

Uma boa obra de iniciação à Comunicação

VICTOR GENTILI

(Universidade Federal do Espírito Santo)

AZEVEDO, Israel Belo de. *Pequena viagem ao mundo da comunicação*. Rio de Janeiro: Editora Central da Universidade Gama Filho, 1998. 143 p.

É uma pena que *Pequena viagem ao mundo da comunicação*, do professor Israel Belo de Azevedo, tenha sido lançado pela Editora Central da Universidade Gama Filho. Porque a obra merecia uma maior difusão, posto que sua utilidade didática no ensino de comunicação é inestimável.

O impetuoso desenvolvimento tecnológico deste final de século e as modificações econômicas, sociais, políticas e culturais deste mundo contemporâneo são apresentadas na obra com rigor, simplicidade e atualidade. *Pequena viagem ao mundo da comunicação* é um livro contemporâneo de seu tempo. E como obra essencialmente didática, voltada para o estudante de graduação em comunicação, merecia uma melhor difusão nacional.

Em pouco menos de 150 páginas, o autor consegue fazer uma síntese da história da comunicação e um painel da realidade contemporânea e suas interpretações pelos estudiosos do tempo presente de forma clara, sucinta e precisa. O autor situa o leitor no mundo contemporâneo de forma muito interessante. O foco central é nos processos e efeitos das novas tecnologias

da comunicação, mas as visões sociológica, antropológica, histórica, são apresentadas de forma sintética, mas rigorosa. Israel Belo de Azevedo apoia-se em Eric Hobsbawm, Francis Fukuyama, Paul Virilio, Jacques Rancière, Geoffrey Barraclough, Lucien Febvre, Marshal McLuhan, David Olson, Regis Debray, Renato Ortiz, René Dreifus, Neil Postman, Milton Santos, Alain Touraine, John Kenneth Galbraith, Jean Baudrillard, Umberto Eco, Louis Quesnel, entre outros autores. A relação poderia parecer desnecessária, mas a capacidade do autor de apropriar-se de conceitos e formulações desses autores e dialogar com eles no propósito de oferecer um painel da realidade contemporânea com ênfase nos fenômenos da comunicação de massa, forçoso afirmar, é realizado com grande êxito.

O autor consegue sintetizar a obra destes pensadores do mundo contemporâneo com o didatismo indispensável para uma obra de iniciação, mas preservando o rigor de um trabalho acadêmico. Não se trata de obra de grande fôlego, como poderia parecer pela relação de autores citados. Mas é uma obra de grande mérito posto que sistematiza, para o professor e o estudante de graduação em comunicação, a realidade e o debate contemporâneo, hoje disperso em obras inacessíveis, em publicações de difícil acesso e em Congressos e Simpósios de cursos de pós-graduação.

Primeira viagem ao mundo da comunicação, de Israel Belo de Azevedo, é obra de leitura agradável. Seu grande mérito é a despreensão. Ao produzir uma despreziosa obra de iniciação ao tema, o professor Israel Belo de Azevedo consegue oferecer um delicioso aperitivo. Quem leu - ou estudou - no livro e não se animou a buscar alimentos mais substanciais além do aperitivo, certamente está na vocação ou no caminho errado. Quem pretende entender os processos comunicacionais e inserir-se nelas profissionalmente sabe que precisa manter-se permanentemente atualizado. Neste aspecto, o livro é bastante útil mas insuficiente. Em outras palavras, o autor acertou na dose. Tal acerto fica ainda mais claro ao final do livro, quando o autor defende o livro (e o texto como a linguagem insuperável do pensamento humano) sobre as outras formas de comunicação.

Infelizmente, a obra não tem apenas méritos. O autor produziu um capítulo onde reflete sobre a

natureza da mensagem publicitária. Pelo perfil da obra, mereceria que fizesse o mesmo com a mensagem jornalística. Além disso, embora não deixe de apresentar as visões mais apocalípticas, para usar a terminologia de Umberto Eco, o autor pareceu-me talvez exageradamente deslumbrado com as potencialidades desta nova era da informação. Pessoalmente, para usar uma expressão de Antonio Gramsci - autor injustificadamente ausente da obra - preferiria ver o autor mais otimista do que deslumbrado.

Iniciei afirmando que a obra merecia uma editora que permitisse maior difusão entre os estudantes de comunicação de todo o país. Mas não posso deixar de encerrar saudando a Universidade Gama Filho por possuir uma editora e permitir a divulgação da produção de seus professores. É verdade que a obra merecia uma editora com distribuição nacional. Mas na ausência desta, a alternativa da gaveta seria muito pior, sem dúvida.

Informação ou Comunicação? A visão do Direito

LUIZ MARANHÃO FILHO
(Universidade Federal de Pernambuco)

FERREIRA, Aluizio. *Direito à informação, direito à comunicação: direitos fundamentais na constituição brasileira*. São Paulo: Célio Bastos Editor, Instituto Brasileiro de Direito Constitucional, 1997. 295 p.

Em convênio com o editor Celso Bastos, o Instituto Brasileiro

de Direito Constitucional trouxe à lume a tese de Doutorado do professor alagoano Aluizio Ferreira, que recebeu por título *Direito à Informação. Direito à Comunicação*. O texto se propõe a analisar os direitos fundamentais na Constituição Brasileira.

Estruturado em quatro partes e uma conclusão, o livro assim se

apresenta: a primeira parte defende o Constitucionalismo dos direitos do homem, sua historicidade e, enfocando uma *nova* ética, procura a melhor definição para "direitos fundamentais". Na segunda parte, o Autor tenta distinguir os direitos à Informação e à Comunicação, sob a ótica de diferentes autores, todos jurisconsultos de nomeada. Para estabelecer uma "sociedade da informação", recorre à necessidade de sua regulação jurídica.

Na terceira parte, há uma remissão histórica à legislação, na qual são analisadas as diferenças entre "liberdade de imprensa" e "liberdade de informação", posicionando-se o professor a favor da designação de "Direito da Comunicação", uma tese que há muito defendemos. Na quarta parte, Aluizio Ferreira estabelece conceitos de Comunicação interpessoal, grupal, organizacional e massiva, tratando ainda de algumas inovações jurídicas, tais como a *objeção de consciência* (que José de Freitas Nobre tituló como cláusula de consciência, com base no direito francês) e o *direito de resposta*, consagrado no novo projeto de Lei de Imprensa. Filia-se à corrente do mestre Barbosa Lima Sobrinho que vê o *público* como o titular do direito à informação e reporta-se ainda a institutos novos como o Habeas Data que permite à pessoa o direito de acesso à informação a seu respeito e ao Direito de Antena, uma expressão política que nos chega pela Constituição Portuguesa.

Nas suas conclusões, o Autor reconhece que os termos Informação e Comunicação são ambíguos, que tais direitos ainda estão em fase

de positivação jurídica e se mostra favorável às emissoras comunitárias, sem que, para tanto, tenha feito uma fundamentação no contexto jurídico. Embora solidário ao neodoutor alagoano pela sua persistência na formação de um Direito da Comunicação, permitimo-nos uma crítica a essa prática vigente na editoração, de reproduzir as teses acadêmicas, sem um enxugamento do texto, ou seja, o despojamento desse ranço arcaico que as acadêmias se esmeram em manter. Os melhores momentos do livro são justamente aqueles em que Aluizio Ferreira se reveste da liberdade do exegeta em interpretar, em dissecar a doutrina, em formular propostas que extrapolam a letra fria da lei. A rigidez das Escolas de Direito, apegadas a uma posição arcaica de dar validade aos textos pela jurisprudência que transcrevem, *ipsis literis*, afasta, cada vez mais, o anseio universitário da interdisciplinariedade tão defendida, nos últimos tempos, pela INTERCOM. O resultado é que a obra se tornou um compêndio de consulta para juristas bem iniciados na doutrina, mas distancia enormemente os discípulos de "Legislação dos Meios de Comunicação", onde o método pedagógico é crescentemente casuístico, fixado em julgados e onde se exige uma concretude clara e cristalina, para o bom entendedor.

