sua cesta repleta, para a graciosa permuta.

Os rapazes ricos faziam-se acompanhar de pagens (de sobre-casaca e chapéu cartola) que conduziam as cestas e também uma vara comprida enfeitada de fitas, com uma lança de metal na ponta, destinada à

troca das flores, nos sobrados. Cada qual procurava atrair a atenção do belo sexo, principalmente os que ali tinham suas prediletas.

Os cavalos em que iam montados, gordos, luzidios, eram visto-samente ajaezados de fitas multicores, nas crinas do pescoço e da cauda, com voltas de guizos inúmeros, presos, junto as patas. Os trajes dos máscaras, em grande número, constavam de fantasia de seda ou veludo, cores vivas, despertando a atenção pelo brilho e riqueza. Havia também os característicos, alegóricos, ou de "troça" com assuntos locais. Não se ouvia senão um guizalhar ensurdecador, de mistura com as vozes rouquenhas, ou falsete, dos máscaras e com marchas alegres e tangos saltitantes das bandas de música.

De quando em vez surgia uma ou outra "idéia" que fazia re-bentar risadas e palmas e, às vezes, algum "rolo".

Havia a Sociedade Recreio Juvenil (meninos), União e Pro-gresso (rapazes do comércio), e Clube Semanal, a de maior representação. Quatro bandas de música davam realce às festas: a de Santa Cruz (amadores, composta de negociantes do bairro), a Philorphenica (moços do comércio) e uma de meninos.

Umam iam de carros e outras estacionavam em coretos nas praças, por onde desfilavam os máscaras.

Além dessas corporações, outras havia, em fazendas agrícolas, tais como as dos comendadores Teixeira Villela, Joaquim Polycarpo Aranha e Manuel Carlos Aranha (os dois últimos, mais tarde, barões de Itapura e de Anhumas). Compunham-se de escravos.

Na tarde do último dia, terça-feira, depois do percurso costumeiro, havia novo desfile pelas ruas centrais, em despedida, no meio de um berreiro dos máscaras, fingindo choro e lamentações, enquanto a música ia "chorando" também uma peça em tom menor, acompanhando o "sentir" dos mascarados. Não havia mais troca de flores. Uma originalidade a que assistiam lacrimejantes as avós das leitoras da **Gazeta**.

À noite, a escuridão das ruas era quebrada aqui e ali pelas luminárias nos prédios e nos coretos, por meio de globos de vidro, lanternas ou copinhos de cores. Desse costume ainda existem vestígios em velhas casas, em cujas janelas, ou sacadas de sobrados, se conservam os ganchos de ferro em que se penduravam tais luminárias festivas.

Os bailes "maqués" realizavam-se os mais concorridos, no centro S. Carlos, cuja platéia era nivelada ao palco, transformando-se em vasto salão, iluminado a querosene e mais tarde a gás. Nos camarotes enfeitados,

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

famílias se apresentam a assistir aquela alegre expansão da mocidade, que se não excedia em suas danças saracoteadas.

O estrudo, então, reinava descabeladamente, com o seu cortejo de laranjinhas de cera (limões de cheiro, como lhes chamavam), de seringas de folhas de Flandres, bacias, barris, baldes, bombas de jardins e, por último, do banho. Não possuíamos ainda o serviço de águas e esgotos.

Senhoras saíam às ruas, onde se travavam renhidos combates, em que elas figuravam valente e vantajosamente. Às vezes agarravam um pobre mortal, pessoa conhecida, já se vê, conduziam-no para o interior da casa e, obrigavam a sentar-se em grande bacia onde o infeliz recebia sobre a cabeça alguns barris de água, tudo no meio de grande alarido, ficando a vítima "ainda muito agradecida" pela refrigerante gentileza!

Certa vez, o coronel Joaquim Quirino, que possuía um gênio folgazão, quanto eram elevados os seus sentimentos de caridade, de benevolência, de civismo e de justiça, comandava um grupo de rapazes, em plena rua do Comércio, recrutando, dizia, transeuntes, para irem refrescar as idéias no banheiro.

Acertou de passar um cavalheiro que não gostava de tais brincadeiras, e nem contava com aquele violento encontro. Agarraram-no. Ele protestou, procurando desesperadamente desvencilhar-se. Irritou-se e por fim, sacou de um revólver. Alvorçou-se então a vespeira!

Chegaram-se-lhe todos e, no exercício do supremo direito da força, arrebatarem-lhe a arma. Teve que passar pelas forças caudinas: — foi ao banho!

Quando voltou, enopado dos pés à cabeça, a tremer, achou melhor rir da peça que lhe haviam pregado e aderiu ao batalhão do coronel, entrando, como os outros, a recrutar transeuntes.

Tudo passou, e, em vez dessas manifestações risonhas, simples e inocentes, aí está o progresso com o fantástico movimento de novidades, imprimindo moderno aspecto às cidades e alterando inteiramente os costumes.

O que, porém, não se pode negar, é que os moços de então, de acordo com o meio e com a época, divertiam-se a valer; não deixando, entretanto, de seguir, cuidadosamente, o caminho do dever e não se esquecendo jamais das obrigações sérias da vida... (fevereiro 1925).

Em João Lanaro — "Tipos populares — fisionomia da cidade", encontramos um muito conhecido folião — o Zé Trovão. A par de todas as suas atividades, Zé Trovão sempre se mostrou grande folião carnavalesco,

sendo célebre a sua coleção de fantasias, algumas delas merecedoras de prêmios, tal como a de "gala", de "noiva" e outras tantas.

Escolas de Samba e Blocos Carnavalescos de Campinas

Nome da escola: G. R. Escola de Samba Acadêmicos de Madureira

Presidente: José Roberto de Paula

Local de ensaio: Praça de Esportes do São Bernardo

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: José Roberto de Paula; **endereço:** R. João Batista Morato de Canto, 993, São Bernardo e **telefone:** 8-3625 (recados)

Nome da escola: G. C. R. Escola de Samba Rosa de Prata

Presidente: Rubens dos Santos

Local de ensaio: Centro Social da Vila Castelo Branco

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Rubens dos Santos; **endereço:** R. Colléchio, 7, Vila Castelo Branco e **telefone:** 47-9754 (comercial)

Nome da escola: G. R. Escola de Samba Batutas do Samba

Presidente: Jair Lopes

Local de ensaio: Centro Social II, Vila Padre Anchieta

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Jair Lopes, **endereço:** R. Barreiras, 110, Ponte Preta e **telefone:** não tem

Nome da escola: G. R. Escola de Samba Renascença

Presidente: Aguinaldo Angelo Lorenzi

Local de ensaio: Ponto final do ônibus da Vila 31 de Março

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Aguinaldo Angelo Lorenzi; **endereço:** R. Otávio Machado, 304 Taquaral e **telefone:** 52-12-47 (comercial)

Nome da escola: Centro de Culturas, Ciências e Comunidade Escola de Samba das Artes Negras do Quilombo dos Palmares

Presidente: Paulo Roberto Felizardo

Local de ensaio: Praça de Esportes Edgard Ariane

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Elemento para contato: nome: Paulo Roberto Felizardo; **endereço:** R. Pereira, 70, Chácara da Barra e **telefone:** não tem

Nome da escola: G. R. Escola de Samba Unidos do Grajaúna da Vila Georgina

Presidente: Wilson Aparecido Avelino

Local de ensaio: Final da Rua Jaime de Carvalho, Praça da Vila Georgina

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Wilson Aparecido Avelino; **endereço:** R. Henrique Husseman, 81, Guanabara e **telefone:** 2-3799

Nome da escola: Escola de Samba Muleke Travesso

Presidente: Percy Camillo

Local de ensaio: Ginásio do Perseu Leite de Barros

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Percy Camillo; **endereço:** R. Ernesto Alves Filho, 220, Jardim Campos Elíseos e **telefone:** não tem.

Nome da escola: G. R. Escola de Samba Mocidade Independente

Presidente: Edgard de Souza

Local de ensaio: R. Papa Sérgio, 75, Nova Aparecida

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Edgard de Souza; **endereço:** R. Papa Sérgio, 75, Nova Aparecida e **telefone:** 32-1394 (recados)

Nome da escola: E. S. Unidos da Vila Rica;

Presidente: Adilson de Moraes

Local de ensaio: R. Antimonio, 26, Vila Rica

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Adilson de Moraes; **endereço:** R. Silvio Holebergue, 287, Vila Rica e **telefone:** não tem.

