

O mercado, o leitor e as revistas da Abril

SILVIA HELENA SIMÕES BORELLI

(Pontifícia Universidade Católica de São Paulo)

MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas. O caso da Editora Abril*. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1997. 386p. (Tese de Doutorado, UNICAMP)

A tese de doutorado *O leitor e a banca de revistas. O caso da Editora Abril*, de autoria de Maria Celeste Mira, é um trabalho que já se fazia esperar. Tanto na área de Ciências Sociais como na de Comunicação, existem vários estudos sobre rádio, televisão, cinema, publicidade, jornalismo, histórias em quadrinhos etc. Existem também pesquisas sobre as revistas, especialmente, sobre as revistas femininas, mas não havia sido feita ainda uma história das revistas no Brasil. Portanto, um primeiro ponto a ressaltar é a sua originalidade. Faltava uma história da Editora Abril, a maior e mais importante editora de revistas do país.

Em segundo lugar, deve-se mencionar a sua enorme abrangência. Tendo como base as publicações da Editora Abril, a tese discute também sobre suas concorrentes no mercado, de modo a formar um painel sobre cada tipo de revista. Além disso, cobre um período muito maior do que o da existência dessa editora, vindo desde o século XIX até a revista *Caras*. Trata-se do resultado de um enorme esforço de pesquisa que traz a público uma vasta quantidade de dados novos sobre o assunto. É, neste sentido, um texto de referência sobre um aspecto específico e inexplorado da

história da imprensa no Brasil. Em suas páginas, como veremos mais detalhadamente a seguir, encontram-se análises, experiências, depoimentos inéditos, curiosidades e até anedotas, através das quais a autora reconstruiu a história de revistas tão importantes como *Veja*, *Claudia*, *Quatro Rodas*, *Realidade*, *Playboy*, *Cosmopolitan*, *Placar*, *Capricho* e tantas outras. Ao fazê-lo, a autora tematiza temas pouco explorados como o jornalismo de serviço, o jornalismo esportivo etc.

Outro aspecto importante a salientar é a perspectiva internacionalista, ou globalizada, a partir da qual o texto se desenvolve. O Brasil não aparece como um lugar isolado do mundo, mas em constante relação com ele. Assim, no século XIX, a autora relaciona o nascimento das revistas no Brasil com a influência da cultura francesa e a consequente proliferação aqui, como lá, das revistas ilustradas. O estudo estabelece também importantes genealogias, que só poderiam ser descobertas através da cuidadosa pesquisa realizada. Com sua leitura ficamos sabendo como as revistas ilustradas do século XIX e início do XX darão origem a *O Cruzeiro* e como este, por sua vez, fará a transição para a era da indústria cultural. A partir dos anos 30/40, cai a hegemonia da cultura francesa e as publicações sobre cinema e rádio, as histórias em quadrinhos, o *Reader's Digest* etc. já se fazem sob a égide da cultura americana. É neste momento que entra

em cena Victor Civita, cujas grandes referências são a Itália e os Estados Unidos, a partir das quais, introduz os quadrinhos Disney no Brasil e incrementa a produção de fotonovelas. Isto é basicamente o que se lê no primeiro capítulo.

O segundo capítulo traz as histórias daquelas que a autora denominou as "grandes revistas": *Claudia*, *Quatro Rodas*, *Realidade* e *Veja*. Além do sabor narrativo que oferecem, de reconstituição de época, dos dilemas dos anos 60, essas histórias são pretexto para desenvolver análises específicas. Em *Claudia* se discute a força da relação entre a mulher e o meio revista, remontando às origens da imprensa feminina no século XIX. Em *Veja*, a vinculação da revista de informação à aceleração do tempo na modernidade e assim por diante. Em todas elas, permanece a perspectiva do mundo que se globaliza, no caso, dos modelos de publicações que circulam pelo mundo adaptando-se às condições locais. Dessa forma, a autora traz à luz as origens de *Claudia*, *Quatro Rodas*, *Realidade* e *Veja*. Dentre elas, merece destaque a pesquisa sobre o surgimento de *Time* nos Estados Unidos e sua conflituosa implantação no Brasil com *Veja*. É neste capítulo que conhecemos melhor Roberto Civita, cuja importância como editor no Brasil é pouco lembrada.

