

Telenovela e publicidade

RITA OLIVIERI

(Universidade Estadual de Feira de Santana (BA) e CNPq)

SOUZA, Lícia Soares de. *Représentation et idéologie: les téléromans au service de la publicité*. Montréal: Les Editions Balzac, 1994. 275 p. (Col. L'Univers du discours).

Lícia Soares de Souza, especialista em semiótica da comunicação, professora da Universidade do Estado da Bahia, publicou no Canadá, em abril de 1994, o livro *Représentation et idéologie: les téléromans au service de la publicité*. Trata-se de uma obra indispensável à reflexão teórica sobre as modalidades de funcionamento dos meios de comunicação de massa, centrada, especificamente, na análise dos processos de produção e de recepção das telenovelas brasileiras, com vistas a desnudar seus compromissos ideológicos. O livro, publicado pelas Editions Balzac, foi originalmente tese de doutorado em Semiótica, defendida na Universidade do Québec em Montréal, em 1989.

A pesquisa privilegia as re-

lações entre o discurso da telenovela e o discurso publicitário. Nesse sentido, a autora evidencia a função do mediador, segundo a teoria sobre os *mass media* de P. Schaeffer, caracterizado como um terceiro elemento que se interpõe e preside o diálogo entre autor e público. Ligado aos poderes de produção e de difusão, o objetivo do mediador é o de favorecer a elaboração de um produto que garanta um rendimento financeiro à emissora. Por conseguinte, neste gênero, o autor deve se dobrar às restrições impostas pela produção.

A competente análise crítica revela o que se esconde por trás do inofensivo objetivo de diversão, incorporado por esta forma específica de produção televisiva. As telenovelas funcionam como instrumento a serviço dos valores do sistema econômico vigente e visam vender todo tipo de produto (objetos ou idéias) que reforce as formas ideológicas dominantes. Na perspectiva analítica da autora, o discurso fictício da telenovela serve de suporte para a manipulação das mensagens, tendo por

finalidade a imposição ideológica, o condicionamento do público telespectador.

O livro *Représentation et idéologie* está estruturado em duas partes. Na primeira - *Funcionamento da rede de televisão brasileira* - Lícia S. de Souza faz um breve histórico da telenovela brasileira, analisando as condições sócio-políticas que determinaram a aparição deste gênero e suas transformações ao longo do tempo, além de estudar o funcionamento de sua estrutura de produção e de recepção. Nesta primeira parte, podemos observar a relação direta que existe entre as modalidades de representação extra-fictícia no interior da telenovela e as condições sócio-econômicas de produção. A telenovela revela-se um fator de "manipulação da sociedade brasileira como um todo, sem distinção de classes sociais, categorias de idade ou origem regional" (Souza 1994: 31).

Nesta etapa do trabalho, a autora descreve o período embrionário do gênero, sua evolução, a estratégia de «nacionalizar» a ficção, a inserção progressiva da propaganda, sublinhando o papel determinante da Rede Globo neste processo. Com efeito, o surgimento da Globo em 1965, inaugura o período de expansão das telenovelas que será favorecido pela implantação da EMBRATEL em 1967, difundindo

para todo o Brasil, as imagens produzidas no eixo Rio-São Paulo. A estratégia de criação de temas nacionais, em detrimento dos melodramas importados da Argentina e de Cuba, insere-se neste processo de consolidação de uma rede nacional de comunicação:

A telenovela torna-se assim um elemento de mudança cultural desde quando ela leva aos outros Estados, capitais e interior, os hábitos, as aspirações, a linguagem e os modos de vida de dois grandes centros urbanos; os canais de televisão regionais funcionam como simples reprodutores. (Souza...:37)

O novo contexto determina modificações importantes no gênero. Instaura-se uma perspectiva mais «realista» em nível temático e de construção do personagem. As telenovelas aproximam-se do meio físico e social brasileiro, colocando em cena todas as classes sociais, dando ênfase, inclusive, às aspirações das classes menos favorecidas. Marco desta mudança, a telenovela *Beto Rockfeller*, produzida pela TV Tupi em 1968, investe na temática da ascensão social a qualquer preço. Este tema tornar-se-á a matriz de quase todas as telenovelas. Um dos pontos relevantes do livro está em demonstrar as implicações outras que esta matriz temática apresenta, a exemplo de servir de elemento de

interligação entre a estrutura narrativa e o discurso publicitário. Referindo-se ao *topos* da ascensão social a autora escreve:

Por um lado, ele o topos possui uma função narrativa estrutural: a determinação de um modelo de sucesso social gerando um conjunto de acontecimentos espaço-temporalmente delimitados que circunscrevem a ação dramática romanesca; por outro lado, ele possui uma função publicitária evidente: ele permite a ficcionalização dos produtos pela representação de uma série de regras que devem ser atualizadas na sociedade. (Souza...:76)

A Rede Globo se apropria da estratégia de criação de uma temática nacional e do *topos* da ascensão social que ela vai procurar desenvolver juntamente com o sistema de comercialização de produtos, serviços etc., dentro dos seus programas e telenovelas. A fase comercial se impõe cada vez mais e os escritores têm seu trabalho «orientado» pelos setores de comercialização e de pesquisa publicitária. Aos poucos, a propaganda deixa de ocupar, exclusivamente, os intervalos entre os programas e passa a ter um espaço no interior das telenovelas.