Nome da escola: E. S. Grêmio Recreativo Unidos dos Amarais Superbrasil

Presidente: Daniel Garcia

Local de ensaio: R. Reinaldo Boliger, s/nº

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Daniel Garcia; **endereço:** R. Olivier Manuel de Camargo, 196, Santa Mônica; **telefone:** não tem

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Nome da escola: Escola de Samba Estrela D'Alva

Presidente: Sebastião de Jesus da Veiga

Local de ensaio: Praça Liberato de Moraes

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Sebastião de Jesus Veiga; **endereço:** R. dos Guainumbis, 691, Vila Costa e Silva e **telefone:** 8-1717 (comercial)

Nome da escola: Escola de Samba Princesa D'Oeste

Presidente: Walter Benedito da Costa

Local de ensaio: R. Alagoas, 80, São Bernardo

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Walter Benedito da Costa; **endereço:** R. Forno, 240, Vila Castelo Branco e **telefone:** 8-6161, ramal 295 (comercial)

Nome da escola: Escola de Samba Marquês do Sapucaí

Presidente: Edson Garcia

Local de ensaio: Praça Guido Segalio, Vila Industrial

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Edson Garcia; **endereço:** Rua 1, nº 40, Jardim Minesota, Sumaré e **telefone:** não tem

Nome da escola: Escola de Samba Astronautas do Samba

Presidente: Edson José Leite Penteadado

Local de ensaio: Serra da Boa Vista, 406, Jardim Parapanema

ma

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Edson Leite Penteadado; **endereço:** R. Serra do Umbuzeiro, 259, Jardim São Bernardo e **telefone:** não tem

Nome da escola: G. R. Escola de Samba Sabiá

Presidente: Natal Aparecido Galassi

Local de ensaio: R. Engenheiro Antonio Francisco de Paula Souza, 3465, Jardim São Vicente

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Natal Aparecido Galassi; **endereço:** R. Engº Antonio Francisco de Paula Souza, 3465, Jardim São Vicente e **telefone:** não tem

Nome da escola: Escola de Samba Beija-Flor

Presidente: Luis Carlos Pereira

Local de ensaio: Teatro da Vila Padre Anchieta

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Luís Carlos Pereira; **endereço:** Av. João Paulo II, Cond. Sta. Helena, apto. 32, Bloco A, Vila Pe. Anchieta e **telefone:** não tem

Nome da escola: E. S. Grêmio Recreativo Unidos do Salgueiro

Presidente: Francisco Estanislau de Oliveira

Local de ensaio: Rua 19, nº 91, Parque D. Pedro II

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Francisco Estanislau de Oliveira; **endereço:** Rua 19, nº 91, Parque D. Pedro II e **telefone:** não tem

Nome da escola: Escola de Samba Império do Samba

Presidente: José Roque de Oliveira

Local de ensaio: Rua 7 de setembro, 187, Vila Industrial

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Juquinha, **endereço:** Rua 7 de setembro, 187, Vila Industrial e **telefone:** 47-4415

Nome da escola: Bloco Afro Yle Ogun

Presidente: Aluizio Jeremias

Local de ensaio: Rua Serra do Piauí, Esquina com Rua Cristovão Bonini, Jardim Proença

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Aluizio Jeremias, **endereço:** R. Valentim Segálio, 271, Vila Castelo Branco e **telefone:** não tem

Nome da escola: Bloco Nem Sangue Nem Areia

Presidente: Antonio Cândido

Local de ensaio: Rua João Theodoro, 494, Vila Industrial

Local usual de apresentação: Av. Francisco Glicério

Elemento para contato: nome: Antonio Cândido, **endereço:** Rua dos Carismãs, 176, Vila Costa e Silva e **telefone:** não tem

V – Conclusão

Realizamos visitas às cidades de Paulínia, Joaquim Egídio e Sousas, participando em reuniões com professores e diretores de Escolas de 1ª e 2ª graus, a fim de apresentarmos nosso plano de trabalho. A seguir fomos às classes de todas as Escolas, incluindo o Supletivo de Paulínia, solicitando a colaboração dos alunos.

LEVANTAMENTO DA CULTURA POPULAR NA REGIÃO DE CAMPINAS

Quanto às visitas realizadas em casas de pessoas simples, eram bem sucedidas quando acompanhadas por pessoas conhecidas da cidade.

Na cidade de Paulínia a colaboração e apoio das professoras Leila Aparecida Pinto Silva e Deorides Mariani Limoli respectivamente Diretora da Divisão de Educação, Cultura e Lazer e Supervisora da Cultura foi muito importante e oportuno.

De acordo com o cronograma proposto para a realização do levantamento, ele foi dificultado pela parca informação de dados encontrados nas Bibliotecas Públicas dos Municípios, além de que durante as Comemorações do mês de agosto (mês do folclore) as informações se repetiam; aliado a dificuldade de se obter informações corretas por parte das pessoas questionadas e a demora na definição dos pesquisadores, que efetivamente trabalhariam no levantamento.

Finalmente estamos concluindo nosso projeto, chegando as seguintes considerações: o artesanato folclórico de Campinas, na sua expressão muito variada, explica-se na história sócio-cultural e econômica das cidades envolvidas, onde o imigrante externo ou interno teve sempre muita importância, na sua manifestação de cultura espontânea.

O folclore deve ser entendido como resultante da aculturação e não como originário deste ou daquele grupo cultural. As características folclóricas permanecem em um ou outro local, o que não deixa de ser um atrativo para um turista, que venha de uma localidade onde a informática praticamente monopoliza sua maneira de viver.

Fazemos ainda, algumas considerações sobre os aspectos positivos e negativos encontrados:

a) Aspectos Negativos

O fator financeiro foi preponderante, uma vez que o projeto de pesquisa foi orçado em Cr\$1.042.600 em outubro de 1982 e a verba aprovada e liberada em parcelas pela Universidade em junho de 1983, foi de Cr\$825.000.

Iniciamos o projeto já com uma defasagem de Cr\$200.000 no seu orçamento inicial, sem contar com a desvalorização do cruzeiro passados praticamente um ano do orçamento inicial.

Conseqüentemente, tivemos que fazer alguns cortes no orçamento inicial, como: estava previsto filmagens em Super 8, utilização de fitas cassetes para gravação de entrevistas, verba para publicação da pesquisa. Esses cortes foram realizados e nos limitamos a fazer entrevistas sem

gravação, utilizamos somente slides para ilustrá-la e à publicação deverá ser proposta a Revista Comunicarte do IAC.

O andamento da pesquisa também viu-se prejudicado pela burocracia das instituições pesquisadas, para o levantamento bibliográfico, dificultando o acesso a esses acervos, limitando nosso tempo de poder do material, fazendo-nos voltar várias vezes ao mesmo local.

Outro fator relevante é a falta de embasamento para pesquisa do nosso aluno, fator esse que dificultou na seleção dos mesmos para a aplicação dos formulários e entrevistas. A princípio tínhamos pensado em 21 alunos para a aplicação dos formulários, mas pela verba não ser suficiente, pois implicava em deslocamentos e pelo pouco interesse demonstrado por eles, pelo fator exposto acima, reduzimos o número para apenas 6 alunos, facilitando nosso controle de qualidade e coordenação do projeto. Mas prejudicando quanto ao fator tempo, pois o tempo gasto para aplicação foi maior do que o previsto no início.

Tivemos também problemas relacionados a mudanças de datas ou até mesmo a não realização de alguns eventos já programados, dificultando o levantamento. Além disso contrastes e incoerências nas respostas de alguns formulários que nos obrigaram a retornar nos lugares já verificados, dificultando e atrasando a tabulação dos dados.

b) Aspectos Positivos

Embora tivéssemos dificuldades financeiras desde o início do projeto, resolvemos executá-lo na medida do possível, por ser ele o 1º Projeto de Pesquisa do Instituto de Artes e Comunicações a ser contemplado com uma verba específica, e isso dava-nos estímulo e entusiasmo para continuarmos, a fim de que novos Projetos do Instituto fossem aprovados pela Universidade.

A Universidade estava dando seu primeiro passo para efetivar a pesquisa em seu contexto. Efetivação essa, necessária para que a Universidade seja respeitada como Instituição de Ensino.

A vivência junto às comunidades de Sousas, Joaquim Egídio, Paulínia e Campinas, foi altamente gratificante em termos de trabalho, pois pudemos avaliar com maior conhecimento de causa os problemas sócio-econômicos e culturais por elas enfrentados.

O estudo interdisciplinar entre Educação Artística e Turismo integrando os cursos, abrindo perspectivas de novas oportunidades de projetos.

O fator de pioneirismo nesse tipo de levantamento na Região de Campinas, pois nada semelhante foi encontrado.

Notas Bibliográficas

- (1) Correio Popular Campinas – 06-01-81.
- (2) Amaral, Leopoldo – **Campinas – Recordação**, 1927, pp. 85-94.
- (3) Idem pp. 339-334.
- (4) Idem pp. 208-209.
- (5) Idem pp. 194-209.
- (6) Idem pp. 383-389.
- (7) Idem pp. 309-315.
- (8) Idem pp. 263-268.
- (9) Idem pp. 243-249.