Esse olhar que busca apreender a globalização como um processo se concretiza com o recurso utilizado pela autora de promover constantes deslocamentos espaciais e temporais. O texto circula, vai a outros países e volta ao Brasil, retrocede no tempo e retorna ao momento atual. No terceiro capítulo, por exemplo, somos convidados a

conhecer o mundo do criador de *Playboy*, os Estados Unidos dos anos 50, e voltamos ao Brasil dos anos 70. De volta à América nos anos 60, encontramos a criadora de *Cosmopolitan* e regressamos ao Brasil uma década mais tarde. O capítulo é dedicado inteiramente a essas duas únicas revistas e há motivos para isso. Primeiramente porque se trata, em *Playboy*, da primeira análise de fôlego sobre a revista masculina. Em seguida, porque *Cosmopolitan* (*Nova*, no Brasil) toca no controvertido problema da emancipação feminina. Ao invés de comparar as revistas femininas entre si, a autora "joga" com o contraponto entre a revista masculina e a feminina, desenvolvendo uma sofisticada análise da questão do gênero. Deslocando o problema para o campo da Comunicação, trabalhando com o par gênero (masculino e feminino) versus gênero (narrativo), a autora inova e renova as possibilidades de análise. Finalmente, o destaque conferido às duas revistas repousa no fato de formarem, como a autora os chamou, "grandes segmentos internacionais", ou seja, de serem, respectivamente, a maior revista masculina e a maior revista feminina do mundo.

Construir desde o início essa perspectiva global permite à autora no quarto e último capítulo tê-lo como pressuposto. A diferença é que neste estamos diante de um mundo conectado. Novos modelos de revistas passam a surgir simultaneamente em vários países, inclusive no Brasil, e numa velocidade assustadora. Para destrinchá-lo a autora introduz duas novas variáveis, além do gênero: a geração e a classe social. No primeiro caso, estuda as publicações dirigidas a jovens e adoles-

centes, que surgem no mundo todo, a partir dos anos 60, e que terão suas expressões maiores, no Brasil, em revistas como *Pop*, *Capricho* (reformulada), *Bizz*, *Fluir*, *Ação Games* etc. O interessante nesta parte da tese é o cruzamento de variáveis como gênero e geração, resultando na diferença entre títulos como *Capricho* e *Carícia*, do lado feminino, e *Placar* (reformulada) e *Fluir*, do lado masculino. Ou o cruzamento dos recortes de gênero e classe, que separa *Exame*, masculina e de elite, de *Contigo*, feminina e popular, entre outros exemplos.

Este é talvez o maior mérito da tese. Mais do que uma história das revistas, trata-se de um excelente estudo sobre o processo de segmentação da mídia. Como o aspecto da globalização, o da segmentação percorre todo o trabalho, sendo o seu objetivo maior, como esclarece a própria autora, na introdução. E aqui é importante frisar a pertinência do objeto escolhido para discutir a questão da segmentação. Mais do que a televisão, o rádio, o jornal e outros meios, a revista é o objeto que melhor responde a essa interrogação, na medida em que sua produção é mais segmentada e seus públicos muito mais diversificados. Deve-se notar também a complexidade dos recortes elaborados pela autora para atingir a compreensão do fenômeno da segmentação. Para além de afirmar a insuficiência do recorte de classe ou de gênero, para, isoladamente, dar conta de explicar a diversidade dos produtos oferecidos pela mídia, a autora articula esses recortes, notadamente, os de classe, gênero e geração, apontando para outros, como etnia, homo/heterossexualidade, etc., numa análise fina e sofisticada.

O resultado final, contido já

no último capítulo e na conclusão, estabelece as relações entre o processo de segmentação da mídia e os movimentos sociais e culturais mais amplos, como os das mulheres, dos jovens, dos negros, dos homossexuais etc., revelando os vínculos estreitos entre consumo e construção de identidades. As conclusões teóricas a que se chega no final resultam claramente da feliz combinação entre pesquisa empírica e bibliográfica. Sob este último aspecto, é importante observar que a autora recupera com desenvoltura autores clássicos, como Adorno, Morin, Williams, entre outros, aos quais incorpora uma bibliografia extremamente atual, que vem, sobretudo, da linha dos *cultural studies*, desenvolvidos em países como a Inglaterra, Holanda, Austrália etc.

Finalmente, mas talvez ainda mais fundamental, é o fato do trabalho ser todo construído tendo em conta o leitor. Embora não se trate de um estudo de recepção, a influência dessa perspectiva é notável. A própria autora assume, ao citar, na introdução, a frase de Jesus Martín-Barbero que diz que a recepção não é um ponto de chegada, mas o ponto a partir do qual todo o processo de comunicação pode ser entendido. Sem este enfoque dificilmente a tese teria chegado a algumas de suas principais conclusões, ou seja, a de que as revistas circulam, nascem, morrem, fracassam ou fazem sucesso em função de condições de vida que um determinado público leitor vivencia, conferindo sentido à sua leitura.

Por tudo isso, penso que *O leitor e a banca de revistas* é uma tese cuja publicação é urgente.