Com *Dancin' Days*, observa Lícia S. de Souza, inaugura-se, em 1978, o período de inserção do

merchandising na telenovela brasileira. Neste ano, uma agência publicitária é criada para identificar nos textos de ficção, as situações propícias à introdução das propagandas. Desde então, constata a autora, as formas de imbricação entre as mensagens comerciais e as das telenovelas não cessaram de evoluir: da exibição rápida de um produto passa-se ao desenvolvimento de todo um programa publicitário no interior da ficção; da simples imagem evolui-se para o discurso sobre os objetos dando margem às mais diversas estratégias argumentativas. Os bens de consumo transformam-se em símbolos de sucesso social. Dessa forma, a telenovela impõe uma moda e interfere no comportamento do público.

A segunda parte do livro - *Personagem e mediação* - estuda o papel preponderante do personagem enquanto elemento de ligação entre a narrativa de ficção e o discurso publicitário. As relações entre o fictício e o publicitário se traduzem num projeto orientado, «diegeticamente referido e dinamizado pela temática social» (Souza...:53). O personagem incorpora as normas das instâncias extra-fictícias que estabelecem um modelo de estilo de vida e idealizam um bem-estar. São personagens signos que exercem uma função central na estruturação da telenovela. Funda-

mentada na teoria narrativa de J.M. Piemme, relativa à transformação de um personagem em um signo representativo de uma pessoa real no *téléfeuilleton* francês, na teoria semiótica de Charles Sanders Peirce, que observa as transformações de um signo por outro no processo de *interpretância*, na teoria da enunciação social de M. Bachtine e na teoria do *ideograma* de Van Schandel, Lícia S. de Souza elabora uma caracterização minuciosa do *status* narrativo-argumental do personagem na telenovela brasileira, articulando com habilidade, diversas categorias teóricas da semiolinguística e da semiótica narrativa.

O estudo das telenovelas brasileiras leva à construção de um modelo de análise do entrecruzamento de dois gêneros de mensagens que se apóiam em significantes comuns. De acordo com o testemunho da autora «estabelecer critérios para avaliar a fusão telenovela-publicidade não foi tarefa fácil» (Souza...:249). Certamente que não, especialmente quando a obra possui o rigor científico de

Représentation et idéologie. O profundo conhecimento da fundamentação teórica da semiótica da comunicação e da semiótica textual permitiu que Lícia S. de Souza manejasse, com extrema agudeza e coerência, as categorias que a ajudariam a elaborar uma descrição das relações entre discurso publicitário e a ficção narrativa, tal qual elas aparecem nesse gênero sincrético que é a telenovela.

Trabalho de fôlego teórico inusitado, o livro é também uma brilhante contribuição ao estudo da sociedade brasileira contemporânea. No aguardo de uma editora que venha em breve resgatar a dívida de publicar, em português, a obra de Lícia S. de Souza, indicamos abaixo, para os leitores de língua francesa, os endereços dos distribuidores do livro no Canadá e na França:

Canadá: CEDELIV, 1751, rue Richardson, suite 7519; Montreal (Québec) H3K 1G6 - FAX (514) 939 2661.

França: CDU-SEDES - 88, Bd. Saint-germain - 75005 - Paris - FAX: (1) 46 33 57 15.

NP satisfaz necessidades instintivas do leitor

JACKSON DA SILVA BARBOSA
(Instituto Metodista de Ensino Superior)

ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue*. São Paulo: Summus, 1995.

O livro de Danilo Angrimani (*Espreme que sai sangue - Um estudo do sensacionalismo na imprensa*), publicado pela Summus Editorial, foi feito com o propósito de “entender a circunstância em que o sensacionalismo ocorre, as necessidades inconscientes que são atendidas por esse gênero de jornalismo e investigar os mecanismos que interagem no processo de atração e compra do sensacionalismo”.

Danilo começa pela definição do termo sensacionalismo, alertando que é cheio de imprecisões, mas que pode ser entendido como uma palavra-chave que remete o leitor a situações em que um meio de comunicação tenha deslizado informativamente, exagerado na parte de coleta de dados, publicado fotografias ousadas ou trilhado por uma linha editorial inquisitiva. Ele também ressalta que o início do jornalismo impresso sensacionalista é incerto, de difícil precisão e que *ofait divers*

é seu componente indissociável.

O autor é enfático ao afirmar que o forte da imprensa sensacionalista é uma linguagem editorial firmada no clichê, que não aceita distanciamento nem neutralidade. “É preciso chocar o público. Fazer com que as pessoas se entreguem às emoções e vivam com os personagens”, escreve Danilo, acrescentando que “o sensacionalismo não admite moderação”.