BIBLIOGRAFIA

- AMARAL, Leopoldo – **Campinas – Recordações**, 1927.
- BATTISTONI, Duílio – **Aspectos culturais da história de Campinas**.
- BRITO, Jolumá – **História de Campinas**, obra com 26 volumes.
- BRITO, Jolumá – **História da cidade de Paulínia**.
- GOMES, GODOY, Zuleika – **Monografia histórica e estatística do Distrito de Sousas**.
- LANARO, João – **Tipos populares – fisionomia de uma cidade**. Super Gráfica Ltda. – Campinas, 1954.
- MARIANO, Julio – **Campinas de ontem e anteontem**, Ed. Maranata, 1970.
- MELLO, Celso Maria de – **Campinas, município no império**, Imprensa Oficial, SP., 1983.
- MENDES, J. Castro – **O Carnaval – Retrato da velha Campinas**. Revista Palmais.
- PUPO, Benedito Barbosa – **A margem da história de Campinas – 1973**.
- VIDIGAL CARNEIRO, Alba – **Folclore em Campinas**.
- VIDIGAL CARNEIRO, Alba – **Folias de reis e do menino e o boi**.
- ZALUAR, Augusto Emílio – **Peregrinação pela Província de São Paulo – (1860-1861)**.
- Artigos de Jornais, Revistas e Boletins.

OPINIÃO E DEBATE

Imposição de modelo cultural

Margarita Barretto

A conjuntura histórica

Há alguns anos escrevemos um artigo onde chamávamos à reflexão sobre o quê seria o fenômeno turístico desde o ponto de vista cultural: se um verdadeiro intercâmbio (como desejável) ou uma imposição do modelo — ou padrão — dos países (ou classes) dominantes aos oprimidos.

As notícias que chegam a nós hoje desde Seul provam que, infelizmente, a nível de Turismo internacional predomina o padrão de imposição. Temos notícia de que, a nível institucional, está-se promovendo uma campanha para que o povo coreano deixe de comer as suas comidas típicas — carne de gato e cachorro — porque as mesmas podem chocar ou, mesmo afugentar os turistas.

Ora, será que os turistas hindus não ficam chocados com este ocidente que devora as vacas que para seu povo são sagradas? Alguém por acaso pensou em fazer qualquer coisa? Ou será que por

trás deste interesse nos turistas das autoridades coreanas há uma grande cadeia multinacional de venda dos hamburguers enebados com pão de plástico tão apreciados pela decadente "civilização" de certo país do norte que se acredita do-no do mundo?

Seja como for, é um problema que o povo coreano deverá resolver.

E o que nós temos a ver?

O que nos irrita como teóricos do Turismo que somos, atuando fundamentalmente na área de Turismo Cultural é que seja desvirtuado o sentido desta atividade humana, que sejam usados Turismo e Turistas, subvertendo o conteúdo intrínseco do primeiro.

Viaja-se, para quê? Só para ver outras paisagens? Acreditamos que não; o sentido da viagem é mais completo; viaja-se para conhecer outras culturas. E cultura é tudo aquilo que um determinado povo faz para viver e sobreviver, desde a forma em que supre as suas ne-

cessidades básicas de alimentação, moradia e vestuário, até a forma como se diverte, como reverencia seus deuses, como se locomove, como se relaciona com os outros grupos humanos.

Não negamos que seja necessária uma certa flexibilidade. Há três ou quatro anos uma colega comentou que uma companhia aérea que fazia o percurso Brasil-Japão desistiu de servir feijoada a bordo porque o prato nacional brasileiro era, para o padrão japonês, visualmente desagradável. Isto não quer dizer que todos os restaurantes do país devam deixar de fazer feijoada porque os turistas podem não gostar.

Um ditado muito velho diz: quando fores a Roma, fazei o que os romanos

fazem. E a cultura popular é a fonte de toda sabedoria...

Se deixarmos que, em nome do Turismo, a cultura dos povos seja modificada, estaremos deixando que o Turismo seja convertido em arma a serviço da destruição dos mais fracos e, então, ele não terá mais razão de ser.

Santos Dumont suicidou-se quando viu o avião sendo usado para a guerra. Não acho que os "turismólogos" devam-nos suicidar em massa. Creio, sim, que devemos estar muito atentos para não permitir que a história se repita, defendendo o conteúdo cultural do Turismo na teoria e também na prática cotidiana.

Os prêmios do progresso cultural e os seus custos

Norma Felicidade Lopes da Silva
(Professora do IAC/PUCAMP)

O tema é complexo e abrangente.

Numa primeira abordagem entendo-o da seguinte maneira: Octávio Ianni, num ensaio antigo intitulado "O Estado e a Organização da Cultura", publicado na revista *Encontros com a Civilização Brasileira*, nº 1, 1978, pp. 216-241, diz que "a atividade intelectual produz interpretações diversas das que são preconizadas pelo governo", razão pela qual a repressão sobre a maioria destas atividades é uma constante, não só de mo-

do direto, como ocorreu no período abordado no ensaio citado, de 1964 a 1978, mas também, subsequenteemente, de maneira mais branda, por um outro tipo de pressão, principalmente, a econômica.

É por este ponto de vista, que pretendo desenvolver minha reflexão.

A interligação entre o poder constituído e a atividade cultural é um dos mais crônicos males culturais por que

OPINIÃO E DEBATE

passa a cultura brasileira, influenciando, direta ou indiretamente, as relações entre o progresso e a decadência culturais.

De um modo geral, dois grandes fatores contribuem para essa interligação. Em primeiro lugar a existência no país de governos autocratas (principalmente desde a ditadura Vargas até o período militar pós-64). Esses governos, sabedores que a atividade intelectual-cultural independente iria, faltamente, produzir interpretações diferentes das aceitas por eles, criando um progresso cultural independente, tratam, num primeiro momento, de ganhar essa atividade de modo a ter um controle sobre a produção cultural. (Apesar da redemocratização do país, este panorama ainda não mudou totalmente). A produção cultural que se proclama independente e pode conseguir algum tipo de penetração e influência sofre a repressão, o poder da força, que faz calar ou tenta, e quase sempre consegue. E assim, o que vemos, é a decadência cultural em vez do progresso cultural.

Entre estes dois aspectos, a cooptação e proclamação de independência seguida de repressão, há fatores intrínsecos que devem ser levados em conta. No primeiro caso valeria a pena questionar qual o papel do produtor de cultura, do intelectual, do artista, perante a sociedade, tendo-se em vista o progresso cultural. Seria a produção cultural apenas uma diversão ou um modo de ganhar a vida? Estaria ela acima desses "problemas", sobre os quais o governo e a sociedade agem como seres antagônicos? Ou o intelectual ou artista têm como principal função refletir no seu trabalho todo o problema social e buscar soluções a partir da análise desses problemas? Em suma: um ser pensante capaz e posicionado, que fatalmente ficará de um lado ou de outro e com conhecimento capaz para fundamentar essa posição, visando o progresso cultural.

Oduvaldo Vianna Filho dizia que o principal problema do teatro brasileiro nunca foi a censura, mas as relações econômicas com o governo, que se têm agravado muito. Queixava-se ele, também, que naquela época, a verba a ser rateada entre as companhias no Brasil, era equivalente ao custo de uma única peça. Mas, por que a sobrevivência dessas companhias estaria tão intimamente ligada a uma verba oficial? Se havia e há uma produção cultural, que questiona a realidade nacional, uma produção que critica o governo — críticas aliás todas válidas, corretas, bem fundamentadas —, por que ter que se socorrer aos chamados "prêmios do progresso cultural", para se montar uma peça teatral? Seria um caso para se evitar a decadência cultural?

Ocorre que o próprio governo cria mecanismos, na "organização" da sociedade, que contribuirão decisivamente para que um empreendimento artístico tenha um elevado custo, desanimando, de pronto, qualquer projeto para o progresso cultural independente, e forçando a necessidade da subvenção oficial, com seus "prêmios".

Com isso, o governo poderá realizar a triagem a seu modo, sendo "bonzinho" para a produção cultural (e aqui não se refere apenas ao teatro), que não atenta contra o *status quo*, ao bom costume, etc.

Aí, a posição do artista, do intelectual, se torna vulnerável. Qual o caminho a seguir? Ser "maldito" porque consciente da decadência cultural, ou cooptar para se servir dos prêmios do progresso cultural oficial?

Para alguns, o caminho é um só, e está irremediavelmente ligado à busca e ao encontro claro de uma forma que garanta o progresso cultural consciente, sem depender do esquema político-sócio-econômico-cultural oficial. E um dos poucos que conseguem sobreviver

OPINIÃO E DEBATE

agindo assim, por exemplo, é Dias Gomes (no caso da novela e do teatro), que em 1976 dava um depoimento à respeito, ainda hoje válido: "Mas me parece fora de dúvida que a legitimidade artística de uma obra é condição essencial para sua real eficiência política. Parece-me que em nosso tempo e em nossa sociedade a opção é clara; ou se escreve para o povo, ou se escreve contra o povo. Assim, todo autor é participante (engajado), ainda mesmo que não pretenda ser; omitir-se é favorecer o mais forte".