Longe de desestimular um companheiro do melhor combate, como é o caso de Aluizio Ferreira, da Universidade Federal de Alagoas, deixaria ao fim da análise, uma co-brança: um próximo livro didático, sumamente interpretado e dirigido a estudantes de Comunicação que

continuam a considerar, erroneamente, o nosso queridíssimo Direi-

to, como um autêntico "bicho-papão".

Políticas eclesiais de comunicação

OSÉ MARQUES DE MELO

(Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo - UMESP)

PESSINATTI, Nivaldo Luiz. *Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil*. São Paulo: UNISAL, Petrópolis: Vozes, 1998. 350 p.

O livro de Nivaldo Luiz Pessinatti - *Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil* - é produto de sua pesquisa para o Doutorado, que teve a satisfação de orientar, na Universidade Metodista de São Paulo. Como tal, a obra revela múltiplas significações, eclesiais e acadêmicas.

A principal delas advém da circunstância de ter sido a primeira tese de doutorado em Comunicação Social defendida na UMESP. Mais do que isso: ela garantiu a Pessinatti o primeiro lugar na lista dos doutores da nova universidade. É que a UMESP havia sido instalada em julho de 1997, sucedendo a Federação de Escolas Superiores do ABC, mantidas pelo Instituto Metodista de Ensino Superior. Nivaldo Luiz defendeu sua tese em outubro do mesmo ano, recebendo o primeiro título de doutor expedido pela universidade.

Além dessa primazia cronológica, meramente conjuntural, quero ressaltar o bom desempenho acadêmico de Nivaldo Luiz Pessinatti, cuja disciplina, rigor e humildade o

destacaram como estudante-modelo do nosso curso de pós-graduação. Confesso que tive prazer intelectual de com ele trabalhar, orientando seus estudos de doutorado e supervisionando sua tese. Cumprindo as tarefas didáticas com seriedade, excelência e temperamento afável, apesar da condição de reitor de um centro universitário, sem nunca reivindicar privilégios ou facilidades. Concluiu o programa em tempo compatível com os novos prazos recomendados pelo Ministério da Educação, estimulando seus colegas de turma a preservar o mesmo ritmo. Manteve comigo um diálogo produtivo e instigante. Acolheu criticamente minhas ponderações comunicacionais. Muitas vezes deu-me lições sofisticadas e sutis sobre peculiaridades institucionais da Igreja Católica, que me escapavam como leigo pouco familiarizado com a literatura eclesiológica.

Contudo, o valor maior desse livro está na sua originalidade teórico-metodológica. O autor percorreu um caminho distinto daquele escolhido por tantos pesquisadores que o precederam na análise de objetos comunicacionais-eclesiais. Minimizou, sem ignorar, o referencial europeu ou norte-americano, hegemônicos na bibliografia das ciências da comunicação, ancorando-

se teoricamente no pensamento comunicacional gestado na América Latina.

Seu contato com a Escola Latino-Americana de Comunicação deu-se no Programa de Doutorado da UMESP. Ele escolheu uma interlocução privilegiada com o mexicano Jorge González, comunicólogo-culturalista cujo perfil bio-bibliográfico Nivaldo Luiz esboçou para a coletânea "O pensamento latino-americano em Comunicação" (Revista *Comunicação & Sociedade*, UMESP, 1996, 115-142).

Fascinado pelas ousadias metodológicas de González, um jovem cientista que vem dando contribuições substantivas para renovar a pesquisa comunicacional, numa perspectiva interdisciplinar, Pessinatti decidiu, na análise das fontes, não apenas fixar-se na "auto-revelação escrita". Como já haviam feito Romeu Dale, Clarêncio Neotti, Ismar de Oliveira Soares ou Joana Puntel. Optou por incorporar a proposta gonzalezana das "histórias de vida", ainda que fazendo ajustes metodológicos consentâneos com natureza do seu objeto de pesquisa. De alguma maneira, ele retoma a trilha que já havia sido palmilhada por Pedro Gilberto Gomes ou José Carlos Stollmeier.

Para melhor conhecer e avaliar as políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil decidiu reconstituir o protagonismo de certos atores-chave desse processo histórico. Trabalhou com as histórias de vida e os depoimentos orais de comunicadores católicos paradigmáticos.

O ideal teria sido fazer um levantamento exaustivo, incluindo

todos os protagonistas. Mas essa era uma tarefa que não se coadunava com o tempo e os propósitos de uma tese de doutorado. Recomendou-lhe então trabalhar com uma amostra significativa do universo, elegendo atores episcopais, prebisteriais ou laicos, e deixar o caminho aberto para incursões futuras de outros pesquisadores.

Daí o registro dos depoimentos de três bispos que influíram decisivamente nas políticas comunicacionais da Igreja Católica no Brasil, estribando-se em paradigmas nem sempre convergentes: D. Paulo Evaristo Arns, D. Eugenio Sales e D. Alfredo Novak. Igualmente estão resgatadas as perspectivas construídas por dois padres (Arnaldo Beltrami e Augusto Cesar Pereira) e quatro leigos (Cleide Silva, Dermi Azevedo, Ismar Soares, José Maria Mayrink), todos eles muito atuantes no cenário da mídia católica brasileira.

No entanto, Pessinatti percebeu claramente que, para desvendar a teia das relações comunicacionais na Igreja Católica e a busca de diretrizes consensuais, tornava-se indispensável abrir as portas das entidades católicas comprometidas com a pastoral da comunicação.

Não bastavam os elementos já analisados nas fontes "oficiais" da CNBB. Era fundamental descobrir que utopias ou práticas comunicativas estavam sendo desenvolvidas concretamente. Para tanto, ele percorreu e observou, qual repórter investigativo, o território ocupado por algumas instituições estratégicas: o Setor de Comunicação da CNBB e sua equipe de reflexão, o INBRAC e

sua Rede Vida de Televisão; a UCBC e suas co-irmãs associações de comunicadores católicos; e também a ponta do iceberg cibernáutico católico: os projetos Palavra Viva e Cidadanet.

Mas não esqueceu de conhecer como se "faz a cabeça" dos padres católicos sobre temas comunicacionais, examinando os programas da disciplina Comunicação Social nos seminários. Desta maneira, tornou-se viável perceber qual a "ideologia comunicacional" que os formadores presbiteriais inculcam nos agentes religiosos. Também foi possível deduzir o que estes, por sua vez, reproduzem nas paróquias ou comunidades eclesiais que lhes são confiadas institucionalmente.

De posse de todos esses dados, alguns claros e minuciosos, outros genéricos e opacos, Nivaldo Luiz Pessinatti teve condições de discernir quais as políticas de comunicação vigentes na Igreja Católica no Brasil. Sua conclusão não é otimista, apesar do signo de esperança que foi disseminado pela Assembleia Geral da CNBB em 1997.

Fica evidente que os bispos católicos, enquanto colegiado nacional, ainda não despertaram para o verdadeiro papel da mídia no contexto da evangelização que se prenuncia no novo milênio. São raros os casos de posturas episcopais conseqüentes e conscientes. A maioria ainda patina em temores certamente cultivados durante a fase de formação sacerdotal. E por isso relegam a questão midiática a patamares secundários, o que constitui uma tática frágil e perigosa, fazendo de conta que o problema pode ser con-

tornado angelicamente.

Sem dúvida nenhuma a contribuição que oferece Nivaldo Pessinatti neste livro será decisiva para convencer e mobilizar, não apenas os bispos, mas toda a comunidade eclesial, sobre a definição clara de políticas de comunicação como o caminho necessário para recuperar o tempo perdido.