Para melhor analisar o tratamento dado a temas como homossexualismo, morte, tabus, transgressões, violência, perversões, fetiche, sadomasoquismo e voyeurismo, por exemplo, o autor lança mão de vários estudos incluindo os que foram realizados por Freud, Edgar Morin e Lévi-Strauss. A verdade é que a imprensa sensacionalista - e especificamente o jornal *Notícias Populares*, analisado na terceira parte do livro - espetaculariza a morte, degenera homossexuais, reforça tabus e dá status a criminosos, não se prestando a informar e muito menos a formar. “Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do

público, por meio de formas sádica, caluniadora e ridicularizadora das pessoas”, complementa o autor, usando afirmações de Ciro Marcondes Filho.

Ao longo da obra, em dois momentos Danilo se detém na questão homossexualismo X imprensa sensacionalista. Segundo suas avaliações, “o tratamento que o jornal sensacionalista dá ao homossexual é preconceituoso, marginalizante, ofensivo e retrógrado. O homossexual aparece como um perverso degenerado, cuja conduta fere a normalidade e coloca em risco as instituições”.

Se a matéria for ligada a mulheres homossexuais, o tratamento é ainda pior, pois jornais como *Notícias Populares* costumam classificá-las como seres negativos, grosseiros, indesejados e ilegítimos. Para o autor, “a moral sexual do jornal sensacionalista é pré-século XX e não acompanhou a evolução que ocorreu no social, que já aceita, compreende e não reprime o homossexual”. Por conta desta moral ultrapassada, o tratamento que *Notícias Populares* dá a um homossexual assassinado é o da inversão, ou seja, “ainda que tenha sido assaltado, roubado, estuprado, assassinado, repousa sobre ele - indiretamente - o ônus da culpa, porque ele é homossexual, porque ele tem um comportamento “desviante”, “anormal”,

“transgressor”, “degenerado”.

De acordo com a análise feita por Danilo, quando fala de homossexualismo *Notícias Populares* marca posição e reforça preconceitos, exclusões e marginalidade. O homossexual é sempre culpado, mesmo que ele tenha sido vítima de um crime monstruoso. No ímpeto de condenar um homossexual assassinado, o *NP* “desvirtua o contexto em que o crime foi cometido e estabelece uma nova realidade, moralista e preconceituosa”.

Mas este tratamento macabro tem uma explicação aparente, segundo o autor de *Espreme que sai sangue*: “a justificativa possível para essa tendência de excluir, marginalizar e condenar o homossexual, seria de que, como veículo dirigido a classes subalternas, *Notícias Populares* não faria mais do que reproduzir os traços moralistas e homofóbicos de seu público destinatário”.

É relevante destacar que o sensacionalismo, enquanto fenômeno, está ligado de maneira íntima ao homicídio, à morte e a outros atos de violência. O sangue é o elemento que mais representa este gênero jornalístico, detentor de uma linguagem específica que remete diretamente ao inconsciente dos leitores.

Ressalte-se ainda que nem sempre há jornalismo num veículo sensacionalista, onde, aliás, a cascata

(reportagem inventada, fictícia) ocorre com muita frequência. Mesmo assim, *Notícias Populares* é vendido de maneira sensacional. "O leitor

é logrado, porque compra jornalismo, mas recebe em troca literatura popular, maquiada e vendida para se passar por jornalismo".

O ideal de um mundo sem fronteiras

SIMONE ANTONIACI TUZZO

(Instituto Metodista de Ensino Superior)

ORTIZ, Renato.
Mundialização e Cultura.
São Paulo: Brasiliense,
1994. 234 p.

"Na virada do século percebemos que os homens encontram-se interligados, independentemente de suas vontades. Somos todos cidadãos mundiais, mesmo quando não nos deslocamos, o que significa dizer que o mundo chegou até nós, penetrou nosso cotidiano." Este trecho é parte da introdução do livro *Mundialização e Cultura*. O autor se declara um observador do mundo, escrevendo um livro que trata da temática cultural no contexto da sociedade global, trata de uma cultura de consumo. O autor se situa como o leitor, perpassado por uma vivência mundializada. Marlboro, Euro Disney, fast-food, Hollywood, chocolates, aviões, computadores, são os traços evidentes de uma presença

envolvente que invade nossas vidas, nos constrange, ou nos liberta, fazendo parte da mobília de nosso dia-a-dia.

Na visão do autor, contudo, por mais que o mundo se torne único, é difícil aceitar o mundo como uma "aldeia global". Entre os homens que se comunicam nessa aldeia, existem fatores externos que os afastam de ideais comuns. A globalização ainda é um processo em construção.

O próprio conceito de sociedade global tem um passado revelador. Cunhado por Gurvitch em 1950, tem a ambição de compreender os fenômenos sociais totais que englobam e ultrapassam os grupos, as classes sociais, e até mesmo os Estados, contudo não abarca o planeta como um todo. Da mesma forma Braudel em seu livro *O Mundo Atual: História e Civilizações*, nos apresenta a Terra como um conjunto de civilizações geograficamente dis-

persas, onde cada espaço é marcado por valores particulares, o mundo seria um mosaico, composto por elementos interligados, mas independentes uns dos outros.