Embora se referisse ao teatro, seu raciocínio pode ser projetado para qualquer manifestação cultural que objective o progresso cultural independente, indicando, seguramente, que o artista ou o intelectual deve sempre ter a sua opção clara. Caso contrário estará comprometendo sua própria condição de criador-pensador. Ou seja, a sociedade

em que vivemos exige sempre um posicionamento; e fazer a chamada "arte pela arte" para agradar a classe dominante e se evitar a decadência cultural, ou se fechar numa câmara escura ideológica, que não se aplica à prática, como vem acontecendo com os nossos pseudo-intelectuais, resguardados pelo manto sagrado das academias e universidades, é cair na decadência cultural.

É, pois, a partir desse posicionamento que o produtor de cultura, seja artista ou intelectual, ou ambos ao mesmo tempo, devem buscar criar os mecanismos necessários à sua sobrevivência como tal, a fim de conseguir o progresso cultural do seu meio. Não se esquecendo que a arte ligada ao poder só tem sentido quando esse poder está também intimamente ligada ao povo.

O que infelizmente ainda não é o caso da cultura brasileira.

Pensamento Ibero-Americano - II

“Nuevas tecnologías” - Información y Comunicación

Elizabeth SAFAR GAÑAHL

Venezolana, Investigadora de la comunicación, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Universidad Central de Venezuela.

Procurando transmitir aos leitores de **Comunicarte** o pensamento de colaboradores das publicações que integram a **Rede Ibero-Americana de Revistas de Comunicação e Cultura**, fundada em São Paulo, por iniciativa da INTERCOM, em 5 de setembro de 1986, transcrevemos um artigo transcrito do exemplar nº 18, ano 6 (outubro de 1987) de **Comunicación América Latina**, com Administración em Quito e Redacción em Buenos Aires, publicada pela **OCIC-AL** (Organización Católica Internacional de Cine y del Audiovisual – América Latina), **UCLAP** (Unión Católica Latinoamericana de Prensa), **UNDA-AL** (Asociación Católica Latinoamericana para la Radio la Televisión y los Médios Afines) e **WACC-AL/C** (Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas – América Latina/Caribe).

En la sociedad contemporánea, las comunicaciones a nivel internacional se han multiplicado a niveles nunca vistos hasta ahora. Ya no sólo nos referimos a la cantidad de diarios, revistas, películas, horas/programas de televisión o emisiones radiofónicas que circulan en todo el mundo. El panorama se ha complejizado. Y se ha complejizado de tal forma, que resulta difícil medir el volumen total de información y la naturaleza de la

misma que circula por los diferentes circuitos y sistemas de información/comunicación existentes en la actualidad. La situación se ha tornado compleja y difícil de analizar en toda su dimensión — y mucho más que antes — por la irrupción de las últimas tecnologías que la revolución científico-técnica ha producido en el terreno específico de las comunicaciones, que para algunos son “nuevas” — al calor de un discurso que merece especial atención — y que para otros no lo son tanto por el mayor o menor grado de sofisticación con el cual están marcadas, sino por el carácter de su **uso social**, por su inserción en la **estructura socio-económica** de un país, y porque su implementación obedece más a las leyes del mercado corporativo transnacional que a imperativos de desarrollo nacional, especialmente en los países del llamado Tercer Mundo.

Mientras las innovaciones tecnológicas relacionadas con la información y con las comunicaciones internacionales — producto más de la necesidad del sistema capitalista mundial en su actual fase de expansión que de los adelantos de la ciencia y la técnica — aparecen y son incorporados en las sociedades industriales dentro de una lógica de funcionamiento que pocos cuestionan, en los países del tercer mundo suelen presentarse a nuestro modo de ver, las siguientes situaciones:

a) La irrupción de esas llamadas “nuevas” tecnologías, bajo el supuesto de que ellas van a contribuir a la solución de los problemas de subdesarrollo que padecen la mayoría de los países porque permitirán un incremento sustantivo de la productividad económica.

b) La postergación de la adopción de algunas de esas “nuevas” tecnologías, por razones de carácter económico, fundamentalmente, o de ausencia de una toma de decisiones orientada en esa dirección.

Podemos señalar, asimismo, otra situación en donde la toma de decisiones en la adopción de “nuevas” tecnologías se libera totalmente en el sector privado-empresarial, y el Estado, sin explicitar políticas específicas, adopta ciertas tecnologías que por lo general favorecen algunos sectores, especialmente los relacionados con el control social de los ciudadanos (policía, defensa).

En el contexto

Lógicamente, estas situaciones no se presentan de igual manera en todos los países del llamado Tercer Mundo. Varían en cada uno de ellos y se pueden establecer diferencias y señalar especificidades de

acuerdo con el mayor o menor grado de adopción de orientaciones de políticas en el terreno de la información/comunicación.

En América Latina se pueden observar estas diferencias en lo que respecta a la actuación del Estado en el sector. Mientras países como el Brasil, por ejemplo, han tratado de proteger la industria nacional de micro-computadores estableciendo una Ley de Informática, aún en contra de la voluntad de las transnacionales de ese ramo, en otras naciones, como es el caso de Venezuela, no ha sido posible todavía la aprobación de una ley similar que incentive y propulse el establecimiento de una industria nacional para hacer frente a las necesidades que tiene el país en este ramo. Asimismo, no podemos hacer la misma afirmación de los países socialistas, en donde algunas de estas llamadas "nuevas" tecnologías han sido incorporadas obedeciendo a imperativos de desarrollo en diversos sectores, antes que de lucro o diversión, exclusivamente. Con lo expuesto anteriormente, lo que pretendemos es señalar que un análisis de la introducción de las nuevas tecnologías de información/comunicación en los países latinoamericanos debe situarse necesariamente en dos ejes: considerar el contexto económico, político y socio-cultural específico de un país, tomando en cuenta, obviamente, los condicionantes exógenos y endógenos que se presentan; y, en segundo lugar, considerar detenidamente el uso social de esas tecnologías.

Como se desprende de lo anteriormente señalado, ninguna de las dos situaciones expuestas conduce a un uso racional de las nuevas tecnologías en los países del tercer Mundo. Por una parte, porque no podemos quedarnos a la zaga en la adopción de ellas, y, por la otra, porque tampoco se trata de privilegiar a sectores que utilizan estas tecnologías con fines lucrativos o de diversión, exclusivamente. Se trata de situar el problema adecuadamente, y en el marco de la necesaria explicitación de políticas integradas en el sector comunicacional. Sólo de esta manera podrán adoptarse aquellas tecnologías que aseguren un desarrollo en beneficio del hombre y para satisfacer las más variadas necesidades del ser humano. En una región en donde predomina el desempleo y el subempleo, el hambre, el analfabetismo y la desasistencia social en múltiples sentidos, no podemos pensar la adopción de nuevas tecnologías en la información/comunicación que no sea para la superación de las actuales condiciones de vida.

En el marco de estas preocupaciones, nos hemos planteado varios problemas en un intento de análisis de la introducción de las llamadas "nuevas" tecnologías en la región, tomando en cuenta las vinculaciones con las esferas política y económica. Estos problemas, que ameritan

una investigación específica en los términos ya señalados, son los que a continuación exponemos.

Primer problema:

A qué se denomina “nuevas tecnologías” en el campo de la información y de la comunicación. El problema de las definiciones.

Ya en sí, la expresión “nuevas tecnologías” contiene varios interrogantes que precisan de respuestas, no tanto desde el punto de vista técnico, como de lo que significa su gestación, producción y distribución a nivel mundial, y las razones que abonaron el camino que hizo posible su nacimiento. La expresión “nuevas tecnologías” es utilizada de manera equívoca en buena parte de la literatura más reciente. Se alude a todo el arsenal de nuevos aparatos, sofisticados, relacionados con la evolución de los medios audiovisuales, por una parte, y con la incorporación de la informática y las telecomunicaciones — especialmente los satélites — de la otra parte. Bajo esta denominación suele conseguirse de todo: video, videotexto, teletexto, fibras ópticas, rayos láser, robótica, telemática, antenas parabólicas, televisión por cable, televisión de alta definición, video-disco, computación, videojuegos, satélites, redes digitales, etc.

Esta corriente de análisis que engloba bajo la denominación de “nuevas tecnologías” a aquellas que están siendo distribuidas por las industrias culturales y comunicacionales a nivel internacional en países y zonas por lo general subdesarrolladas, olvida que cada una de estas innovaciones tecnológicas es de naturaleza distinta; y que algunas de ellas no son otra cosa que la extensión de una vieja tecnología de la información/comunicación, que en esta nueva etapa de comercialización y penetración transnacional es importante colocar como tecnología de punta en los mercados potenciales: los países del Tercer Mundo. Y de estos países los latinoamericanos, ya que están considerados mercados potenciales y reales muy importantes.