A Construção da Ciência pela Comunicação

ELIZABETH BRANDÃO
(CONRERP-DF/Universidade de Brasília)

ATTUCH, Maria da Graça de França Monteiro. *A Produção da Notícia sobre Ciência e Tecnologia na Embrapa*. Brasília: Universidade de Brasília, 1998. (Dissertação de Mestrado, UnB)

A despeito da indiscutível importância para a academia e para a ciência, ninguém pode negar que dissertações e teses dificilmente são também leituras cativantes. Pois Graça Attuch conseguiu arquitetar um impecável trabalho científico e que prende a atenção do leitor como uma reportagem. O tema se insere na tradição do jornalismo científico, porém a abordagem é bastante atual, tratando a notícia científica como construtora de realidades e consensos. Seu enfoque privilegia o processo de produção de notícia dentro de uma instituição científica, procurando reconstruir o percurso da notícia a partir do acontecimento, seja ele um fato institucional ou científico, até sua transformação em releases e sugestões de pauta encaminhados às redações. Neste percurso, revela também como são construídas e mantidas as relações da empresa com a imprensa e a interdependência que se forma entre elas.

Este é um dos aspectos que deve ser ressaltado, já que raros são os estudos que abordam a instituição enquanto fonte especializada e credível. Para a autora, a Embrapa é uma referência obrigatória para a

mídia em questões de ciência e tecnologia agropecuárias, e seu estudo de documentos, políticas e publicações da empresa, aliadas às observações minuciosas retiradas das entrevistas e do trabalho de campo revelam o papel ativo da instituição junto à imprensa como "fonte organizada e dedicada a investir recursos, tempo e esforço para criar acontecimentos e gerir notícias, com vistas a mobilizar o espaço público em favor de suas pretensões legitimadoras". Para Attuch, existe uma certa dependência da mídia em relação à Embrapa enquanto 'definidora primária' de acontecimentos e de interpretações sobre esses acontecimentos, situação que a empresa utiliza estrategicamente para se inserir no espaço público e construir um consenso em relação à representação de si mesma e em relação à realidade da ciência e tecnologia agropecuárias na sociedade brasileira.

A experiência da autora na área (jornalista e relações públicas, ela é empregada há alguns anos da Embrapa onde foi chefe da Assessoria de Comunicação Social) permitiu-lhe uma leitura crítica acurada dos diversos atores e situações que participam do processo de comunicação. À esta vivência, a autora somou um sólido conhecimento teórico que lhe possibilitou ultrapassar certas visões tradicionais de comunicação institucional e afirmar que a divulgação científica "é um pro-

cesso de construção de sentidos negociados passo a passo e orientado segundo interesses e valores em jogo na luta simbólica que os autores envolvidos travam pela interpretação da realidade”.

O PROBLEMA (ou, de como as inquietações profissionais cotidianas podem levar à ciência)

A divulgação científica via mídia vem sendo objeto de exaustiva discussão entre profissionais e estudiosos de jornalismo científico em teses, dissertações e fóruns específicos. De modo geral, essas discussões têm se caracterizado por uma crítica à lógica de mercado dos jornais e à deficiência da formação profissional do jornalista pretendendo para a mídia uma *visão pedagógica*, conforme preconizada pela Indústria Cultural.

A maioria dos trabalhos focaliza preferencialmente uma abordagem quantitativa da notícia científica na grande imprensa (espaço ocupado pelas notícias científicas). Aqueles que optam por uma abordagem qualitativa, têm se limitado a criticar o conteúdo dessas notícias, considerando-o distorcido e sensacionalista (ênfase nos conflitos existentes entre cientistas e jornalistas) ou distanciado das necessidades do público receptor (supremacia de notícias de origem estrangeira).

Para Attuch, estes trabalhos acabam por reduzir a produção da notícia científica a uma relação polarizada de cientistas versus jornalistas, onde a assessoria de imprensa desempenha apenas o papel de mediadora. Nesta ótica, há um cientista que, em geral financiado pela sociedade, produz conhecimento científico e tem por obrigação prestar contas a essa sociedade, tornando

do público o conhecimento produzido; há também um jornalista que deve transmitir ao público, com objetividade e imparcialidade, os avanços científicos, com o propósito de fazer com que esse público entenda a importância da ciência. Entre eles, os assessores de imprensa aparam as arestas, buscando conquistar espaços e sendo responsabilizados pela qualidade da divulgação do trabalho científico.

Este modelo polarizado de discussão do jornalismo científico, que Attuch considera reducionista, foi confrontado com suas próprias observações sobre os caminhos da divulgação científica e ela pôde perceber que:

- existe uma clara intenção da Embrapa de se colocar junto à imprensa como referência obrigatória em assuntos de ciência e tecnologia agropecuárias;
- se nem todas as tecnologias, produtos e serviços da Embrapa transformavam-se em notícia, que fatores explicariam as razões pelas quais alguns acontecimentos viravam notícia, tinham existência pública, e outros não?
- a produção da notícia na Embrapa é um processo que envolve campos de interesse distintos, ora convergentes, ora divergentes. Há ocasiões em que, face a um assunto polêmico, o pesquisador prefere se omitir a dar uma declaração que possa considerar comprometedor; em outras, quando há interesse em aumentar a visibilidade da empresa - ou seja, fatos que possam representar uma oportunidade de divulgação dos resultados da pesquisa - produtos ainda não acabados ou já amplamente conhecidos são transformados em notícia.