A evangelização assume, hoje, uma dimensão extremamente complexa, num cenário de globalização econômica, democratização política, socialização cultural e secularização religiosa. O acesso das grandes massas à mídia aberta ou segmentada reduz as potencialidades da comunicação intra-eclesial. Daí o desafio de construir o Reino a partir do tempo, mas irradiando-o para todos os espaços onde possa projetar-se humanamente.

Da mesma forma, o manancial recolhido, exposto e interpretado por Nivaldo Pessinatti constitui um convite aos midiólogos católicos para retomar o percurso (de certo modo interrompido ou postergado) do conhecimento sistemático sobre os fenômenos comunicacionais (massivos, institucionais ou interpessoais). Trata-se de subsidiar, respaldar, incentivar, dentro da Igreja, projetos de pesquisa científica sobre a comunicação social, como os que foram iniciados pelo antigo CERIS. A ausência de elementos dessa natureza induz os dirigentes episcopais, os agentes presbiteriais e as lideranças do laicato a continuar refletindo sem fundamentação adequada e a tomar decisões provisórias ou casuísticas.

Muito além das regras

NÉLIA R. DEL BIANCO
(Universidade de Brasília)

CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. Tradução e consultoria técnica Laurindo Leal Filho. São Paulo: Summus, 1998 (Coleção novas buscas em comunicação v. 57).

O que se espera encontrar em um manual de radiojornalismo? Um amontoado de regras, muitas recomendações sobre como redigir notícias, falar no rádio, gravar uma boa entrevista. Muitos poderão até desejar encontrar regras facilmente aplicáveis, fórmulas que se traduzem em verdadeiras "receitas de bolo", sem a devida contextualização no processo de produção e consumo da notícia para o rádio.

Quem ler *Radiojornalismo*, escrito por dois experientes jornalistas ingleses, Paul Chantler e Sim Harris, encontrará muito mais do que um manual com dicas. O livro discute todos os procedimentos éticos e técnicos que devem ser considerados na árdua tarefa de buscar a notícia para transmiti-la corretamente pelo rádio.

Os autores destacam com propriedade a importância da busca constante da imparcialidade e da precisão no radiojornalismo. Evidenciam que, num país de sólida tradição democrática e de respeito ao indivíduo como a Grã-Bretanha, o jornalista tem o dever de ser fiel aos fatos sob pena de, se divulgar informações incorretas, ser processado

por calúnia e difamação por quem se julgar atingido. Lá a divulgação da notícia em rádio e televisão é regulada por lei que busca evitar a transmissão de informações falsas, diferentemente dos jornais que não são submetidos a esse tipo de controle. Ser preciso e imparcial em suas coberturas jornalísticas é um dever para o profissional de rádio.

Como ensinam os autores, o jornalista tem os mesmos direitos e responsabilidades que qualquer cidadão e, portanto, não tem tratamento diferenciado diante da lei. Uma atuação pautada pela conduta ética e rigor na apuração correta dos fatos é a regra número um a ser seguida por qualquer profissional de comunicação, antes mesmo de aspirar ter o domínio de técnicas para produção da notícia no rádio. O livro faz lembrar a todos que a prática do jornalismo é o exercício diário do bom senso que se traduz no esforço de abordar com fidelidade os fatos, no respeito ao cidadão e equilíbrio na hora de dar a notícia.

O mérito dessa obra é apresentar recomendações para o exercício do radiojornalismo sempre contextualizadas no processo de apuração e transmissão da informação; e por isso as orientações para redação de notícias, técnicas de reportagem entre outras sugeridas não soam como regras atomizadas. Ao contrário, como surgem da prática enquanto processo são explicadas e compreendidas a partir de exemplos

e de situações vivenciadas pelos autores, o que somente é possível fazê-lo quando realmente se tem experiência no veículo. Ao optar por essa abordagem lúcida, os autores puderam demonstrar que toda prática está revestida de um significado não somente para o profissional que a realiza como também para aqueles com quem interage, os ouvintes. Sendo, assim, a prática apontada no livro ganha força porque é resultante da reflexão; possui uma racionalidade própria sustentada num saber teórico sistemático.

É certamente por essa postura, que o livro pôde oferecer dicas preciosas, não registradas com o mesmo vigor em outros manuais do gênero já publicados. São vários os exemplos: "ao escrever para rádio você deve sentir que está contando uma história para alguém, e não fazendo um pronunciamento ministerial"; antes de escrever pergunte "essa notícia é sobre o que mesmo?" ou "o que desta notícia realmente interessará ao meu ouvinte?"; ao gravar entrevistas externas procure captar o som ambiente, "nos simplesmente não o percebemos na realidade, mas ele cresce e parece saltar para fora do rádio quando é transmitido"; e se você busca um emprego no radiojornalismo, ouça rádio, "é surpreendente como são poucos os jovens jornalistas, em início de carreira, que fazem isso".

É por essas e outras indicações interessantes que o livro pode ser incluído na bibliografia da disciplina Radiojornalismo dos cursos de Comunicação. Mesmo sendo um manual com referências ao modelo britânico de rádiodifusão e com exemplos de prática profissional es-

pecífica em rádios locais, *Radiojornalismo* é um verdadeiro guia de produção aplicável em qualquer país. Ele detalha processos de produção da notícia que são comuns a maioria das estações de rádio, até mesmo os formatos de programas descritos no livro são velhos conhecidos como o radiojornal e o boletim de notícias. As especificidades da prática que ressalta, no entanto, são uma boa oportunidade para o estudante, o profissional ou professor brasileiro estabelecerem comparações entre o radiojornalismo que se faz no Brasil e na Grã-Bretanha.

Numa linguagem simples, direta, mas sem ser superficial, *Radiojornalismo* traz ao leitor uma visão completa de como é o trabalho de produção da notícia. Inicia com um capítulo sobre a estrutura do rádio britânico, como é o radiojornalismo local, passando depois pela apuração da notícia (fontes, tratamento da informação e estrutura de uma redação), técnicas de redação, entrevistas, reportagem, recursos técnicos, apresentação de noticiários, programas especializados e tem até um capítulo sobre a legislação aplicável nos casos de difamação. Os autores do livro detalham as rotinas produtivas sem serem cansativos, chegando ao requinte de darem modelos de agenda usual de telefones para agilizar o trabalho de reportagem, escala de trabalho nas redações e até uma proposta orçamentária de um departamento de jornalismo.

Outro aspecto que chama atenção para essa publicação é o fato de estar plenamente atualizada do ponto de vista das inovações tecnológicas que marcaram o desen-

volvimento do veículo nesta década. O rádio entrou na era digital. Nesse sentido, os autores mostram como a digitalização dos equipamentos, demonstrada na vertiginosa expansão das estações de processamento digital de áudio, baseadas em computadores tipo PC e das técnicas de gravação direta em disco rígido, estão presentes no dia-a-dia do jornalista, influenciando diretamente os processos de edição, redação e transmissão da notícia. Apontam as diferenças entre a produção da notícia no sistema analógico - ainda presente nas pequenas emissoras - e no digital sem estabelecer o predomínio de um modelo sob o outro. O que desejam com o capítulo "recursos técnicos" é provar que hoje o radiojornalista precisa combinar o talento tradicional do repórter - ter uma compreensão do idioma e competência para apurar e escrever uma boa história - com as habilidades exigidas pelo rádio. Entre essas habilidades estão a capacidade de "sentir-se à vontade com os novos e os velhos equipamentos e com as antigas e modernas técnicas radiofônicas".