Muchas de estas tecnologías que se presentan como nuevas, son invenciones de hace dos décadas o más (el video, por ejemplo), pero es ahora cuando están penetrando abiertamente mercados que antes no eran potenciales, especialmente porque las grandes corporaciones fabricaban para un mercado próximo, inmediato, nacional, y que una vez saturado éste y tomando en cuenta la necesidad de expansión y reproducción del capital, deciden exportarlo a la periferia capitalista. Muchas de las “nuevas” tecno-



logías que son viejas, han sido redimensionadas tecnológicamente, de manera que puedan integrarse a las ya existentes así como a los nuevos retos: la computadora, por ejemplo, integrada a la pantalla del televisor doméstico.

La expresión "nuevas tecnologías" designa — a vuelo de pájaro — todos aquellos aparatos, instrumentos y elementos que permiten acumular datos, reproducir programas, poner en circulación grandes masas de información a nivel planetario y también para introducir cambios cuantitativos y cualitativos en los procesos de producción. Por una parte, se deben observar qué elementos son realmente nuevos en la generación de estos instrumentos o estas máquinas. Qué tipos de combinaciones han permitido la mayor acumulación de información posible, en el menor espacio, al más bajo costo y susceptible de circular con la mayor rapidez. Esto desde el punto de vista de su naturaleza técnica y de su lógica. Por otra parte, tenemos que observar las condiciones bajo las cuales se llega a la producción de estas tecnologías y qué mueve esa producción. El contexto en el cual se producen, las funciones para las cuales se gestan y los usos que les son asignados a través de la programación. Estos elementos, en mi opinión, orientan hacia una definición mucho más precisa de lo que son las "nuevas tecnologías" en el terreno de la información y la comunicación en el momento actual.

Algunas de estas tecnologías, como el computador, por ejemplo, son consideradas por algunos autores como instrumentos que manejan datos y no información, tal como sostiene Paola Manacorda en su obra *El Ordenador del Capital*, cuando señala que el ordenador contiene en su seno un equívoco de fondo que conviene aclarar: "El equívoco — señala Manacorda — es que el tratamiento automático de los datos equivalga a la gestión de la información y se basa en la cuestión de si toda la información es reducible a datos y si la **significación**, el papel y la importancia de la información son proporcionalmente al volumen de datos tratados"¹. (subrayado nuestro)

La afirmación de la autora es importante, por demás, ya que al hablar de la significación de la información está poniendo sobre el tapete un aspecto del problema que es relevante. Tiene que ver con la información circulante a través de esa tecnología; el papel que cumple y los usos que se le dan. Como se verá más adelante, esto guarda estrecha relación con el problema del control de la información, la lógica de los programas que se crean y se emplean y los usos que se le dan.

Tomar en cuenta el contexto en el que surgen las "nuevas tecnologías" es fundamental para poder arribar a precisiones de carácter

conceptual. Retomando aspectos señalados por el investigador mexicano Javier Esteinou en su ensayo "Medios de comunicación y acumulación del capital", en donde sitúa el análisis desde la perspectiva del materialismo histórico, los medios, en general, no irrumpen en la historia como variables independientes del desarrollo tecnológico o de la evolución histórica sino que responden a una necesidad histórica que presenta el capital en su proceso de valoración. Es así — según explica el autor — como la fase de desarrollo capitalista caracterizado en su forma monopólica (capitalismo inglés, francés, norteamericano), que arranca en la segunda mitad del siglo XIX y se extiende hasta el año 1920, persigue la captación de nuevas zonas de suministro de materias primas que le permiten tener áreas de influencia donde reproducir y exportar el sistema económico dominante. A esta etapa corresponde la implantación y evolución de los medios de comunicación en sus formas más sencillas, como el teléfono, el cable, el telégrafo, las agencias cablegráficas, etc. Ya las formas más complejas: el cine, la gran prensa industrial, la radio y la televisión surgen paralelamente a la etapa capitalista de la creación de los grandes conglomerados, los trusts, cuando se inicia la expansión masiva y la internacionalización de los capitales, a partir de la segunda década del presente siglo y hasta nuestros días. En esta fase, el sistema persigue la creación de una "ideología" universal, que le permita "su reproducción en dimensiones cósmicas" y el modo de información masiva es primordialmente comercial y transcultural.

A través de este análisis podrían precisarse elementos que han condicionado la gestión de ciertas tecnologías: por ejemplo el robot, los satélites y el computador. Es indudable, por lo que hemos podido conocer, que la robótica y la automática logran incrementar la productividad en fábricas y oficinas, respectivamente, en aquellos países en donde han sido implantados: Estados Unidos, Japón, Francia, Alemania Federal, Suecia, Gran Bretaña. No desconocemos, por otra parte, que la incorporación de tecnologías como éstas pueden significar un importante desplazamiento de mano de obra con las subsiguientes consecuencias sociales que acarrea tal hecho. Este análisis podría acalrar en mucho el problema de las definiciones, que por demás merece un extenso y detallado trabajo.

Para efectos de una investigación más detenida, podemos resumir las interrogantes para este problema de la siguiente manera:



a) ¿ A qué se denomina "nuevas tecnologías", y específicamente en el terreno de la información y la comunicación?

b) ¿ A partir de qué momento se puede hablar de ellas?

c) ¿ Qué tecnologías "viejas" incluyen a las nuevas o las absorben bien para **nuevos usos o como nuevos soportes**?

d) ¿Cuál es la naturaleza y la lógica de las llamadas nuevas tecnologías?

e) ¿ En qué contextos y bajo qué condicionantes surgen estas nuevas tecnologías?

f) ¿Cuál es el dominio de la información en la actualidad: el saber, el conocimiento científico, las industrias culturales?

Segundo problema:

El discurso dominante en torno a las nuevas tecnologías

El discurso de quienes hacen la apología de las nuevas tecnologías de la información afirma que con estos instrumentos se logrará la construcción de una "sociedad de la información", en donde los hombres no se dedicarán, en tanto mano de obra asalariada a producir las partes de un determinado producto y su consiguiente ensamblaje, sino a utilizar toda su capacidad intelectual en la preparación de "programas" para los sistemas computarizados, lo cual los liberará del trabajo alienante, pues

los robots y las computadoras se encargarán de realizar la parte más pesada.

Asimismo, el presupuesto fundamental del discurso apologético es que las nuevas tecnologías son **democratizadoras**, y su implantación, especialmente en los países subdesarrollados, contribuirá a profundizar la **democracia**, pues permite un acceso y participación igualitaria de los individuos en el manejo de las máquinas. Daniel Bell y Servan Schreiber son dos de los autores que se sitúan en esta línea de pensamiento. Para Servan Schreiber, por ejemplo, la materia, la energía y la información son los tres grandes componentes "que proporcionan los materiales necesarios para las actividades y creaciones de los hombres, a partir de la Naturaleza"², en consecuencia, la información no debe seguir entendiéndose en sentido vulgar – según lo que afirma el autor –, sino en su sentido esencial, de lo que puede hacer la información en términos de transformación social. Este autor señala abiertamente en su libro **El Desafío Mundial**, que las naciones subdesarrolladas no deben seguir reproduciendo los viejos esquemas para superar las condiciones de su pobreza y marginalidad, sino que tienen que saltar la etapa de la industrialización y pasar directamente a la de informatización de toda la sociedad, con el fin de acelerar el proceso de desarrollo social.



En cambio, el discurso crítico de las nuevas tecnologías – sin dejar de tomar en cuenta las bondades que ofrecen algunas – ubica la

problemática en el carácter **autoritario y hegemónico** que comporta el uso que se les ha asignado en la sociedad y la forma cómo se insertan en las distintas estructuras sociales, especialmente en los países subdesarrollados, haciendo hincapié en aquellas cuestiones que el discurso apologético deja **ex-profeso** a un lado. A saber:

- a) Las implicaciones económico-políticas de las nuevas tecnologías.
- b) Los impactos en el orden socio-cultural y en el modo de vida de los hombres.
- c) La masificación de la opinión pública mundial.
- d) La ausencia de un verdadero acceso igualitario.
- e) La falacia de la profundización de la democratización de las comunicaciones.
- f) La creación de mecanismos de control social mucho más refinados y precisos.
- g) La homogeneización en la toma de decisiones.
- h) El desplazamiento de funciones reservadas tradicionalmente al Estado hacia los centros de decisión corporativo-empresarial privado de carácter transnacional.
- i) El relegamiento de los sectores de la sociedad civil, no organizados, y de instituciones que tendrían que participar en una toma de decisiones verdaderamente democrática en el sector.