Essas inquietações que surgem do cotidiano profissional levaram a autora a olhar a notícia científica, não como um simples espelho da realidade - perspectiva segundo a qual "os fatos estão lá", nos laboratórios ou nos campos experimentais da Embrapa, bastando à imprensa ou aos jornalistas da empresa relatá-los - mas sim como um processo de interação social e de uma série de negociações, o que empresta à notícia um papel sócio-político nas sociedades contemporâneas.

Ao reconhecer a notícia como processo de interação e de negociações, Attuch parte de três pressupostos que estruturam a lógica de seu raciocínio e que servem de guia, tanto na metodologia de pesquisa, quanto na escolha da linha teórica que utiliza. Estes pressupostos, resumidamente são: a) que a realidade cotidiana é uma realidade socialmente construída (com base em Berger e Luckmann); b) que os *media* desempenham um papel importante na construção da realidade, influenciando o modo como o público (receptor) organiza e estrutura a imagem da realidade social; e c) que os *media* não criam, autonomamente, as notícias e são dependentes de assuntos noticiosos específicos, fornecidos por fontes institucionais regulares e credíveis, com as quais mantêm uma relação estruturada e das quais tendem a reproduzir as opiniões sobre tópicos controversos (baseado em Hall).

A PESQUISA (ou, de como transformar a rotina profissional em perspicácia científica)

A pesquisa foi estruturada com o objetivo de responder a duas questões interrelacionadas: como as condições sociais de produção da notícia afetam os contatos da em-

presa com a imprensa e as notícias que elabora para enviar às redações, e que tipos de efeito ela pretende ao procurar a mídia com seus releases e sugestões de pauta e como reage às solicitações da mídia.

A técnica utilizada foi a da observação participante, na perspectiva dos estudos etnometodológicos dos anos 50 e 60 e que foram usados por autores que pesquisaram o *newsmaking*, e que serviram de fundamentação teórica para a dissertação.

Como para a etnometodologia a realidade social é constantemente criada pelos atores, e não um dado pré-existente, e é por meio das atividades práticas dos membros de um grupo ou de uma organização que se revelam as regras deste grupo ou desta organização, a autora optou por observar e analisar não apenas as normas e diretrizes da empresa referentes à produção da notícia, mas as circunstâncias do cotidiano em que pesquisadores e profissionais de comunicação da Embrapa se envolvem ao produzirem notícia, suas atividades práticas no processo, suas palavras, expressões e gestos. Assim, ao invés de partir do pressuposto de que os atores seguem as regras, trata de evidenciar os métodos pelos quais esses atores "interpretam" e "atualizam" as regras existentes, tornando-as observáveis e descritíveis.

Para isso, acompanhou durante um ano o cotidiano dos pesquisadores e profissionais de comunicação das três unidades de pesquisa da Embrapa localizadas em Brasília (Cerrados, Hortaliças e Recursos Genéticos e Biotecnologia) procurando verificar, por meio da participação no seu dia-a-dia, de conversas informais e entrevistas, as

circunstâncias práticas em que as notícias sobre a Embrapa são produzidas, os critérios utilizados pela empresa para selecionar o que deve ou não ser notícia, os comportamentos dos pesquisadores e dos profissionais de Comunicação na promoção de acontecimentos para o conhecimento do público e os resultados esperados com a transformação desses acontecimentos em notícias.

Deve-se ressaltar também a segurança com que a autora utilizou os princípios preconizados pela etnometodologia, ao estudar as rotinas produtivas da notícia na instituição, e a maturidade teórica que lhe permitiu, também a ela como pesquisadora, "interpretar e atualizar" o conhecimento das teorias com o conhecimento da realidade. Attuch trava um diálogo permanente entre as teorias de comunicação e a realidade do cotidiano da empresa que vivenciou. E esta, talvez seja a principal qualidade e a marca de originalidade dessa dissertação: a capacidade de repensar os fundamentos teóricos a partir da observação da realidade do objeto de pesquisa.

A FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA (ou, de como utilizar as teorias científicas como fonte)

Os principais conceitos utilizados pela autora são o de **newsmaking**, que ela vai buscar basicamente em Mauro Wolf e Nelson Traquina, o de **campo científico**, de Pierre Bourdieu e o de **campo dos media**, de Adriano D. Rodrigues.