Num país como o Brasil, em que o rádio é parte do cotidiano da maioria da sociedade e nem por isso é objeto de estudo freqüente entre os pesquisadores de comunicação -

poucas são os estudos existentes, e menor ainda o número de textos publicados - o livro *Radiojornalismo* traz uma contribuição importante para a formação de futuros profissionais para uma das áreas vitais das emissoras de rádio: a produção de notícias. Além de atualizar a escassa bibliografia em português nessa área, o livro ainda deixa antever que o futuro do radiojornalismo está assegurado. Haverá sempre ouvintes ávidos por saber o que acontece na sua cidade e como esses fatos influenciam seu cotidiano. Os noticiários sempre estarão em evidência. Não faltarão recursos tecnológicos para tornar mais ágil e veloz a transmissão da informação. Mas há uma condição básica para o sucesso do radiojornalismo: a necessidade de bons profissionais, talentosos, sobretudo, mas com grande capacidade e sensibilidade para captar o cotidiano e dali extrair as notícias que realmente interessam. E para fazer esse trabalho, como dizem Chantler e Harris, duas qualidades são essenciais: entusiasmo e criatividade. É ter clareza de que notícia não cai do céu. Surge por intermédio de muito esforço e dedicação de pessoas que sabem fazer desse ofício uma arte. Pessoas que são apaixonadas pelo rádio.

Viagem no mundo ciberspacial

S. SQUIRRA
(Universidade de São Paulo)

DERTOUZOS, Michael. *O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas*

vidas. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. 413 p.

Este é um livro para aqueles que pretendem entender – e se virar – no século XXI. Para isto, o autor mergulha (navega?) no universo ciberspacial clara e objetivamente. De cara, Dertouzos centra chumbo nos diferentes mídia, que, critica ele, ora enaltecem, ora confundem as pessoas quanto às tecnologias da Era da Informação. Se vale da larga experiência como Diretor do Laboratório de Ciência da Computação do reputado MIT, alicerce que o permite ser ao mesmo tempo franco, visionário e ousado. Cutuca o temor vigente na aceitação dos recursos informáticos dinâmicos ao advertir que "...a tecnologia informática transformará o mundo tão profundamente que o movimento ocupará um lugar na história comparável, em escala e impacto, ao ocupado pelas duas revoluções industriais". Bela defesa e estimulante comparação.

Em arroubo saudavelmente otimista, prega ser possível aproximar os 'techies' dos 'humies' ao afirmar que a revolução informática "chegará ao ponto de aproximar as visões polarizadas dos tecnocratas que endeusam o raciocínio científico e aquela dos humanistas que veneram a fé na humanidade". Para isto, traça paralelo entre as duas revoluções econômicas anteriores, concluindo que a revolução da informação provocará uma transformação igualmente profunda. E, neste ponto, revela o estofado central do raciocínio que permeia todo o livro: o *Mercado da Informação*.

Define o termo - insistentemente empregado em toda a obra (intrigado, cheguei a contar seis vezes numa única página!) - como "um mercado comunitário do século XXI,

onde as pessoas e computadores podem comprar, vender e trocar livremente informações e serviços informáticos". À vontade, afirma que o Mercado da Informação, "...com seu tamanho e diversificação, é muito maior que o mercado comunitário". Com argumentos destes calibres, nos estimula e nos concentra na leitura.

Arma continuamente cenários que, reconhece, configuram nova relação de 'have and have not', mas confirma que o pleno uso deste mundo futurista requererá altíssimos investimentos em infra-estrutura tecnológica. Revela que, no Japão, estima-se em 300 bilhões de dólares o custo para ligar, até 2010, todas as residências e locais de trabalho. Se projeta volume maior de recursos para o pleno cabeamento dos EUA. Só não explica de onde estas fortunas virão. Mas, estes são índices nada impossíveis para Dertouzos, pois rebate que tais investimentos se justificam pelo volume de dinheiro movido pelo matrimônio da informática com a mídia: 2 trilhões de dólares (correspondentes a 10% das economias dos países industrializados).

Como recheio, nos apresenta a história da Internet e seus principais recursos multimídia. Detém-se no hipertexto, instrumentos de busca, tevês por cabo, multimídia, dinheiro digital, companhias telefônicas, firmas de computação e software, criptografia, teletrabalho, computadores usáveis no corpo, satélites, Lei das Telecomunicações de 1996, sistemas de reconhecimento de fala, realidade virtual, privatização dos serviços de comunicação etc. etc. Depois de nos conduzir por uma

verdadeira “montanha russa” técnico-teórica, desemboca no conceito de informação, um dos temas mais intrincados nos EUA. E apresenta o que entende por isto: a hora do dia, previsão do tempo, a rota de um navio, o peso de um bebê, o projeto de uma casa, os cantos dos pássaros etc. Realmente, trata-se de forma muito própria de entender este tema, que o coloca, porém, em ressonância com a maioria dos trabalhos encontráveis nos ambientes acadêmicos do seu país.

Novamente nos pega pelas mãos, introduz os “alicerces” do território ciberspacial e, num saboroso Apêndice, nos apresenta os “motores, combustíveis e rodas da Era da Informação”. São as 14 páginas mais

fáceis e explicativas que conheço para aqueles que desejam entender o mundo da informática e das redes. Afinal, os computadores estão em nossas casas e a Internet não pode faltar aos comunicadores antenados.

Por estas verdadeiras “viagens”, pelo modo confortante de condução e pelo estímulo na busca e familiaridade com as tecnologias da informação, é uma obra irrecusável e que muito auxílio trará aos leitores e estudiosos. Não somente para os simpatizantes das tecnologias, mas também para aqueles que costumeiramente enxergam o satanás quando pensam no uso e na convivência com estes recursos. Vale conferir!

Memórias do jornalismo romântico

JOSÉ NÊUMANNE
(Jornalista e escritor, é editorialista do Jornal da Tarde e autor de Solos do silêncio – Poesia reunida)

ACCIOLY NETTO. *O império de papel – os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre: Sulina, 1998. 168p.

A foto de Getúlio Vargas morto, com um pano segurando o queixo. A polêmica sobre a culpa do Tenente Bandeira no crime do Sacopã. A agressão do deputado Leonel Brizola contra o repórter David Nasser. Faltou alguém em Nurembergue. Como a juventude transviada jogou a bela e ingênua Aída Curi do alto de um edifício em Copacabana. O rosto iluminado de Belini levantando a Copa do Mun-

do. O pif-paf de Vão Gogo. O misterioso desaparecimento de Dana de Tefé. Um texto de Gustavo Barroso sobre cangaceiros. Crônicas de Raquel de Queiroz e charges de Appe. O delicioso estilo de José Américo de Almeida. O incêndio do Circo Americano em Niterói. O sorriso de Miss Brasil, Maria Raquel de Carvalho: nunca mais mulher nenhuma será tão bela assim. O impossível acontece. As aparências enganam. De mulher para mulher. A cintura fina das garotas do Alceu.

Ao sabor da memória, sem método nenhum, vou citando referências de minha infância, uma infância sem muitos folguedos e com

muita asma, muito de uma coisa e de outra por causa do pó que emanava das páginas amassadas e rasgadas da coleção de *O Cruzeiro*, que minha prima Maristela guardava num baú na casa de Mãe-Inda, minha bisavó. O buraco da bala sob o monograma no pijama que Getúlio vestiu pela última vez. Meu pai colecionava a página do “Amigo da Onça”, de Péricles. As impressionantes fotografias da enchente do rio Jaguaribe, provocada pelo sangramento do Açude de Orós. O casamento da índia Diacuí com um sertanista. A cara ensaboada de Pelé no chuveiro do vestiário, depois de um jogo da seleção.

Lembrando-me de tudo isso, chego a considerar um despatutério a campanha de lançamento da revista *Época*, com a pretensão de compará-la com um tipo de *O Cruzeiro* nos dias de hoje. Ora bolas, nunca houve uma revista como *O Cruzeiro*. Dificilmente haverá! Nem a *Realidade* dos anos 60 nem a *Veja* de hoje. *O Cruzeiro* foi o retrato de um país romântico, que não existe mais, feito por uma seleção irrepetível de talentos jornalísticos incomuns, seja no texto, seja na fotografia, seja nas ilustrações.