El discurso de la **neutralidad** de las nuevas tecnologías merece revisarse de cara a las últimas innovaciones. La posición de que por sí solas las tecnologías harán posible la salida del subdesarrollo y el logro de un salto cualitativo a todos los niveles en los países subdesarrollados no es nueva. Ya se hizo con la aparición de las hoy "viejas" tecnologías como la radio y la televisión, y los resultados los tenemos a la vista. No hace falta abundar en las conclusiones de tantas investigaciones que echan por tierra esta falacia. Son pocas, comparativamente, las experiencias de un uso democrático y alternativo de los medios de información en nuestros países, frente al sistema de medios dominante, cuyo uso ha sido primordialmente comercial y lucrativo. El modelo comercial de explotación de la radio y la televisión ha predominado fuertemente en el continente americano desde sus inicios. Los esfuerzos de las instituciones como las universidades, los sindicatos, la iglesia, los grupos culturales, etc... ha sido inmenso y es demostrativo de la imperiosa necesidad de utilizar los nuevos instrumentos

de información/comunicación al servicio del hombre, en pos de un bienestar social y espiritual.

El problema de los contenidos que ponen en circulación las nuevas tecnologías tanto en lo que respecta al Know How (saber, conocimiento), como a los mensajes de las denominadas industrias culturales, es también de suma importancia, especialmente los ligadas con los medios audiovisuales masivos. Desmontar la lógica del aparato y observar cuáles son sus límites en materia de programación y función, permite apreciar para qué tipo de operaciones ha sido creado.

La profundización de la democracia y una real democratización de las comunicaciones no se lograrán con la incorporación irracional de nuevas tecnologías. Es un enfoque errado partir de este supuesto, sin tomar en consideración la necesaria transformación de lo que es hoy el poder político y el poder económico en la sociedad. Cabría preguntarse si este movimiento de incorporación progresiva y acelerada de nuevas tecnologías en nuestros países representa nuevas formas del establecimiento del consenso (¿ o del restablecimiento, tendríamos que decir?) a partir de las decisiones de las élites nacionales y del poder de decisión hegemónico de unos cuantos trusts internacionales.

Tercer problema:

Los conceptos en cuestionamiento

La adopción de algunas de las nuevas tecnologías como el computador (los micro-computadores, específicamente) y las "redes integradas de sistemas digitales" (utilizando la infraestructura de los satélites), ponen en cuestionamiento algunos conceptos del sistema democrático. Los más importantes:

a) El concepto de Estado-Nación

Una élite de corporaciones controla el monopolio de la fabricación, venta y programación permanente de las nuevas tecnologías, que tienden cada vez más a una **integración** global a nivel mundial. Estas estrategias de las grandes corporaciones cuestionan de por sí todo lo que represente una planificación nacional de desarrollo en los países de la periferia capitalista y se rigen por las tendencias del **mercado**. Asimismo, cuestionan toda manifestación de formular políticas específicas en el terreno de la información y de las comunicaciones, pues ven en ellas un freno importante para la transferencia de tecnología sin ningún tipo de

restricciones ni imposiciones por parte de los países receptores. Podríamos decir, entonces, que son las **tendencias del mercado** y no las decisiones a nivel nacional las que inciden de manera fundamental en la adopción de las nuevas tecnologías. Esto, evidentemente, vulnera el concepto de Estado-Nación. Consideramos que el discurso de la década de los setenta en América Latina, de explicitar políticas democráticas de información/comunicación, es absolutamente urgente de retomar en estos momentos y de hacerlo de la manera más democrática; con la participación real de todos los sectores involucrados en la problemática.

b) El concepto de fronteras y de soberanía nacional

Es especialmente relevante esta cuestión, cuando se la analiza a la luz de la utilización de tecnologías de extensión de transmisión, como las antenas parabólicas, los satélites o el flujo transfronterizo de datos entre naciones. Hay que recordar en este punto como el principio del "libre flujo de información" sigue siendo la punta de lanza de las corporaciones transnacionales y de los países fabricantes de la tecnología, que no quieren "obstáculos" de ninguna naturaleza para la expansión de sus mercados así como para la circulación indiscriminada y no restringida de datos entre fronteras. Los satélites de detección remota, por ejemplo, registran la faz de la tierra en forma cada vez más detallada, sobre todo los que corresponden a la última generación tecnológica. La información es almacenada en grandes bancos de datos que pertenecen a corporaciones transnacionales y el acceso a esos datos, por parte de los países de escaso desarrollo, no es **igual** ni se realiza en las mismas condiciones que el que puede darse con los países industrializados. Este hecho, lejos de permitir un acceso igualitario, torna el problema más complejo: el desequilibrio informativo en cuanto a la posesión de los datos e informaciones y en cuanto a la capacidad de toma de decisiones en lo político y económico, se profundiza en términos verdaderamente peligrosos. Por otra parte los satélites de radiodifusión directa, pronto una realidad en nuestra región, — si nos atenemos a la evolución de los últimos años en lo que respecta a la implantación de tecnologías en nuestros países — harán posible la recepción indiscriminada de decenas de canales de televisión que entrarán sin restricciones de ningún tipo. Las consecuencias en el orden económico-político, y en la profundización de la transculturación son desde ya previsibles.



c) El concepto de democracia en juego

¿Cómo se redefine la democracia en este nuevo ámbito de la llamada "sociedad de información"? Schiller señala:

La denominada "sociedad de información" es, en realidad, la producción, proceso y transmisión de una cantidad muy elevada de datos relativos a todo tipo de cuestiones — individuales y nacionales, sociales y comerciales, económicas y militares —. La mayor parte de los datos se elaboran con el fin de satisfacer las necesidades específicas de las grandes empresas, las burocracias oficiales nacionales y los estamentos militares del estado industrial avanzado. Han aparecido una nueva tecnología, nuevas industrias, nuevos productos y nuevos servicios que derivan beneficios de estos datos y que ayudan, también, en su producción y circulación. Ya se han establecido esquemas institucionales que facilitan estas múltiples actividades. Un examen de las estructuras, procesos y relaciones de las comunicaciones que se desarrollan en la actualidad pueden ayudar a poner de relieve las fuerzas mayores que hoy actúan en la sociedad capitalista avanzada³.

Esta cita de Schiller obliga a revisar la problemática del concepto de democracia en juego, en el marco de los cambios que tienen lugar en las sociedades capitalistas centrales, en donde se re-dimensionan en estos momentos el capital y la división del trabajo y la forma como afectan a las sociedades de la periferia capitalista.

Otro punto de vista interesante es el que expresan Mattelart y Schmucler en su libro **América Latina en la encrucijada telemática**, en donde sostienen que la información como instrumento en esta nueva fase de expansión del capital financiero transnacional sirve para el reordenamiento de los aparatos políticos, económicos y socioculturales de la sociedad. La creciente **desnacionalización** es legitimada por la estrategia internacional de las grandes corporaciones. No en balde el discurso, de la **desregularización**, la **descentralización** y la **desnacionalización** está presente en las ofertas que hacen las nuevas tecnologías. A pesar de que se vende la idea de que ellas posibilitan la descentralización de las decisiones, la descentralización de la administración estatal, la descentralización de las comunicaciones, el proceso inverso es el que prevalece: la **centralización económica e institucional**. Están a la vista, el mayor grado de concentración económica que se ha visto en el sistema capitalista y el afinamiento de los sistemas de control social, gracias a la informática y a las tecnologías de entretenimiento como son el video, en su uso comercial, las antenas parabólicas y otras tantas. Entonces, cómo incidirán en la modificación de la vida política las nuevas tecnologías de información/comunicación?

Esta es una de las preguntas que la investigación debe responder.

Cuarto problema:

Autoritarismo económico-político e información

Si los "viejos" medios, la prensa, el cine, la radio y la televisión, especialmente estos dos últimos, sirvieron para cohesionar el tejido social, para lograr una identificación nacional, al lado de las instituciones tradicionales de la sociedad es posible pensar que las nuevas tecnologías de la información reforzarán **las bases** de los viejos aparatos en tanto soportes para la cohesión social.

Serán los nuevos aparatos de socialización que sustituirán o reforzarán a los viejos. Las redes de información tienden a constituir las bases del nuevo tejido social, refuerzan la hegemonía de los instrumentos de producción y circulación de mensajes en una sociedad. Se convierten en los **nuevos mediadores** de las élites políticas y económicas y la sociedad civil.

El alto grado de concentración e integración que muestran los medios habla en favor de un autoritarismo cada vez más acentuado de la información circulante. Autoritarismo que se expresa en las decisiones a

nivel internacional y nacional, y en la sujeción a centros de control financiero y productivo. No son muchas las experiencias que escapan a esta situación, y la mayoría de ellas — ubicables en el trabajo que diferentes grupos realizan para enfrentar la información dominante, de contenidos alienantes y unidireccional en su circulación —, conciben estas experiencias en términos de comunicación en su sentido de diálogo, de comunión, de interacción entre los hombres y para los hombres. Noción, por cierto, que hay que preservar.