Mas o foco central da dissertação é o *newsmaking*. Tradicionalmente utilizado nas pesquisas que abordam as condições de produção de notícias nos veículos, o conceito se fundamenta justamente no caráter negociado da produção da in-

formação. A abordagem do *newsmaking* se articula principalmente dentro de dois limites: a cultura dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. As conexões e relações existentes entre esses limites irão estabelecer os critérios de relevância que definem a noticiabilidade de cada acontecimento, isto é, sua aptidão para ser transformado em notícia.

Re-apropriado pela autora, o conceito mostrou-se ainda mais produtivo do que quando usado nas pesquisas em veículos, pois permitiu captar, além das conexões entre a cultura do jornalista e a da organização, também as nuances do que talvez se possa chamar de "cultura de assessoria de comunicação", que implica em uma forma de "ver" e tratar a notícia muito diferente daquela que o estudante costuma aprender nas faculdades de jornalismo.

No caso da Embrapa, Attuch trabalha o conceito para analisar as condições de produção - sociais, profissionais e técnicas - que afetam a transformação dos acontecimentos em notícias e temas a serem encaminhados à imprensa, e que estão associadas à imagem que a empresa fornece, de si e da ciência, aos media, como fonte institucional. Concebe também o "momento de construção da notícia", um dos focos dos estudos de *newsmaking*, como a faceta conceitual que vai permitir-lhe identificar o papel das fontes institucionais como fornecedoras de informações e como produtoras de acontecimentos que buscam "fazer sentido" e gerar consenso social.

Conclusão

A primeira conclusão a que se chega após a leitura desta disser-

tação é que ela é, pela qualidade de seu conteúdo, uma Tese de Doutorado disfarçada de Mestrado. A segunda é que trata-se de um dos melhores estudos já realizados na área de comunicação institucional, ainda que se declare como jornalismo científico. Quem já fez assessoria de comunicação reconhece de imediato quanto são verdadeiras as análises da autora, que não estão restritas à Embrapa nem ao jornalismo científico e revelam as características que presidem a lógica do trabalho das assessorias.

Por fim, um último aspecto ainda deve ser ressaltado: a impor-

tância da conjugação do trabalho científico com a vivência da realidade. Percebe-se em cada linha do trabalho que Graça Attuch demonstra excepcional segurança nas análises e observações, e isso é possível porque seu objeto de estudo fez parte da sua realidade - uma "construção de sentidos" na qual ela também tomou parte. Quanto à qualidade de suas análises, está ancorada em um firme conhecimento teórico que lhe permitiu lançar um olhar oblíquo sobre seu próprio cotidiano. Neste caso, a teoria realmente "iluminou" a realidade.

Comunicação e Saúde na Internet

VERA REGINA TOLEDO CAMARGO
(Universidade Estadual de Campinas)

MACEDO, Mônica. *Comunicação em Saúde na Internet – uma análise da revista eletrônica Saúde e Vida On Line*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 1998. 148p. (Dissertação de mestrado, UMESP)

No momento em que assistimos ao aumento da incidência de doenças crônicas (obesidade, hipertensão, diabetes etc.), decorrentes em grande parte de hábitos de vida insalubres, as ações de comunicação voltadas à prevenção e ao esclarecimento da população adquirirão maior importância. Simultaneamente, o surgimento de novas mídias cria alternativas à difusão de notícias, permitindo explorar recursos como interação entre leitores e fontes de informação, educação à dis-

tância e outros.

Em *Comunicação em Saúde na Internet – uma análise da revista eletrônica Saúde e Vida On Line*, Mônica Macedo mostra que a comunicação pode contribuir para a saúde pública através de iniciativas de boa qualidade e custo relativamente baixo. Macedo acompanhou, durante dois anos, o processo de produção da revista eletrônica Saúde e Vida On Line (SVOL), veiculada através da World Wide Web. A SVOL é dirigida ao público leigo e tem seções de artigos assinados, debates, leis e ética médica, correio eletrônico, links para outras publicações eletrônicas, entre outras. Os artigos são escritos por médicos colaboradores voluntários e revisados pela editora, que é jornalista. Além disso, a SVOL oferece um serviço de escla-

recimentos de dúvidas dos leitores, o "Pergunte ao Dr.", que recebe cerca de 90 perguntas diárias sobre assuntos de saúde.

A pesquisa, que envolveu questionários com 241 leitores, entrevistas com os médicos e a editora e análise de conteúdo de 368 textos - referentes às perguntas dos leitores e às respostas dos médicos, foi feita, em parte, através da própria Internet. Nesse aspecto, o capítulo de metodologia traz uma útil contribuição àqueles que investigam hábitos e comportamentos de usuários na Internet, recomendando algumas técnicas de composição da amostra, de elaboração e aplicação de questionários de pesquisa e interpretação dos dados.