Wilbert Moore, em seu texto de literatura sociológica *Sociologia global: o mundo como um sistema singular*, publicado em 1966 reivindica uma abordagem da sociologia abrangendo o globo terrestre. A extensão territorial, reduzida antes às sociedades nacionais, pode assim se prolongar no interior de um espaço mais amplo. O mundo torna-se um "supersistema", englobando outros "sistemas" menores, em tamanho e complexidade.

A rigor, os estudos sobre o mundo como sistema se iniciam apenas em meados dos anos 70. Neste movimento de reformulação das idéias Immanuel Vallerstein terá um papel de destaque. Seu livro *O moderno sistema mundial*, lança as bases de uma história sistêmica do capitalismo. Sua crítica ao Estado-Nação como unidade de análise abre a perspectiva de se pensar o movimento concreto de estruturação do mundo. "World-System" torna-se assim uma categoria analítica para se dar conta da totalidade envolvente.

Se por um lado o paradigma do "World-System" faz avançar o pensamento, por outro, ele não deixa de trazer problemas que, ignorados, podem nos levar a impasses.

Não podemos estudar as manifestações políticas e culturais sem considerar a evolução do capitalismo. Alguns autores trazem o capitalismo como mola propulsora das transformações modernas.

No âmbito comunicacional temos como exemplo a visão de McLuhan, que ao conceber a sociedade como um sistema, pode estender o conceito para a territorialidade mundial, a sociedade moderna é uma sociedade mundial no duplo sentido. Ela vincula um mundo a um sistema, e ela integra todos os horizontes mundiais como horizontes de um único sistema comunicativo.

A pergunta que podemos fazer é a seguinte: O mundo é realmente "sistêmico"? Será que realmente o "quarto" ou "terceiro" mundo se integram ao mercado mundial?

Vivemos hoje uma realidade na qual teria ocorrido uma estandarização dos produtos consumidos em escala mundial, homogeneizando de maneira irrevogável nossas necessidades. Isso se deve em boa medida ao industrialismo que penetra a própria esfera cultural. A fabricação industrial da cultura e a existência de um mercado mundial exigem uma padronização dos produtos.

Neste sentido, para citar um exemplo, o autor trata da cultura alimentar, desde suas formas mais tradicionais até o moderno fast-food,

desenvolvido nos anos 40 nos EUA, implicando em adaptações do menu para algo rápido, padronizado, de fácil atendimento. Aliás, no mundo moderno, o tempo é uma função da inter-relação de um conjunto de atividades, entre elas: morar, vestir, fazer compras, passear e trabalhar. Adaptar-se ou não a seu ritmo passa a ser uma questão fundamental. "Perder tempo" significa estar em descompasso com a ordem das coisas.

Assim, quando o McDonald's "migra" para outros países, não devemos compreendê-lo como um "traço cultural" que se impõe à revelia dos valores autóctones. Ele exprime a face interna da modernidade-mundo.

O autor observa que conceito de imperialismo cultural restringe a compreensão da mundialização. As cópias dos padrões americanos para o resto do mundo nada mais são que uma desterritorialização, cada local vai se "esvaziando" de seus conteúdos particulares para dar vez aos "locais anônimos", "serializados", capaz de acolher qualquer transeunte e fazê-lo sentir-se em casa, onde quer que esteja. Podemos ter, no entanto, uma outra leitura da mesma situação, se conside-

ramos não uma "esvazição" do mundo, mas ao contrário, com as transformações tecnológicas ele estaria "mais cheio". A velocidade das técnicas leva a uma unificação do espaço, fazendo com que lugares se globalizem.

Por fim, do ponto de vista de uma civilização mundial, as nações deixam de se constituir em espaços hegemônicos de coesão social. A mundialidade começa a superá-las. Por isso, a divisão entre "primeiro" e "terceiro" mundo torna-se inadequada. Essa dicotomia nada mais é que uma suposta centralização. Um país pertence ao "primeiro" conjunto quando preenche determinados critérios, e ao "terceiro" se existem insuficiências nesse preenchimento.

Porém, apesar do desenvolvimento espetacular das tecnologias, não devemos imaginar que vivemos em um mundo sem fronteiras, como se o espaço estivesse definitivamente superado pela velocidade do tempo. A modernidade rompe com a geografia tradicional, se a diferença entre "primeiro" e "terceiro" mundo é diluída, outras surgem no seu interior, agrupando ou excluindo pessoas. O mais importante de tudo é termos em mente o profundo significado do termo "adaptação".

“O Projeto Folha e a negação do Quarto Poder”

MARIA T. FERRAZ NEGRÃO DE MELLO
(Universidade de Brasília)

NOVELLI, Ana Lúcia C.R. *O Projeto Folha e a negação do Quarto Poder*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes-USP, 1995.

A década de implantação do Projeto Folha, balizada no período 1984-94, bem como seus antecedentes, que remontam ao final dos anos 70, é o percurso retomado por Ana Lúcia Novelli em sua dissertação de mestrado, *O Projeto Folha e a negação do Quarto Poder*.

A partir de um “corpus” constituído de documentos produzidos pelo Conselho Editorial, Direção da Redação, matérias veiculadas pela *Folha* no período e depoimentos de jornalistas contemporâneos à implantação, a autora encontra neste empírico o suporte necessário para a construção do seu objeto.