Es difícil escapar a esta situación si no se adoptan decisiones realmente democráticas en términos de políticas coherentes de comunicación e información, que permitan — previa a la decisión de adopción de nuevas tecnologías — una discusión muy amplia que pasa por recapacitar en torno al uso que deberá ser más social que individual, y las funciones de esas tecnologías en la sociedad.

Si nos atenemos a la implantación de las últimas novedades en este terreno en América Latina (las antenas parabólicas, el video, los computadores), y la forma como han sido incorporadas, no estamos lejos de aseverar el tipo de usos y las funciones que predominarán. Y esto pone sobre el tapete la discusión sobre el sistema democrático y el comportamiento de lo económico y lo político en él. Nuestro propósito es, pues, el de poner en relieve estos planteamientos en una reflexión que retome la necesidad de formular políticas democráticas nacionales en el cada vez más amplio sector de la información y de la comunicación, integradas, a su vez, a los demás sectores de desarrollo social. Políticas que tiendan a la preservación de los genuinos valores culturales de los pueblos.

REFERÊNCIAS

- (1) Paola Manacorda. *El Ordenador del Capital*, p. 45.
- (2) Jean-Jacques Servan Schreiber. *El Desafío Mundial*, Editorial Planeta, 1980, p. 226.
- (3) Herbert Schiller. *El poder informático*. Editorial Gustavo Gill, Barcelona, 1983, pp. 46-47.w2

NOTÍCIAS

CONGRESSO INTERCOM 88 DISCUTIU A COMUNICAÇÃO RURAL EM VIÇOSA

Com a presença de aproximadamente 250 participantes, a Universidade Federal de Viçosa, em Viçosa, Minas Gerais, sediou o XI Congresso INTERCOM, realizado no período de 2 a 7 de setembro de 1988. Com o objetivo de avaliar o desenvolvimento da comunicação rural no país, buscando meios para a autêntica comunicação com o homem do campo e discutindo questões emergentes da comunicação de forma integrada e interdisciplinar, o evento contou ainda com o apoio do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior), CIID (Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo), Construtora Andrade Gutierrez, EMBRATER (Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural), EMATER-MG (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais), FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), Assessoria de Comunicação Social do Estado de Minas Gerais, DJE (Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA/USP) e Nestlé (Setor de Eventos Externos — São Paulo).

Atividades do Congresso

O XI Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, evento principal do Congresso, foi aberto com a conferência de Juan Díaz Bordenave, com o tema "Comunicação Rural: Discurso e Prática", no dia 02 de setembro de 1988. Nos demais painéis, os subtemas desenvolvidos foram: "Modelos de Desenvolvimento e Políticas de Comunicação", "Pesquisa de Comunicação Rural: situação atual e tendências", "Ensino de Comunicação Rural: Formação ou Capacitação", e "Alternativas de Comunicação Rural e Participação Popular".

NOTÍCIAS

Os eventos paralelos cobriram as diferentes áreas de interesse dos participantes: III Simpósio Brasileiro de Divulgação Científica e Tecnológica, II Encontro Brasileiro de Editoração Eletrônica, II Simpósio Brasileiro de Metodologia da Pesquisa em Comunicação Social, Simpósio Interdisciplinar de Comunicação e Administração Rural, I Encontro Brasileiro de Radiodifusão e a mesa redonda: "Comunicação e Propaganda Rural — Instrumento Ideológico e Objetivo Comercial".

Um balanço das sessões de comunicações sobre pesquisa na área de Comunicação Social mostra que foram apresentados 19 trabalhos, envolvendo, no período de 3 a 6 de setembro de 1988, 21 expositores das mais diferentes áreas. O dia 5 de setembro foi reservado para a palestra: "O CNPq e o fomento à Pesquisa em Comunicação", pelo prof. Sérgio Caparelli (CNPq e UFRS).

No Congresso INTERCOM 88 foram oferecidos cursos de extensão e difusão cultural abordando a Comunicação Rural, a Comunicação Popular e Alternativa, as Novas Tecnologias de Comunicação, a Metodologia da Pesquisa em Comunicação, a Comunicação Empresarial e o Desenvolvimento de Comunidade.

No Congresso, foi lançado o primeiro volume da Coleção Estudos Contemporâneos em Comunicação, com o título: **Estudos de Comunicação Rural**, que é resultado do I Seminário Brasileiro de Comunicação Rural, um dos eventos paralelos do X Congresso INTERCOM realizado na PUC de Campinas, em Campinas (SP), em setembro de 1987. Edição conjunta da INTERCOM e da Loyola, **Estudos de Comunicação Rural** reúne dez textos teóricos e empíricos e de experiências institucionais que oferecem ao leitor uma visão atualizada dos processos comunicativos em uma sociedade rural em transformação, como a brasileira.

Próximo Congresso será em Florianópolis

Por decisão da Assembléia dos Sócios da INTERCOM, realizada no dia 5 de setembro de 1988, na Universidade Federal de Viçosa (UFV — Minas Gerais), o XII CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO acontecerá em Florianópolis, no período de 6 a 10 de setembro de 1989, nas dependências da Universidade Federal de Santa Catarina.

O tema central do XII Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, evento principal do Congresso INTERCOM 89, é: "Indústrias Culturais: os Desafios da Integração Latino-Americana". A oportunidade do tema está no crescimento, nos últimos anos, da produção cultural (TV, cinema, música etc.) em vários países do continente — Brasil, México, Venezuela, Argentina, Cuba etc. — cuja indústria se lança à conquista de mercados internacionais. Exemplo típico é a circulação mundial da telenovelas mexicanas e brasileiras. No entanto, a conquista do mercado latino-americano para os produtos gerados na própria região continua a exigir grandes desafios políticos, econômicos e culturais. Nesta conjuntura, propícia à aglutinação das iniciativas econômicas regionais — em face dos recentes avanços de cooperação dos países do Cone Sul — torna-se indispensável que os pesquisadores da área contribuam com seus estudos e reflexões para superar as barreiras existentes. É importante que os pesquisadores e trabalhadores da comunicação da América Latina considerem, nesse sentido, os esforços recentes que vêm sendo feitos na Europa, como tentativa concreta para enfrentar a revanche da cultura transnacional que penetra com intensidade no Velho Continente.

NOTÍCIAS

Como subtemas do XII Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação foram sugeridos os seguintes:

1. Mercado Comum Latino-Americano: exportação e consumo dos produtos culturais.
2. Cinema, televisão e vídeo: experiências de cooperação intra-regional.
3. Agências de notícias e propaganda: êxitos e fracassos das iniciativas de articulação inter-regional.
4. Informática e Novas Tecnologias: a competição entre as transnacionais e as emergentes indústrias latino-americanas.

SÃO PAULO SEDIA A RECONSTRUÇÃO DA ALAIC

São Paulo foi a cidade escolhida para sediar a reconstrução da ALAIC (Asociacion Latino-Americana de Investigadores de la Comunicacion), desativada há vários anos. A escolha da Capital Paulista para servir de local de reinício das atividades da ALAIC foi decidida durante o 16º Congresso Internacional de Pesquisadores da Comunicação, ocorrido em julho deste ano, na Espanha. O professor José Marques de Melo, da Universidade de São Paulo (USP), um dos mais importantes pesquisadores da Comunicação no Brasil, foi eleito presidente do comitê responsável pela reconstrução da ALAIC.

Diversos estudiosos e pesquisadores da Comunicação e Cultura de Massa, representantes do México, Colômbia, Peru, Venezuela, Uruguai e Chile se comprometeram em colaborar com os trabalhos de reconstrução da ALAIC.

O professor José Marques de Melo já definiu uma das tarefas prioritárias do comitê reorganizador da ALAIC, cujo projeto inicial é a preparação da representação latino-americana no Congresso da International Association for Mass Communication Research (IAMCR), que vai acontecer em agosto de 1990, em Bled, Iugoslávia.

A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) contribuirá para ajudar a mobilizar a comunidade científica latino-americana para seu primeiro Congresso de Pesquisadores da Comunicação, previsto para acontecer dentro de alguns meses em São Paulo. O professor José Marques de Melo também contará com a ajuda de instituições européias e internacionais para revitalizar a ALAIC a partir de São Paulo.

UCBC PROMOVEU O 16º CONGRESSO EM LONDRINA

“Comunicação: Memória e Resistência” foi o tema da conferência proferida por Dom Helder Câmara, símbolo da resistência ao regime militar nas décadas

NOTÍCIAS

de 60 e 70, abrindo o XVI Congresso Brasileiro de Comunicação Social, promovido pela UCBC — União Cristã Brasileira de Comunicação Social e pela UEL — Universidade Estadual de Londrina, em Londrina, Paraná, de 28 a 31 de outubro de 1988.