Um dos resultados mais significativos é que boa parte dos leitores (39%) utiliza o "Pergunte ao Dr." como forma de obter uma segunda opinião médica. Ao enviarem suas dúvidas à revista, eles citam explicitamente um diagnóstico prévio, sobre o qual a maioria demonstra dúvidas (88%). Tal resultado parece indicar que, cada vez menos, os pacientes confiam em seus médicos. A imagem do médico já não inspira mais confiança como outrora. Todos querem certificar-se do diagnóstico ou do tratamento prescrito para sua doença. No entanto, como assinala a pesquisadora, a expectativa de que a SVOL resolva, sozinha, problemas de saúde de seus leitores é de certa forma ilusória. Um serviço de informação à distância tem limitações e não pode funcionar como um segundo diagnóstico, o que seria condenável pela legislação e pelo código de ética médica.

Há uma outra função, contudo, que o "Pergunte ao Dr." parece preencher com eficácia. Muitos lei-

tores, ao escreverem para os médicos, não desejam meramente obter informação. Eles querem receber apoio emocional e atenção a seus problemas pessoais. Conforme se observa na análise dos textos, 73% das perguntas são de caráter pessoal, muitas sobre doenças raras, embora haja também questões sobre hábitos alimentares, prática de esportes, segurança no trabalho etc. Há poucas perguntas genéricas ou sobre curiosidades científicas.

É justamente nesse ponto que a pesquisa de Macedo torna mais evidentes as ligações entre comunicação e saúde, ao mostrar como a informação científica, tratada jornalisticamente, pode levar a resultados concretos na área de saúde. De fato, há vários casos de leitores que escrevem de volta à SVOL relatando mudança de hábitos ou de orientação em seu tratamento após terem consultado a revista e novamente seus médicos. Nesse caso, o estudo comprova que a comunicação é auxiliar ao sistema de saúde, provendo aos pacientes informações que eles normalmente não conseguem obter no consultório ou hospital.

Curiosamente, muitos dos leitores da SVOL (48%) são profissionais da área de saúde, a maioria médicos. Suas motivações para consultar a revista incluem a facilidade de consulta, interesse por novas mídias, conhecimento dos problemas dos pacientes e utilização dos artigos em seu consultório, entre outros. Mas, como aponta Macedo, o fato de textos dirigidos ao público leigo interessarem aos próprios médicos pode ser também indicativo do baixo índice de leitura nesse meio e de que muitos não lêem em inglês, língua da maioria dos trabalhos

científicos da área de saúde. Por outro lado, dado o grau de especialização do conhecimento médico, é impossível manter-se atualizado em todas áreas. Nesse sentido, a SVOL abre tal possibilidade ao oferecer textos sintéticos, em uma linguagem acessível, sobre diversos assuntos.

Comunicação em Saúde na Internet é um trabalho inovador e de resultados interessantes, apesar de necessariamente provisórios, dado que o perfil dos usuários de SVOL, assim como os da Internet no Brasil, em geral, está se modificando rapidamente e em pouco tempo

já não corresponderá àquela apontado por Macedo. No entanto, isso só reforça a importância de que a pesquisa seja realizada periodicamente. A autora fornece todos os dados para que isso seja feito pela própria equipe responsável por SVOL, sendo aplicável também a outras revistas e, nesse sentido, o trabalho apresenta uma proposta concreta de avaliação de publicações eletrônicas de divulgação na área de saúde, o que pode contribuir para a melhoria da qualidade dessas publicações e, conseqüentemente, da saúde coletiva.

Atendimento com entendimento

REGINA CÉLIA ESCUDERO CÉSAR
(*Universidade Metodista de São Paulo*)

PIROLO, Maria Amélia Miranda. *Atendimento com entendimento: o resgate da comunicação*. São Bernardo do Campo: Instituto Metodista de Ensino Superior, 1997. 117p. (Dissertação de Mestrado, IMS)

No mercado empresarial, vive-se hoje, a propalada "Era do Cliente". A qualidade total propõe a satisfação do cliente não só pela relação preço/ qualidade dos produtos, mas também pela excelência dos serviços prestados especialmente no tocante ao atendimento do público consumidor. As organizações procuram novas posturas no trato com seus públicos externos e, para isto, o investimento em treinamento de seu público interno é fundamental.

Em se tratando de instituições financeiras a situação não é diferente. É neste ponto que a pesquisado-

ra Maria Amélia Pirolo insere seus questionamentos sobre a política de atendimento do Setor de Crédito Rural do Banco do Brasil no seu relacionamento com os Pequenos Produtores, levando em conta pontos como o regionalismo, descendência e nível sócio-cultural, fundamentados num profundo estudo sobre os aspectos econômicos e sociais da agricultura no Brasil.

Num trabalho específico de Relações Públicas, a autora enfatiza a importância do estabelecimento de linhas de comunicação que possibilitem as instituições troca de informações essenciais com seus públicos, especialmente com aqueles historicamente desconsiderados nas suas políticas de comunicação. No caso do setor do Crédito Rural do Banco do Brasil, tal canal de comunicação aberto, revelou algo espe-

cialmente significativo: parte de seu público, o pequeno produtor rural, prescinde de uma política de comunicação mais efetiva e eficiente.