Quem acreditar na campanha publicitária da *Época* não achará graça nenhuma no livro *O império de papel – os bastidores de O Cruzeiro*, escrito por um de seus redatores chefes, Accioly Netto. Mas quem possa ter tido algum contato com a revista em seus anos de ouro vai encontrar na leitura rápida e gostosa das lembranças do jornalista muito a aprender.

Vai conhecer o tempo em que o repórter fazia a notícia, como

David Nasser, suspeito de se ter fantasiado de mulher para passar por madame Chang Kai Chek para a objetiva de Jean Manzon. Naquele tempo, o dono – Assis Chateaubriand, o Chatô biografado por Fernando Moraes – se deixava fotografar no estúdio para passar ao leitor a falsa impressão de que dançara em algum baile na Corte de Elizabeth II da Grã Bretanha. Ou ainda da tirania de uma milionária mimada (Amélia Whitaker Gondim de Oliveira, presidente da empresa), vetando a publicação em primeira mão de uma obra-prima como *O velho e o mar*, por achar que o autor, Ernest Hemingway, era um devasso, ou, pior ainda, perdendo um magnífico original da novela *As duas irmãs*, de Lúcio Cardoso, por puro preconceito.

Pelas histórias que Accioly Netto conta, em seu livro, já não é mais possível fazer um jornalismo como era aquele feito na revista, que não foi a *Época*, mas, sim, a TV Globo de seu tempo. Isso pode ser visto pelo lado do bem: não há mais lugar no Brasil moderno para as chantagens que seu proprietário fazia com os anunciantes em potencial, ao melhor estilo de jagunço, que gostaria de ser, nem para o moralismo da milionária paulista, casada com seu primo, a famosa Dona Lili. Mas também pelo lado mau: sem o jornalismo romântico daqueles tempos, não é mais possível encontrar na imprensa contemporânea preciosidades como a *pulp fiction* produzida por Guimarães Rosa, antes de se tornar o escritor famoso que terminou sendo.

Pode-se até rir de um tempo em que um deputado (Barreto Pin-

to) posava de cartola, fraque e cueca samba-canção para uma revista de circulação nacional. Esse, contudo, será, na certa, um riso-amarelo,

nestes nossos tempos em que o decoro parlamentar não é mais rompido de roupas íntimas, mas, sim, direto no bolso.

Por uma Gramática Visual

FRANCISCO C. GOMES DE MATOS
(Universidade Federal de Pernambuco)

KRESS, Gunther e LEEUWEN, Theo van. *Reading images: the grammar of visual design*. London: Routledge, 1996. 288 p.

A universalização da linguagem visual e a conseqüente diversificação da Literacia Visual (aqui entendida como a capacidade humana de comunicar-se através da mídia não-impressa, por exemplo, ao admirar-se a Natureza ou apreciar-se obras de arte, ao ver televisão ou imagens na tela do computador) vêm contribuindo para um aprofundamento das pesquisas na importantíssima área da Comunicação Visual. Um exemplo expressivo desse fato é a publicação deste livro, por dois especialistas atuantes, respectivamente, no Institute of Education, University of London e no London College of Printing. Kress é professor de Língua Inglesa e Educação, enquanto van Leeuwen leciona Teoria da Comunicação, tendo tido experiência como produtor de cinema e de televisão na Austrália e Holanda. O autor principal já esteve no Brasil, sendo bastante apreciadas suas obras *Social semiotics* (1989) e *Language as ideology* (1993).

Este volume, com título genérico (equivalente a Lendo

imagens) e subtítulo específico (A gramática do design visual), contém um Prefácio (2 p.), Agradecimentos (2 p.), uma Introdução (14 p.), nove capítulos, Referências (13 p.) e Índice (7 p.). No Prefácio, os autores esclarecem que a obra é uma edição mais abrangente de um trabalho publicado em 1990 pela editora da Universidade de Deakin, Austrália. Os títulos dos capítulos podem dar uma idéia do alcance do livro: 1. The semiotic landscape: language and visual communication (14 p.), 2. Narrative representations: designing social action (37 p.), 3. Conceptual representations: designing social constructs (40 p.), 4. Representation and interaction: designing the position of the viewer (40 p.), 5. Modality: designing models of reality (22 p.), 6. The meaning of composition (o mais extenso: 49 p.), 7. The materiality of meaning: surface and inscription (12 p.), 8. The third dimension (22 p.), 9. Colourful thoughts - a postscript (4 p.).

Kress e van Leeuwen justificam seu uso da locução *grammar of visual design*, por falta de um termo que abrangesse pintura a óleo, layout de revista, cartum, diagrama científico. Esclarecem, também, que o enfoque reflete uma

gramática do design visual contemporâneo das culturas ocidentais e, conseqüentemente, vem a ser um inventário dos elementos e das regras subjacentes a uma forma de comunicação visual culturalmente específica (p. 3). Em benefício de educadores preocupados com uma possível hegemonia ou dominação da cultural visual, os autores argumentam que a transição do verbal para o visual envolve perdas e ganhos e que os diferentes meios semióticos - visual, verbal, gestual etc. - têm potencialidades e limitações (p. 31). Assim, revelam-se sensatos quanto à valorização dos diversos modos de perceber e representar de que dispõem os seres humanos.

Os leitores interessados na fascinante história da escrita encontrarão, no primeiro capítulo, um relato "não-convencional" sobre aquele sistema alternativo/complementar de comunicação. Os estudiosos da comunicação visual em material didático impresso, poderão apreciar a competência aplicativa dos autores, ao avaliarem alguns aspectos de antiga e da nova literacias visuais em livros destinados a crianças. A propósito, louve-se a abundante e eficaz exemplificação visual na obra: Kress e van Leeuwen

sabem pôr em prática o princípio do "Não se limite a falar a respeito: mostre-o!".

No capítulo 8, centrado no que os autores chamam de terceira dimensão (do leitor ao usuário), discute-se o assistir interativo (ing. *interactive viewing*), enquanto no capítulo final (traduzido-se o título: Pensamentos coloridos) os autores reforçam sua convicção sobre a natureza da gramática do design visual como um recurso para criação de significados, através de muitos diferentes sistemas (p.265).

Este resenhador, empenhado em favor do surgimento de uma conscientização em favor da formação crítica de educandos, não apenas como ouvintes-falantes-leitores-escritores, mas como "espectadores" (cf. o termo inglês *viewers*), recomenda esta obra pioneira, tanto por sua fundamentação teórica, quanto por seu imenso potencial aplicativo. Pesquisadores das áreas da comunicação muito aprenderão com os *insights* desta obra seminal. Que uma edição em língua portuguesa não tarde, para beneficiar um número maior de leitores, particularmente estudantes de graduação, a maioria dos quais ainda sem proficiência como leitores em inglês.

Minas de cabeça para baixo

NICOLINA ARANTES BOTELHO
(Universidade Federal de Viçosa)

RABÊLO, José Maria. *Binômio edição histórica: o jornal que virou Minas de cabeça para*

172

baixo. Belo Horizonte: Armazém de Idéias, Barlavento, 1997. 260 p.

Fundado em 1952, em Belo Horizonte, por Euro Luís Arantes, o jornal *Binômio* esteve sob sua direção até final de 1961. José Maria Rabêlo participou na direção desde o princípio e com a saída de Euro, se tornou oficialmente seu diretor de 62 a 64. Em consequência do golpe militar de 64, o jornal deixou de existir. Em seus melhores momentos, o *Binômio* chegou a tiragens de 60 mil exemplares.

Inicialmente conhecido como *Binômio - Sombra e Água Fresca*, caracterizou-se como um jornal humorístico de crítica e oposição ao governo Juscelino Kubitschek. A partir de 1956, passou a ser designado por *Binômio - Jornal da Semana*, e, em 1958, começou com o jornalismo regional, implantando sua edição em Juiz de Fora.

Esse semanário passou por três fases. A primeira delas (1952 a 1956), foi de humor político; a segunda (1956 a 1960), conhecida como panfletária, fez denúncias da corrupção e violenta oposição a Bias Fortes; a terceira é de pregação ideológica (1960 a 1964), quando aderiu às idéias nacionalistas da época.