Consistentes, suas análises resultam, certamente, de dois atributos fundamentais: uma hipótese de

trabalho bem formulada e um pertinente referencial teórico que perpassa os quatro capítulos que compõem a dissertação.

Quanto ao primeiro atributo acima aludido, vale a pena transcrever um fragmento do texto original onde a autora encaminha a hipótese:

“... quando o jornal, no caso a Folha de S. Paulo, exclui a sociedade de seu objetivo final e centra seu interesse exclusivamente no leitor, ao invés de prestar um serviço público, ele utiliza seu caráter de ‘instrumento público’ para atender a interesses privados de informação...” (p. 13).

Na esteira desta afirmação a autora ingressa em reflexões sobre a ruptura do “contrato” firmado com a sociedade como um todo, quando um órgão da imprensa opta por esse tipo de jornalismo, como o fez a *Folha de S. Paulo*.

No segundo atributo aqui destacado, tal seja a escolha do

referencial teórico, a qualidade dos encaminhamentos evidenciam os bons resultados de um estudo prévio, um “diálogo com obras/autores”, iniciativa fundamental para eficácia das adoções escolhidas.

Aliás, renunciando aos tão comuns esquematismos que, abrigados no par “estrutura-superestrutura”, paradoxalmente o esgotam, da feita que o reduzem, Ana Lúcia encontra em Habermas e uma plêiade de autores a ele solidários, o fio condutor do seu trabalho que se centra na noção de Esfera Pública. É nesta linha que os pressupostos conceituais se articulam compondo o painel no qual se inscreve o objeto.

Estruturado em quatro capítulos, os dois primeiros articulam noções, categorias e conceitos que escapam ao tom de um glossário já que aparecem rephraseados, comentados e sempre que necessário, historicamente contextualizados.

Nos capítulos seguintes (cap. III e IV), o empírico é trabalhado no ritmo das rupturas e permanências que atravessam a implantação do Projeto Folha. Neste resgate, instrumentando-se com o equipamento teórico adotado, a autora busca os encaixes que dão sustentação à sua hipótese.

A conclusão, ao retomar aspectos principais das análises elaboradas, parece oportunizar o espaço para um posicionamento de Novelli

através de críticas mais verticalizadas.

Afinal, observa, “a *Folha* pretende assimilar somente o lado bom ou rentável de todas as propostas. Quer gozar o prestígio e a credibilidade de um órgão da grande imprensa mas quer atuar enquanto uma *news letter*, ou seja, um veículo de informação dirigido a um determinado público” (p. 187). Em suma, a autora percebe esta transferência de mandato para o leitor como obscurecedora do papel da imprensa enquanto Quarto Poder.

Neste aspecto, e pelo tom quase apologético adotado à conclusão, passou-nos a impressão de uma crença de algum modo exagerada no papel da imprensa hoje, enquanto Quarto Poder. Ficamos refletindo se, ao final das contas, descolado de um momento histórico no qual teve sentido pleno, não seria o sempre invocado Quarto Poder mais uma herança das luzes que resiste ao nosso imaginário, muito embora, na rede de poderes da sociedade atual, o sentido primeiro da impressão tenha passado por distorções e deslocamentos.

Constatando, sugerindo reflexões e questionamentos entusiasmados e, sobretudo, apoiado em excelente bibliografia, trata-se de um trabalho cujo interesse ultrapassa os limites da universidade e bem por isso antevemos sua breve publicação.

“As transformações do jornalismo empresarial da década de 80 aos nossos dias”

ELIZABETH SAAD CORRÊA
(Universidade de São Paulo)

LUDWIG, Mônica Martinez. *As transformações do jornalismo empresarial da década de 80 aos nossos dias*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes-USP, 1994. 149 p.

A chamada década perdida parece que não se perdeu tanto assim na área do jornalismo empresarial e isso pode ser plenamente avaliado na dissertação de Mônica Martinez Ludwig. A autora apresenta um instigante retrospectiva que relaciona a evolução do jornalismo empresarial brasileiro ao longo dos anos 80 e o salto qualitativo que esse período trouxe para a realidade atual.

A relação jornalismo empresarial-ambiente é analisada por Ludwig sob os aspectos da evolução da tecnologia eletrônica; do conteúdo, forma e linguagem dos veículos empresariais; da evolução do

posicionamento (e conseqüente crescimento de importância) da área de jornalismo empresarial nas empresas; e de como o jornal empresarial passa a assumir o papel de agente de mudanças culturais para o seu público-alvo. Todas as transformações da década de 80 influenciaram cada um dos aspectos citados e possibilitaram a configuração de um novo perfil de jornalismo empresarial para a década de 90 e para o novo século.

A dissertação de Ludwig contribui de maneira significativa para uma melhor compreensão de um jornalismo empresarial integrado ao ambiente em que atua. Do ponto de vista de ambiente interno, a autora apresenta uma pesquisa qualitativa que retrata a evolução de conteúdo, formas e linguagens dos jornais internos de empresas, e detalha os jornais *Clã Goodyear*, e *Via Imprensa*, da Mendes Júnior. Do ponto de vista de integração com o ambiente global (interno e externo) das

empresas temos uma avaliação dos Planos de Comunicação Social da Rhodia e da Vasp, onde o jornalismo empresarial assume um amplo papel catalisador de opiniões, posturas e imagem para as empresas.