Para realizar sua pesquisa, recorre às técnicas de pesquisas qualitativas como ferramenta de trabalho. Através delas, Pirolo começa a estabelecer um relacionamento mais próximo com seu público, a fim de conhecê-lo e poder identificar suas características e necessidades.

As pesquisas qualitativas permitem mais do que levantar dados a cerca do problema em estudo, querem conhecê-lo na sua totalidade e estabelecer uma maior aproximação entre os agentes da pesquisa. O pólo pesquisado não é tratado pela autora como seu objeto de investigação: é seu público que dá a direção e o sentido ao trabalho.

E é aí que reside uma importante contribuição da pesquisa: Esta aproximação pesquisador/públicos, levada a termo, estabelece um diferencial entre aqueles profissionais que buscam um verdadeiro gerenciamento dos caminhos da comunicação e os que enfatizam os valores promocionais ligados à imagem das instituições principalmente baseados em estratégias puramente de marketing.

Comunicação é via de mão dupla e é neste contexto que as Relações Públicas são concebidas a fim de gestionar a comunicação empresarial. Pirolo resgata esta idéia e lhe dá sentido quando se volta ao estigmatizado pequeno produtor, valorizando suas opiniões.

Através da pesquisa participante e colhendo depoimentos deste público, a pesquisadora mexe em um verdadeiro "vespeiro", em que o jogo de interesses permeia caminhos tão desconhecidos aos olhos

do pequeno produtor onde a ele só resta a alternativa de assinar um contrato de crédito rural sem qualquer conhecimento das reais implicações e condições estabelecidas.

"O Sr. J.S., pequeno produtor, com 10 alqueires, inadimplente e com dívidas securitizadas, afirma que não lê o contrato agrícola, não recebe esclarecimentos e não se preocupa, pois não sabe ler ... 'e do que adiantaria'..."(p.90).

Depoimentos como este enriquecem o trabalho do início ao fim, sendo que a pesquisadora busca compreender a realidade sob a perspectiva de quem a vive de fato. Faz primeiramente uma retrospectiva da história do crédito rural no Brasil, fundamental à compreensão da política de atendimento do Banco do Brasil.

A partir destes dados, colhe informações através da observação participante, junto aos funcionários de três agências do Norte do Paraná sobre seus conhecimentos técnicos para a prestação de tais serviços.

Neste momento a pesquisadora desenvolve as informações obtidas nas entrevistas e observações com uma reflexão sobre os aspectos sócio-culturais que caracterizam cada uma das agências pesquisadas. Valorizando o regionalismo e a cultura dos que participam deste atendimento, a autora descobre o viés da comunicação num gerenciamento monitorado pela matriz através do estabelecimento de regras e normas que não são adequadas às pessoas que irão prestar os serviços.

O resultado desta pesquisa institucional feita através da técnica de pesquisa participante é muito valioso porque reconhece nas par-

tes do todo, elementos que são essenciais ao trabalho e seu entendimento, a fim de estabelecer uma política de atendimento fiel às características dos públicos envolvidos. Não vê a Instituição como um bloco fechado, onde as partes existem para atender ao todo. Ao contrário, vê nas partes o sentido da unidade. O trabalho é dialético na sua praxis.

Do início ao fim do texto há uma preocupação com a contextualização dos dados. Trata de uma temática atual e que vem sendo debatida pelos grandes meios de comunicação social do país - o calote dos grandes produtores agrícolas e a inadimplência e securitização das dívidas por parte dos pequenos produtores. Este fenômeno pode ser abordado sob diversos aspectos, como o econômico, o jurídico, o político, o cultural, sociológico e até psicológico, mas problematizar o sentido da comunicação na política de atendimento dada a este pequeno produtor é realmente uma função do profissional de Relações Públicas.

Mas por que razão o grande produtor não foi sujeito desta investigação? Talvez pelo fato de que o grande produtor não seja uma vítima da desinformação como o é o pequeno agricultor. Ao contrário, usa, em seu interesse, de todas as possibilidades, não raro de forma a beneficiar-se não cumprindo as normas contratuais e até mesmo a legislação.

"Recentemente, a imprensa mostrou quem são e como vivem os caloteiros do crédito rural do Banco do Brasil. São os grandes produtores rurais, bem assessorados juridicamente - que levam um padrão de vida sonhado por muitos e alcançado por poucos -

, os maiores devedores do crédito rural do Banco do Brasil e, quando procurados, afirmam simplesmente que não pagam, pois como diz Sueo Matsubara, de Londrina (PR):

'Sabemos que o Banco do Brasil não vai nos tomar bens de uma hora para outra' (A turma ..., 1995, p.33).