Segundo o autor, o livro tem como "principal objetivo fazer uma reconstituição da experiência do *Binômio*, de sua evolução e do papel inovador que representou no cenário da imprensa mineira e nacional". Assim, utilizando diagramação de jornal, *Edição Histórica* conta a história do *Binômio*, desde sua criação até seu fechamento em 64, passando por seus momentos mais dramáticos de confronto com a repressão instituída. Além destes relatos e das análises feitas por José Maria Rabêlo, há,

também, uma pequena coletânea de charges, piadas e colunas de humor, depoimentos de jornalistas contando como realizaram algumas das grandes reportagens desse semanário e como era ser repórter do *Binômio*. Entre estes profissionais se encontram Fernando Gabeira, Wander Piroli, Guy de Almeida, Roberto Drummond e Ziraldo.

As críticas e reflexões; desenvolvidas abaixo, se baseiam em pesquisas iniciadas em 1992, incluindo o estudo sistemático dos exemplares do *Binômio*, assim como entrevistas com seus diretores e alguns de seus jornalistas, devido ao meu interesse pessoal pelo tema. Baseado nestes estudos, há que se destacar pelo menos três aspectos da *Edição Histórica* que merecem algumas considerações.

O primeiro deles diz respeito ao caráter "institucional" desta obra. Ou seja, avalia-se apenas os aspectos positivos da história do jornal e de suas contribuições ao jornalismo e à imprensa, o que a torna um tanto linear e unidimensional. Em decorrência, corre-se alguns riscos próprios do reducionismo, entre os quais o de perder uma das maiores riquezas da experiência do *Binômio*, devido à ausência, nos relatos, dos seus impasses, conflitos e contradições; de deixar de resgatar a própria "seiva vital" dessa verdadeira aventura que foi a existência do *Binômio*; finalmente, sem uma reflexão e uma avaliação críticas, fica bem mais difícil dimensionar adequadamente tudo o que de fato esse jornal representou em sua própria época, como, também, em que medida ele ainda conta para nós.

A dificuldade para dimensionar os fatos de forma adequada percebida na *Edição Histórica*, já se encontrava presente, de certa forma, no próprio *Binômio*, principalmente a partir de sua segunda fase, a panfletária. Característica própria do sensacionalismo, o efeito "fermento flashman" sobre os acontecimentos superdimensiona e amplia tanto seus contornos, que impede ou dificulta obter uma visão clara e precisa de sua importância. Este efeito transforma montinhos em montanhas. E, paradoxalmente, montanhas em montinhos.

Como já foi dito, no livro, além dos relatos e interpretações de José Maria, se encontram vários depoimentos de alguns intelectuais que trabalharam no *Binômio*, a maior parte deles durante sua fase de pregação ideológica. Mas é somente Fernando Gabeira, que trabalhou na Edição de Juiz de Fora, que menciona, brevemente, em seu depoimento, uma outra característica essencial do jornal, que permanece sendo importante problematizar. Ele diz que não se lembra bem das denúncias de corrupção do *Binômio*, "porque este lado muito moralista nunca me comoveu".

E este permanece sendo um problema atual: como criticar a realidade social e política sem cair no moralismo? Afinal, portando uma ideologia de sinal contrário - vide revista *Maquis* e Carlos Lacerda, entre outros - a direita lançava mão de um estilo bem semelhante ao da fase panfletária do *Binômio*, ou do "jornalismo heróico", como gostava de dizer Célius Aulicus.

Quando se pensa nesta faceta

moralista e moralizante do semanário, por exemplo, ao invés de se dizer que o *Binômio* foi "o jornal que virou Minas de cabeça para baixo", é melhor que se diga que esse jornal denunciou o quanto Minas se encontrava de cabeça para baixo. E apontou, inclusive, meios ou alternativas de se colocar nosso Estado de "cabeça para cima" (o que é uma posição pelo menos mais confortável).

Outro aspecto a ser considerado na *Edição Histórica*, refere-se ao seu relato, de certa forma, unilateral. Segundo seu autor, ele pretendeu fazer uma "reportagem sobre um jornal, talvez a primeira realizada com tal amplitude no Brasil". Mas a amplitude da *Edição Histórica* não inclui o ponto de vista de Euro Luís Arantes, que foi seu fundador e seu diretor durante praticamente os dez primeiros anos de existência do *Binômio*, de acordo com o expediente desse semanário.

Euro Luís Arantes não está mais aqui para apresentar sua versão dessa experiência. Mas existem algumas entrevistas que indicam certas divergências e diferenças relevantes entre ele e José Maria. Elas se dão pelo menos em três níveis: no que se refere à forma como cada um deles conta certos fatos; no que diz respeito à interpretação da própria trajetória do jornal; e em relação a certas posturas de cada um deles frente ao *Binômio*.

Ao falar da origem do nome desse semanário, por exemplo, José Maria diz: "Começamos escolhendo um nome que por si só trazia a linha oposicionista e de humor político que pretendíamos adotar". No

entanto, na entrevista intitulada "Binômio foi uma brincadeira de estudante que o Governo levou a sério", e que tem como subtítulo - "Entrevista (sincera) com o diretor do mais discutido órgão de imprensa mineira", reproduzida pelo *Binômio* em dezembro de 56, a informação é outra. Euro atribuiu a Milton Sales a sugestão do nome *Binômio - Sombra e Água Fresca*.

Diante deste fato, torna-se claro uma certa ambigüidade presente na informação dada por José Maria. Ele fala na segunda pessoa do plural, o que acontece com frequência em seus relatos, comprometendo, às vezes, a precisão da informação fornecida. Além disto, a autoria do nome "escolhido" não é mencionada. Fica, então, sugerido que o nome do jornal, além de "escolhido", foi criado pelos dois, sem contudo afirmar literalmente tal coisa.

Com relação às possíveis divergências de interpretação existentes entre os dois diretores, para o autor da *Edição Histórica*, por exemplo, o *Binômio* foi se apurando ao longo do tempo e encontrou seu momento áureo a partir de 1962. E mais: "teve três fases bem distintas (...) mas todas elas identificadas pelos mesmos valores, como a independência, o espírito crítico, uma forte consciência social e, sobretudo, um imenso sentido de humor." ("sentido de humor" é um valor?)

Para Euro, nas entrevistas concedidas em abril e maio de 1992 para a pesquisa mencionada acima, "o jornal, ao se tornar empresa, ganhou dinheiro e perdeu liberdade, progrediu graficamente e perdeu

editorialmente". Para comprovar este fato, cita a grande queda ocorrida nas vendas do *Binômio* em sua última fase de pregação ideológica, e argumenta: "Jornal de pregação ideológica é feito só para o seu próprio grupo. O jornal para o grande público pode ter uma linha de esquerda mais geral, mas sem se tornar porta-voz de um grupo ou partido".

Certa vez um humorista (salvo engano, Millor Fernandes), disse: "Se alguém me pedir para dizer apenas a verdade, nada mais que a verdade, já está me obrigando a mentir". Ou seja, propósitos muito gerais e abstratos, tais como "coragem para dizer a verdade" (slogan criado por José Maria - segundo ele mesmo - e utilizado na campanha de Euro para deputado federal), costumam não passar no teste de realidade. Inclusive, eles podem ser usados tanto por oportunismo como em nome de um ideal genuíno. Esta é uma outra dimensão problemática do moralismo.

Hoje, o princípio contido no slogan - "coragem para dizer a verdade" - não tem mais como ser aplicado na investigação de alguns aspectos da história do próprio jornal que o criou. Seja pelo caráter relativo e histórico das verdades, como nos ensina a ciência. Seja porque a memória falha ou se confunde. Seja porque há verdades que é melhor que não sejam ditas. Seja porque as evidências podem ocultar a verdade, comprovando o contrário do que realmente aconteceu. Seja porque não há mais como se apurar os fatos.