Como inovação e então, avanço para o conhecimento, Ludwig faz uma abordagem conclusiva sobre o que seria o jornalismo empresarial holístico, ou seja, sinérgico, integrado, envolvendo indivíduos, que trabalham num ambiente empresarial, que por sua vez atua e tem função num macro ambiente externo, e que por sua vez influencia indivíduos, empresas, áreas etc etc. Numa cadeia sem fim.

Nesse sentido são duas prin-

cipais propostas para o novo mundo de mudança de paradigmas: o surgimento de um novo profissional de jornalismo empresarial, com conhecimentos mais amplos para o ambiente e para o comportamento individual; e o surgimento de novas formas e linguagens de comunicação empresarial facilitadoras da sinergia - a multimídia e seus infinitos recursos.

Em resumo, a década de 80 preparou profissionais e conceitos de jornalismo empresarial para que atuassem nessa nova era, onde a comunicação passa a ser um veículo estratégico de múltiplas mãos. A dissertação de Mônica Ludwig reflete essa realidade.

Rádios livres como exemplo de democratização nos meios de comunicação

SANDRA SUELI GARCIA DE SOUSA
(Instituto Metodista de Ensino Superior)

MELLANI, Marisa. *Rádios livres. O outro lado da Voz do Brasil*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes-USP, 1995.

A presente resenha trata de um dos assuntos mais discutidos atu-

almente na esfera da comunicação social: a democratização dos meios de comunicação de massa. Para isso, tomamos como exemplo o fenômeno das Rádios Livres, que desde o início da radiodifusão tentam manter seu espaço. Situamos a discussão a partir da dissertação de

mestrado *Rádios livres. O outro lado da voz do Brasil*, de Marisa Meliani, defendida em abril de 1995, na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Em especial, escolhemos o capítulo 6 - "O pequeno e o mega" -, subdividido nos itens: a ocupação do dial; rádios sintonizadas em São Paulo, cultura do mega e democracia e tecnologia.

A autora aponta o ano de 1995 como um dos mais importantes na história da comunicação social no Brasil, pois centenas de rádios não autorizadas estão ativamente transmitindo em pé de igualdade com as rádios oficiais. Existem rádios espalhadas por todo o país e com os mais diferentes objetivos e projetos de comunicação.

Segundo Meliani, são vários os objetivos de quem monta uma Rádio Livre, indo desde a prática da desobediência civil, passando pela divulgação de cultura local ou religião e até mesmo objetivos meramente comerciais. Na opinião da autora, todas essas emissoras conseguem pôr em prática a liberdade de expressão e de opinião, além de exercitarem os direitos à informação e à comunicação.

Especialmente falando sobre democracia e tecnologia, Meliani cita que "a evolução tecnológica caminha em direção a oferecer chances de democratização da informação,

seja pela miniaturização dos equipamentos, seja pelas novas tecnologias (...) trazendo uma participação mais ativa do receptor na relação de comunicação social." Assim sendo, as Rádios Livres funcionariam como uma espécie de cobaias experimentando o pleno exercício da liberdade de expressão. "Essa idéia vai denunciar os espaços que não estão contemplados no esquema organizado. É ela quem vai permitir que o direito à comunicação social seja conquistado, a despeito dos avanços tecnológicos que, segundo a experiência humana, tanto podem ser instrumento de libertação quanto de opressão", diz a autora.

Joana Puntel (em *A Igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994. cap. V.), falando sobre o direito de comunicar, cita a definição que o *Relatório McBride* deu à democratização da comunicação:

"é o processo pelo qual:

- 1 o indivíduo torna-se um parceiro ativo e não um mero objeto da comunicação;
- 2 a variedade da troca de mensagens aumenta;
- 3 a extensão e a qualidade da representação social ou da participação na comunicação são ampliadas" (*Relatório McBride*, 166).

Assim sendo, para Puntel, a comunicação é um processo social

fundamental, onde todos os indivíduos e comunidades podem trocar informações e opiniões.

A tese de mestrado de Marisa Meliani dá um panorama sobre o movimento de Rádios Livres no Brasil e no mundo. Como pano de fundo, serve-se da história de três rádios livres: Reversão, situada na zona leste da cidade de São Paulo; Novos Rumos, do município de Queimados, no Rio de Janeiro; e Paulicéia, de Piracicaba, município do estado de São Paulo. As três foram apreendidas pela Polícia Federal exatamente quando as comunidades estavam tendo acesso e participavam ativa-

mente do projeto das respectivas emissoras.

A principal importância da dissertação é dar respaldo científico a um movimento que existe há muito tempo, o movimento de Rádios Livres, que, mesmo com todas suas contradições, consegue expressar vários pensamentos nascidos espontaneamente de setores da sociedade que não encontram espaços nos grandes meios de comunicação. Também merece destaque o intenso trabalho de pesquisa realizado para registrar as várias faces das Rádios Livres, principalmente no estado de São Paulo.