Completando 20 anos de existência em 1990, a UCBC é uma entidade destinada a congregar agentes de Pastoral das Igrejas Cristãs, profissionais, professores, pesquisadores, estudantes, escolas e entidades de Comunicação Social, com o objetivo de estimular a presença cristã mais efetiva na área de Comunicação, promovendo o estudo e o debate da comunicação social, criando uma nova sociedade de relações justas e fraternas.

Na 16ª versão do Congresso que promove anualmente, a UCBC reuniu aproximadamente 400 participantes de vários Estados brasileiros e países latinoamericanos no campus da Universidade Estadual de Londrina para resgatar a memória histórica da comunicação, principalmente através do trabalho de grupos de resistência. Com esse propósito foram realizadas mesas redondas, painéis, encontros e espetáculos culturais. Entre as atividades paralelas, o tema "Comunicação, Arte-Educação e Cultura Popular" foi abordado no seminário realizado no período de 29 a 31 de outubro de 1988, coordenado pela arte-educadora Armia Escobar Duarte, da Fundação CECOSNE — Centro de Comunicação Social do Nordeste (Pernambuco), que vem participando de encontros dessa natureza no Japão, Espanha, Suécia e Itália.

Do Instituto de Artes e Comunicações estiveram presentes no XVI Congresso da UCBC os professores Zelinda Fávero Gervásio e J.B. Pinho, que apresentou trabalho intitulado "Propaganda e Opinião Pública: Formação, Conformação e Resistência", no painel sobre "Opinião Pública e Resistência", ocorrido no dia 31 de outubro de 1988.

UNICAMP PROMOVE SEMINÁRIO SOBRE OS "NOVOS RUMOS DO JORNALISMO"

"Novos Rumos do Jornalismo" foi o tema do seminário promovido pela Unicamp (Universidade Estadual de Campinas) e a Seccional Campinas do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo nos dias 19, 20, 26 e 27 de setembro, ocasião em que os aspectos técnicos e tecnológicos, éticos e profissionais da categoria serviram para estimular debates com uma platéia formada basicamente por estudantes da área, profissionais e professores de Jornalismo.

O saldo: positivo. A variedade de experiências relatadas por profissionais como Carlos Nascimento, José Hamilton Ribeiro, Augusto Nunes, Miguel Jorge, Ricardo Setti, Geraldo Mayrink foram ilustradas em meio a discussões recheadas de auto-críticas.

No primeiro seminário, o papel do "anchorman" nos noticiários de TV mereceu destaque. Essa figura importada do jornalismo norte-americano é considerada alavanca para o moderno noticiário neste meio massivo de comunicação, dada a maior credibilidade com que o jornalista consegue passar as informações. No entanto, ficou ainda no ar a série dúvida sobre a interferência dos interesses políticos e econô-

NOTÍCIAS

mico-empresariais das grandes redes nos noticiários. Mesmo as questões dirigidas a essa interferência mereceram respostas otimistas dos debatedores que apostam na necessidade do veículo investir na credibilidade como alavanca para obtenção de audiência. Isto é, a informação jornalística somente poderá ser consumida de forma eficiente desde que tratada com honestidade. O produto notícia revestido de cuidado estético caracterizado na linguagem da TV só poderá ser bem recebido se a sua credibilidade prevalecer.

No segundo seminário, o papel das Assessorias de Imprensa transformou-se em alvo de uma discussão ainda inconclusiva: o assessor de Imprensa serve à empresa ou instituição na qual trabalha ou à comunidade à qual dirige o noticiário? Esforços para a Assessoria de Imprensa deixar de ser um simples "defensor" das empresas e instituições são feitos a medidas em que são profissionalizadas. Contudo, o aprimoramento operacional das assessorias depende da influência dos profissionais de Comunicação mais a contribuição tecnológica, segundo os debatedores.

Neste capítulo do seminário, foi levantada a discussão sobre o preparo dos estudantes de Jornalismo, alvos de críticas dos debatedores. Miguel Jorge, da Autolatina, comentou a dificuldade em encontrar no mercado de trabalho estudantes ou recém-formados em Jornalismo aptos a assumirem tarefas na área da Assessoria de Comunicação. A carência intelectual e informativa dos estudantes é o principal obstáculo.

Revistas e Jornais

No terceiro dia dos debates, as revistas constituíram-se no tema das discussões. Paulo Markun, editor da revista "Imprensa" e José Hamilton Ribeiro, da "Globo Rural" destacaram a tendência da segmentação do mercado desse tipo de publicação. Também participou dessa etapa o jornalista Nirlando Beirão, da "Isto É/Senhor".

Outro destaque ficou para a linguagem utilizada pelas revistas, de caráter periódico semanal, cujo alvo no mercado é o público que prefere informações mais sintetizadas.

Tanto "Globo Rural" como "Imprensa", segundo os debatedores, demonstram a tendência da segmentação do mercado, uma vez que possuem uma aceitação significativa.

No capítulo seguinte do seminário, a modernização dos grandes jornais foi realçada quanto à exigência de maior rigor nos textos jornalísticos. Mais uma vez foram apontadas a falta de preparo dos jornalistas recém-formados e as deficiências das faculdades de Comunicação.

Em todos os debates, a postura ética e a censura jornalística foram temas comuns. A falta de autonomia dos editores e dos jornalistas, no geral, condicionada pela presença dos interesses econômico-empresariais dos proprietários, ainda é um obstáculo considerado pela categoria. Mesmo assim, alguns debatedores como Augusto Nunes, de "O Estado", Ricardo Setti, de "Jornal do Brasil", e Marcos Wilson, da TVS, argumentaram que não enfrentam esse tipo de censura. E disseram que o motivo desse comportamento das empresas é seu interesse em cada vez mais se profissionalizar. Para tanto, a notícia deve ser vendida dentro dos ditames éticos para ter credibilidade. Caso contrário, o público deixa de consumir a informação mentirosa.

CORRESPONDÊNCIA COM O LEITOR

Espaço alternativo

Gostaria de elogiar o papel desempenhado por esta revista (...) e trazer uma sugestão: que a **Comunicarte** conceda espaço a trabalhos de alunos da área de Comunicação.

Valter do Amaral Azevedo, Santos (SP).

Equipe multidisciplinar

Notei que esta revista se preocupa em constituir uma equipe multidisciplinar com pesquisadores nos mais variados campos da Comunicação e da Arte.

Maria Julia de Oliveira, Estado do Espírito Santo (Vitória).

Obra completa

Sou colecionador da **Comunicarte** desde o número um, e devo dizer que nunca

tive em mãos obra tão completa e aprimorada sobre comunicação e arte.

Clécio Antunes, Fortaleza.

Maior divulgação

Quero parabenizar a revista pelo excelente trabalho editorial que vem realizando. Deve haver maior divulgação, a fim de proporcionar o aparecimento de novos pesquisadores na área de Comunicação.

Aristides Prado, Jundiáí (SP)

Belo Trabalho

Seria bom que todos os estudantes da área da Comunicação tivessem acesso a esta revista. Continuem com o belo trabalho (...).

Adelino Brandão, Jundiáí (SP)

Institutions interested in exchange of publications are requested to address to * **Las instituciones interesadas en el cambio de publicaciones son invitadas a dirigirse a** * Les institutions que désirent établir un échange de de publications sont priées de s'adresser a * **Le Istituzioni che vogliono ricevere questa pubblicazione in forma di cambio fare la richiesta.**

COMUNICARTE

Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Campus I — Rodovia "D. Pedro I, km 112
Caixa Postal 317 — Telefone (PABX) 52-0899 — CEP 13100
CAMPINAS (Brasil)

O desenvolvimento da opinião pública, **Cleuza Gimenes Cesca**

Considerações gerais em torno do Art-Déco, **Duílio Battistoni Filho**

Cultura popular: vértice del compromisso para la extensión rural, **Gustavo Cimadevilla**

Transmissão de conhecimento em classe: a aula expositiva e o seminário, **J. B. de Almeida Júnior**

Notas sobre a história da imprensa no Brasil, **João Ribeiro Jr.**

Entrevistador-entrevistado: relações assimétricas no discurso, **Jonas de Araújo Romualdo**

Turismo: um aprendizado acadêmico?, **Luiz Gonzaga Godoy Trigo**

O jornalismo e o espaço público, **Marcel Cheida**

Biodança — um sistema terapêutico, **Maria Stella Orsini Lazer**
cultural nos centros culturais, **Marília Gomes dos Reis Ansarah**

Assessorias de imprensa: novo mercado de trabalho, **Mário L. Erbolato**

Beaux Arts, Paris, Mai 68

BIBLIOTECA DE COMUNICAÇÃO, PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO, OPINIÃO E DEBATE, PENSAMENTO IBERO-AMERICANO II, NOTÍCIAS, CORRESPONDÊNCIA COM O LEITOR

COMUNICARTE

Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Campus I — Rodovia "D. Pedro I", km 112
Caixa Postal 317 — Telefone (PABX) 52-0899 — CEP 13100
CAMPINAS (Brasil)