A verdade é que se perdeu uma boa oportunidade quando jornalistas de Belo Horizonte

promoveram um debate sobre o *Binômio* entre seus dois diretores, depois da chegada de José Maria Rabêlo do exílio. Euro Luís Arantes compareceu, mas José Maria foi representado por um de seus filhos.

Outro exemplo, que torna mais claro a diferença de postura na maneira de se conduzir em relação ao jornal, é o fato de que, nos agradecimentos da *Edição Histórica*, José Maria demonstra ser grato a sua irmã Therezina, a outros familiares e a Rubens Cleto Moreira, que segundo ele, "se expondo a riscos, salvaram as coleções do Binômio (...), conservando-as ocultas durante os anos de ditadura e possibilitando-nos com esse gesto a construção do relato que hoje estamos entregando". No entanto, a coleção desse jornal sempre esteve à disposição no Arquivo Público Mineiro, em Belo Horizonte. Durante doze anos, Euro Luís Arantes enviou semanalmente os exemplares do *Binômio* para este Arquivo. É possível perceber na *Edição Histórica* esta tendência para mistificar certos fatos e omitir outros. Tendência que compromete pelo menos em parte as informações, a interpretação da trajetória do jornal e a avaliação de sua importância, contidas neste livro.

O terceiro aspecto desta publicação a merecer alguns comentários refere-se ao que pode ser considerado o seu ponto alto. Trata-se, sobretudo, do que faz deste livro uma mini-coletânea do *Binômio*: seu humor e as páginas de vários de seus exemplares são reproduzidas neste livro. É de grande relevância, também, os depoimentos de vários intelectuais, que em sua maioria trabalharam no jornal

durante sua fase de pregação ideológica. Eles viveram direta ou indiretamente a aventura de participar na construção desse "pequeno grande" jornal. Há, também, análises de estudiosos que pesquisaram sua contribuição para a imprensa e história.

Ao contrário do que afirma José Maria quanto ao humor do *Binômio*, é realmente lamentável que esta linguagem tenha deixado de ser a característica fundamental desse semanário. Sua fase humorística é, sem dúvida nenhuma, seu período mais fértil, original e criativo. Mais do que fazer rir, como nos diz a *Edição Histórica*, o humor do *Binômio* chegava a tocar a própria essência do cômico: tornar audível o próprio riso do mundo, traduzir sua natureza risível. E é Celius Aulicus, principalmente em sua coluna, O Golpe, pelo General da Banda (criado por Euro e desenvolvida por Celius), que manteve vivo o coração desse semanário. Parafraseando Bakhtin ao comentar Rabelais, é através de Celius que podemos continuar ouvindo o riso do *Binômio*.

É importante, sem dúvida, considerar a relevância de suas denúncias de corrupção, carro chefe de sua fase panfletária. Principalmente considerando que nos anos 50 predominava no país, bem mais do que hoje, a cultura do favor e do débito político, o que dificultava um tanto a identificação destas práticas como sendo atos de corrupção. No entanto, em sua fase humorística, as denúncias eram feitas através de uma linguagem irreverente, que misturava crônica, humor e uma certa dose de ficção

para narrar os fatos. Inspirado no jornal *Manha*, tem um estilo peculiar, original e bem mais agradável do que o que foi adotado em suas fases posteriores. E os fatos não perdiam sua veracidade, embora fossem narrados através de metáforas, associações e comparações muitas vezes gozadíssimas e geniais.

Principalmente em seus primeiros anos, parece que o jornal utilizou de forma intencional alguma dose de ficção para noticiar os fatos, criticando-os, pois em alguns momentos ele mesmo se refere aos seus "personagens principais". Portanto, considerando que o *Binômio* nasceu saudavelmente "bem humorado", não deixa de ser frustrante acompanhar sua mudança drástica de "temperamento", como diriam os antigos, de "sangüíneo" para "bilioso".

A compreensão do humor e de sua importância para o jornal aqui apresentada não coincide com a que foi exposta na *Edição Histórica*. Mas há outros aspectos da interpretação desta publicação, que para serem melhor avaliados, necessitam de um estudo específico, que não cabem aqui. É o caso, por exemplo, dos outros "valores", além do humor, que, segundo José Maria, dão unidade às três fases do jornal, ou seja: "a independência, o espírito crítico, uma forte consciência social". Para saber se de fato eles sobreviveram ao longo da história do jornal, mantendo sua "identidade", torna-se necessário pesquisar se na última fase do *Binômio* houve realmente a perda de liberdade e a perda editorial, conforme afirmou Euro Luís Arantes.

Quanto aos depoimentos de

alguns daqueles que fizeram o *Binômio*, eles transmitem, entre outras coisas, a força que uma experiência realmente genuína e significativa pode ter para aqueles que a vivem, marcando positivamente suas vidas no nível pessoal e profissional.

Além de dimensões importantes da história da imprensa no Brasil, ao ler estes relatos é possível perceber certos aspectos mais essenciais do que era ser jornalista nos anos 50 e 60: uma prática que de certa forma transformava o jornalista em um "observador participante" de seu próprio cotidiano, vivendo apaixonadamente os acontecimentos para relató-los com eloquência. Fazer jornalismo costumava ser uma atividade visceral.

Portanto, o livro *Binômio - Edição Histórica: o jornal que virou Minas de cabeça para baixo* é de grande interesse para os profissionais da área de comunicação em geral e para os profissionais da imprensa em particular, assim como para historiadores e cientistas sociais. Nele se encontra a visão de José Maria Rabêlo da história do jornal *Binômio*; uma mini-coletânea do que seu autor considera mais representativo desse semanário; os depoimentos de alguns daqueles que o fizeram, principalmente durante sua fase de pregação ideológica; e, também, de profissionais que pesquisaram sua importância para a imprensa e para a história de Minas nos anos 50.

Dado a relevância do jornal, *Binômio* se encontra acima e além de seus diretores e de suas possíveis (e saudáveis) diferenças e divergências. Como nos diz Ecléa

Bosi: "Aquilo que se viu e se conheceu bem, aquilo que custou anos de aprendizado e que, afinal,

sustentou uma existência, passa (ou deveria passar) à outra geração como um valor".

Ciência x anticiência: a divergência e o debate necessário

LUIZ CARLOS BEZERRA

(Universidade Metodista de São Paulo)

Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, n.º 29, 1998. 272p. Revista semestral editada pelo Curso de Pós-Graduação em Comunicação Social do Centro de Comunicação e Artes da Universidade Metodista de São Paulo.

Uma polêmica interessante: será que a divergência entre ciência e anticiência significa que ambas se repelem? Ou será que uma é o necessário contraponto da outra?

A discussão pode ser extraída da leitura palpitante dos três primeiros artigos da edição n.º 29 da Revista *Comunicação e Sociedade*, cujo tema central é Divulgação Científica e Poder Midiático. Embora os textos em questão não caminhem direta ou necessariamente na direção dessas indagações, pode-se muito bem chegar a elas, ou então assumir um posicionamento favorável a uma ou outra. Pelo resultado das avaliações dos articulistas, a posição tenderia naturalmente a favor da ciência.

Isaac Epstein, da UMESP e do Comitê Editorial da publicação, dá o tom polêmico do debate logo no título de seu artigo, o primeiro, "Ciência e Anticiência (apontamentos para um verbete)".

Seu texto procura traçar a origem de algumas vertentes teóricas de determinados ideários pró e hostis à ciência. Seu objetivo, explícito, é aumentar a compreensão das tendências atuais da anticiência.

Ele procura deixar claro que os ataques à ciência às vezes são confundidos com os ataques à razão, sem ignorar que muita discussão contrária à ciência pode partir de dentro da própria academia. Epstein ainda procura diferenciar o entendimento do que é anticiência (que nega) e do que é pseudociência (que tenta imitar ou simular a ciência).