“No abismo das coisas”

PRISCILA SIQUEIRA KUPERMAN
(Universidade Federal do Rio de Janeiro)

SARDINHA, Maura. *No abismo das coisas: comunicação e ética*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicação-UFRJ, 1995. 117 p.

De abordagem original, *No abismo das coisas* é uma análise madura, sem ranços descritivos, de clara e saborosa expressividade.

Fala dos impasses e perplexidades do movimento de acesso ao Real, que é justo quando nos damos conta de que nunca chegaremos lá e sim, e apenas, àquilo que consensualmente *chamamos* de rea-

lidade.

Como o conhecimento dessa realidade não é “objetivo”, mas construído com a participação do observador, Maura nos leva a um breve passeio pelas visões de mundo compatíveis, em cada época, com o limiar de possibilidades de seu horizonte. Mostra-nos, assim, como os limites históricos e/ou ontológicos de refletir e falar sobre o mundo condicionam, em maior ou menor grau, as possibilidades de comunicação.

Tece o trabalho a partir de três fios básicos, que organizariam

as diferentes maneiras de ver o mundo: a visão, o sentido e a estrutura narrativa. Com este horizonte, dá consistência à polêmica emergência midiática de formas arcaicas de representação e intervenção no mundo, insinuando que não há razão para que se acredite num fosso epistemológico intransponível entre o mito e as visões moderna e pós-moderna.

Para isso nos traz a inestimável contribuição do novo pensamento na física e na biologia, mostrando que a "engrenagem depuradora do racionalismo científico" desconsidera aspectos das grandes tradições da humanidade, empobrecendo sensivelmente a concepção dominante de realidade.

O desenvolvimento da comunicação é apontado como fator fundamental para a difusão de idéias e comportamentos responsáveis pelas grandes mudanças que vimos assistindo. Uma breve apresentação da evolução dos meios de comunicação e teorias afins nos leva a compreender a necessidade, hoje, de uma abordagem transdisciplinar, se pretendemos uma aproximação mais satisfatória do que se dá a conhecer, na medida mesma em que, na passagem da modernidade à chamada pós-modernidade, a noção de progresso se desloca para um presente tão efêmero quanto multifacetado. O fenômeno da moda bem se presta ao

exemplo disso, e com ele a autora nos aponta a supervalorização do transitório e o descrédito nos sistemas de representação até então vigentes, configurando o quadro que conhecemos, sobretudo porque nele chafurdamos, como uma crise de civilização.

Deste estilhaçar de percepções, imagens e sentimentos é que eclode a urgência impositiva da reflexão sobre a ética. Analisando rapidamente os sistemas ocidentais, a autora conclui pela insuficiência geral para balizar nosso comportamento.

E então? E agora, Maura? É a hora e a vez da autora nos trazer a grande contribuição do seu trabalho: através de algumas das recentes contribuições da ciência, ou de posições favoráveis à estetização da existência, ela busca os fundamentos do humano para sugerir os alicerces de uma nova hierarquia de valores.

Já desde o começo, quando trata a teoria da complementaridade como "uma fórmula alquímica" (p. 41), e caracteriza a consciência como o contínuo vir-a-ser (o registro possível desse movimento? - perguntaríamos), consciência esta que teria a "missão" de expandir-se para humanizar-se, isto é, fertilizar o progresso, observamos o caminho provocador e ao mesmo tempo generoso, muito bem demonstrado com o recurso a Leibnitz, que acreditava

que, "no abismo das coisas, restam sempre partes adormecidas a serem despertadas para um estado mais perfeito" (p. 66).

Destaca-se nesta viagem da invenção e do desejo do sonho realizado, as conclusões de Humberto Maturana, trazidas por Maura, de que a emoção, no caso o amor, foi o fator de coesão e conservação de um grupo de primatas, há cerca de três milhões e meio de anos, assim possibilitando o aparecimento da linguagem, fundadora do humano. Só depois é que surge o império da razão.

Se a frase eleita pela autora

para simbolizar o espírito do trabalho - "Canto meu canto possível neste possível mundo" - expressa que qualquer discurso "será sempre a ficção possível, para nós, num momento dado" (p. 113), que esta reflexão de Maura inspire em um número cada vez maior de consciências a esperança que ela sentiu ao começar este percurso: a de que se compreenda que a salvação pessoal e solitária é impossível.

A ética estética da autora é elegantemente contagiante: assim se faz um bom trabalho acadêmico, sem academicismo estéril.

"A cidade das revistas"

ALDO DE ALBUQUERQUE BARRETO
(Universidade Federal do Rio de Janeiro)

CARVALHO, Kátia de. *A cidade das revistas: a imprensa feminina no Rio de Janeiro, anos 20*. Dissertação (Mestrado). Rio de Janeiro: Escola de Comunicação-UFRJ, 1994. 250 p.

A imprensa dedicada à mulher brasileira proporciona a construção e a compreensão dos anos vinte através do olhar feminino. A maioria das revistas dessa década, em busca da democratização da informação, se direcionava a um segmento social que, naquele momento, emergia à procura de espaço em uma

sociedade construída pelo homem.