"La difusión del conocimiento al público: cuestiones y perspectivas", de Manuel Calvo Hernando, da Universidade de San Pablo (Madrid, Espanha) e secretário geral da Associação Iberoamericana de Jornalismo Científico, é o segundo artigo. Ele mergulha na distância entre a sociedade e a comunidade científica, provocada por uma multiplicação do conhecimento científico, não acompanhada por um crescimento paralelo de seu entendimento e popularização.

Calvo busca os problemas desse distanciamento e tenta descrever as funções sociais da

divulgação científica. A dificuldade lingüística, pela dificuldade de decodificação da linguagem científica, é um dos problemas citados pelo professor, que ainda enfatiza a importância do comunicador se tornar o mediador entre o leigo e o cientista, através de uma linguagem coloquial, para suscitar interesse, curiosidade e emoção.

Isabel Guglielmone de Urioste, da Université de Technologie de Compiègne (Bolívia), aborda "La Divulgación Científica em la Television Francesa de los Anos 90". O trabalho considera as novas formas do discurso televisivo como dotado de sentido a partir da interseção de múltiplos fatores que participam do processo comunicacional, tanto na produção como na recepção. Ela entende que as novas formas audiovisuais utilizadas pela televisão francesa, nos anos 90, para divulgar ciência e tecnologia, podem ser consideradas como uma maneira moderna e não tradicional de transmitir conhecimento.

Anamaria Fadul trata, em seu artigo sobre "A Internacionalização dos Grupos de Mídia no Brasil nos Anos 90", do processo de internacionalização e regionalização dos principais grupos de mídia. Nesse período, as transformações econômicas e políticas brasileiras exerceram grande influência no País e nos grupos de mídia.

Como não seria possível estudar as várias empresas de mídia, Fadul escolheu verificar três grupos multimídias do eixo Rio-São Paulo, além de um grupo de Porto Alegre.

Foram os grupos Diários e Emissoras Associadas, as Organizações Roberto Marinho, o Grupo Abril e a Rede Brasil Sul, todos de expressão nacional de papel importante na história da indústria brasileira de mídia. Esses grupos podem ser diferenciados de outros justamente pelas tentativas de internacionalização e regionalização efetivadas em determinados períodos.

"Percepções Contemporâneas do Poder do Media" é o quinto artigo da revista, de autoria de Mário Mesquita, da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (Portugal). Para ele, as questões comunicacionais transformaram-se numa espécie de problemática corrente e obsessiva das sociedades atuais. Levando em conta a percepção contemporânea da influência dos meios de comunicação social, o artigo propõe distinguir três aspectos: a perspectiva da revalorização do poder dos media, a noção de ideologia da comunicação e a idéia de crise nos media e do jornalismo.

Para Mesquita, a sociedade já não sabe se comunicar consigo mesma, pois sua coesão é contestada e seus valores se destróem, com símbolos demasiados gastos que já não conseguem ser unificadores. Nesse contexto, os próprio media reproduzem o debate sobre sua própria atividade comunicativa. Em seu discurso, ele procura rediscutir o jornalismo como poder, assim como o papel do jornalista, cujo postura deveria ser a de informar, narrar e convencer, sem se limitar a agradar.

Perfis de pesquisadores gaúchos

PAULO DA ROCHA DIAS
(Universidade Metodista de São Paulo)

MARQUES DE MELO, José (Coord.). *Memória das ciências da comunicação no Brasil: o grupo gaúcho*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997. 286 p.

As preocupações do Professor José Marques de Melo com o alcance social das Ciências da Comunicação como componente da cultura brasileira e a sua profunda consciência de que a verdadeira ciência deve, de alguma maneira, ser útil à vida, levaram-no a elaborar este audacioso projeto dos perfis bio-bibliográficos nas diferentes universidades brasileiras onde ensina História das Ciências da Comunicação. Sua intenção é, sem dúvida, resgatar e preservar a tradição da pesquisa em Comunicação no Brasil e no continente.

À primeira vista, a ênfase no aspecto histórico pode parecer descabida, sobretudo em se tratando desses tipos de perfis, desprovidos de pretensões mais generalizados ou panorâmicas. Depois, porém, de uma leitura completa e atenta, a mente observadora chegará a estas pretensões.

Neste volume foram editados 21 perfis de pesquisadores. Todos, exceto Adelmo Genro Filho, ainda estão vivos e alguns são extremamente jovens. Todos atuam tanto nos setores profissionais quanto nas instituições gaúchas de ensino e pesquisa. As atividades de pesquisa e

ensino e a prática profissional destes biografados constituem parte importante da memória das Ciências da Comunicação no Rio Grande do Sul. Isto justifica a publicação da coletânea, formulada em tom de amável conversa que leva o leitor a se debruçar sobre um passado recente, voltado puramente para a Comunicação.

Os perfis, elaborados por Mestrandos em Comunicação Social da FAMECOS/PUCRS e da Universidade Metodista de São Paulo, e também por alunos do Curso de Especialização em Comunicação Social da Universidade de Passo Fundo, constituem mais um importante passo na organização do conhecimento em Comunicação acumulado neste século, ainda que dispersamente, pela comunidade científica gaúcha.

Na excelente introdução, o Professor José Marques de Melo, comunicólogo brasileiro de fama internacional, busca as raízes dos estudos científicos sobre Comunicação na América Latina, no Brasil e, particularmente, no Rio Grande do Sul. Seu levantamento aponta a Comunicação como um campo científico que emerge e se configura no continente através do acúmulo de conhecimento e da sistematização de generalidades. Iniciativas desta natureza são muito bem-vindas pois, ao mesmo tempo em que configuram o ambiente científico da Comunicação, recuperam uma tradição que a liberta dos grilhões que a aprí-

sionavam aos paradigmas das outras Ciências Sociais.

Estes perfis não se limitam simplesmente à tarefa de reconstituir a trajetória humana dos pesquisadores gaúchos. O caminho trilhado por eles serve, no livro, como meio iluminador dos respectivos percursos intelectuais. Com a análise da trajetória resgata-se a singularidade do pensamento de cada um e sua utilidade na configuração do emergente campo científico da Comunicação no Brasil.

Os comunicólogos perfilados na coletânea foram agrupados em desbravadores, sedimentadores e continuadores. Razões metodológicas, mais que cronologia histórica, justificam esta divisão. Assim, por exemplo, pesquisadores dos dias de hoje aparecem no grupo dos desbravadores por haverem introduzido perspectivas e métodos ainda ausentes na tradição de pesquisa em comunicação naquele estado sul-brasileiro. Este modo de agrupar mostra com argúcia o desenvolvimento do pensamento comunicacional no Rio Grande do Sul. É uma construção cuidadosa dos rumos de institucionalização do pensamento e da história das Ciências da Comunicação e, ao mesmo tempo, um mar-

co na consolidação de seu lugar distinto no conjunto das Ciências Sociais.

Por outro lado, trata-se de uma coletânea de perfis cujo processo de seleção obedeceu a critérios subjetivos. Algumas lacunas seriam inevitáveis. Entre estas apontamos, como o fez o próprio iniciador do projeto, a estrutura textual e o conteúdo de alguns trabalhos. A maioria dos perfis apresenta boa estrutura redacional e conteúdo sólido, outros pecam por serem superficiais e obscuros e ainda outros deixam a desejar em relação aos padrões de texto e conteúdo da pesquisa científica produzida no Brasil.

Contudo, esta valiosa obra tem o mérito de exibir a atividade científica como um processo criativo dentro do contexto da cultura. Apresenta seus protagonistas como pessoas que teimaram em dedicar toda a vida para criar um ambiente científico para a Comunicação dentro e fora das Universidades. Seu significado humanístico é de grande profundidade. Trata-se de uma leitura recomendável a todos aqueles que amam a Comunicação e vêem nela um dos pilares do entendimento e da melhoria da humanidade.