A imprensa, desde a sua origem, sofreu o controle dos governantes e da Igreja, e a publicação periódica surgiu como um poderoso instrumento de indução de novos padrões de liberdade relativa à difusão da palavra escrita. O capitalismo impulsionou a imprensa periódica, até então vítima da censura inquisitorial. O desenvolvimento dos meios de transportes ampliou o raio de ação dos veículos de comunicação permitindo o acesso cada vez maior da população aos jornais e revistas.

Mas a imprensa escrita, mes-

mo detendo fortes interesses econômicos, tem também um poder mediático. Quer usando tecnologias mais convincentes ou não, consegue, através da linguagem, traduzir um universo psico-social e econômico cada vez maior integrando-se aos grupos multimídia para atingir seus objetivos.

No âmbito do sistema comunicacional a imprensa periódica feminina se limitava a refletir os interesses da mulher assumindo as preocupações domésticas e familiares ou reservando à figura feminina o lugar de símbolo sexual, atraente e sedutor. Excepcionalmente, a mulher aparecia como elemento participante do espaço social, lado a lado com o homem. Entretanto, na década de vinte, a discriminação não se estendia somente à minoria feminina mas também a outros grupos minoritários - negros e imigrantes. Obviamente a imprensa periódica explicava a visão dos grupos dominantes sobre os grupos considerados minoritários.

Contudo, a presença feminina está longe de ser minimizada, se considerarmos a trama do tecido sobre o qual a figura masculina erguia a sua construção laboriosa do social, onde a família, cada vez mais fortalecida, se estruturava e onde a mulher reinava única no seio familiar, espaço permanente das relações humanas.

A imprensa feminina no Rio de Janeiro, nessa década, refletia a sociedade carioca vista pelo viés das classes dominantes. Representando uma minoria nesse contexto, as revistas essencialmente femininas não são numerosas, mas as revistas mundanas ampliavam o espaço de participação das mulheres na imprensa como autoras e fortaleciam a presença feminina como público consumidor.

As revistas femininas, de diferentes procedências, quer dedicadas à família, produzidas por homens para as mulheres, ou ainda, de mulheres para mulheres, todas se voltavam para os assuntos de interesse feminino em geral. Sendo o Rio de Janeiro um centro urbano de grande concentração populacional, propiciava o crescimento da imprensa periódica favorecida por novas técnicas de produção, estimulando o diálogo permanente entre a grande imprensa e a imprensa feminina.

A presença feminina, procurando novos meios de comunicação para defender os seus interesses, e a modernização do parque gráfico contribuíram para que a imprensa feminina se firmasse ampliando a função propagadora das revistas. Produzida pelas classes dominantes, sugeria um perfil europeizado, onde Paris, centro da moda e dos costumes, fascinava os seus leitores cujos conselhos eram seguidos por este

leitor cativo.

Vale ressaltar que a necessidade de alargar o universo da imprensa dedicada ao público feminino transgredindo os limites da imprensa escrita por mulheres e dirigidos ao público feminino, deu-se em função da necessidade de reconhecer um potencial de informação que certamente se perderia se não fosse consultado. A mesma preocupação levou a examinar a imprensa, então emergente, redigida por homens sobre a mulher. Embora não se dirigissem ao público feminino, versavam sobre a figura feminina.

Nesse novo universo de tantas publicações foi sentida certa dificuldade para estabelecer classificações muito rígidas uma vez que as editoras, de modo geral, percebiam o público feminino como leitor e consumidor habitual das revistas. Além disso, a mulher nesta década lutava por um novo papel social. Neste caso as revistas de várias tendências dedicavam espaços significativos nas suas páginas.

Deste modo, nas diferenças se construiu o objeto de pesquisa que conduziu às conclusões que se seguem:

1 A imprensa feminina no Rio de Janeiro refletiu a sociedade desde quando a proliferação de títulos era condizente com o ritmo da sociedade, que habitava a cidade, pólo cultural do País;

2 Representou um expressivo instrumento da legitimação de novos espaços para os intelectuais;

3 Apoiou o desenvolvimento da medicina sanitaria nas campanhas a favor das medidas preventivas de vacinação lideradas pelo setor médico;

4 Reforçou a atividade feminina no campo cultural desenvolvida nos salões e contribuiu para o desenvolvimento do hábito de leitura;

5 Responsável pela educação da prole, contribuiu para diminuir as questões relativas ao analfabetismo no País;

6 Contribuiu para o desenvolvimento da moda no Rio de Janeiro que se ampliava tendo em vista as características da cidade;

7 Introduziu importantes mudanças responsáveis pela renovação do parque gráfico, entre elas, o uso de ilustrações nas publicações em geral; e

8 Colaborou com o aparecimento do noticiário de caráter social que, mais tarde, se transformou em colunas sociais, entre outras formas de informação voltada para a vida social urbana.

A imprensa feminina, como um dos veículos transmissores de informação, levava à esfera pública novos valores e refletia a nova realidade social, marcando as diferenças de estilo de vida nos centros urbanos.