[Porém],

'ser devedor do Banco do Brasil nem sempre é sinal de calote: 9 entre 10 clientes rurais pagam suas dívidas(...). A inadimplência entre pequenos e médios produtores é pequena. Existem os que como Pedro Delamagiora dos Santos, dono de 170 hectares na região de Londrina, preferem pagar o banco a trocar de carro, como faz a maior parte dos grandes produtores (A turma ... 1995, p.37).

A pesquisa mostra que a falta de comunicação neste setor é fator determinante na desinformação do pequeno produtor no tocante aos contratos de crédito rural e as renegociações das dívidas. Por força desta desinformação, a situação de grande parte deles se torna economicamente insustentável.

"De um lado, o funcionário pensa que dá a informação ou assume um jogo ambíguo, no qual oferece dados confusos sem cumprir o objetivo de informar; e, do outro, o produtor acena que está tudo bem, atestando com a pergunta: 'onde devo assinar?' (p.53)

Não há treinamento para os que prestam a informação e nem tempo para se preparar para tal ser-

viço. São maços e maços de normas e procedimentos, alterações de leis que chegam aos setores de crédito rural que, já minguados pela política de demissão voluntária do Banco do Brasil, não têm condições e nem estímulos para fornecer respostas coerentes e que atendam às necessidades do pequeno produtor.

A técnica da entrevista em profundidade foi utilizada para conhecer o que pensa o pequeno produtor, onde a pesquisadora "deixou fluir a informação, não impôs obstáculos." Buscou uma série de depoimentos daqueles que vivem o pesadelo da dívida no seu dia-a-dia. Constatou a grande confusão na qual se vê o pequeno produtor, decorrente das constantes alterações nas normas, taxas e políticas que regem o setor do Crédito Rural.

Já perdido em meio a tantas mudanças de procedimentos, o pequeno produtor fica ainda mais desorientado quando procura nos serviços de crédito rural do Banco do Brasil a resposta às suas dúvidas. Depara-se com funcionários que utilizam-se de linguagens equivocadas e distantes da sua realidade sócio-cultural e, devido à falta de treinamento, não há conhecimento suficiente por parte do funcionário sobre as regras para obtenção do crédito rural a fim de repassá-las com eficiência ao receptor. Ou seja, há a informação mas dada de forma errada por pessoas mal preparadas.

"No relacionamento do pequeno produtor rural com a pessoa que realiza o atendimento no setor de crédito rural, é necessário que as palavras tenham uma significação comum para cada ponto da comunicação" (p.83).

Para entender este processo, Pirolo faz um estudo sobre a função da informação e dos códigos verbais usados dentro do atendimento. Segundo a autora, se houvesse um "entendimento no atendimento", Instituição e pequeno produtor sairiam ganhando. O Banco do Brasil teria menos inadimplentes e dívidas securitizadas e o pequeno produtor melhor qualidade de vida.

Neste sentido, o regionalismo das pesquisas de Pirolo é um elemento de fundamental importância para o entendimento desta situação. As três agências escolhidas - Jaguapitã, Assaí e Ibiporã - situadas numa região agrícola por excelência, convivem com diferentes padrões culturais que não podem ser deixados de lado na prestação de informações ao cliente. Assaí, por exemplo, é uma cidade de colonização japonesa, onde a língua e os costumes nipônicos se misturam aos brasileiros, isto quando não se sobressaem a eles.

Trata-se da sobrevivência do pequeno produtor que, bem assistido - e aí a questão do atendimento é essencial -, estará em condições de melhor defender seus interesses visando o pagamento de suas dívidas sem precisar recorrer aos rolagens e à prática comum de juros sobre juros. Ao Banco restará um número bem menor de dívidas a serem securitizadas e/ou casos de inadimplência.

"Portanto, atendimento é todo o procedimento que envolve informação, esclarecimentos ou redução de dívidas, que tenha como fim gerar o entendimento e, como princípio, a comunicação" (p.96).

Pirolo, tratando de um tema polêmico e até melindroso, conse-

gue através da pesquisa qualitativa, extrair dos pólos participantes dados especialmente importantes. As técnicas de pesquisa participante, observações e entrevistas, trouxeram à tona sentidos e sentimentos de seus sujeitos.

Através desta abrangente reflexão a autora comprova que comunicação é o ingrediente que dá condições para a realização do atendimento com entendimento dentro de uma instituição.

Sendo um trabalho desenvolvido por uma pesquisadora da área de Relações Públicas, o tema atendimento é abordado de uma forma

bastante interessante e renovada.

É leitura imprescindível aos colegas de profissão pois contribui para inserir as Relações Públicas numa perspectiva de comunicação no seu sentido puro, o de "tornar comum a muitos" = comunicar, ou mesmo a todos, como quer a autora em seu trabalho, quando valoriza os sentimentos e a realidade do pequeno produtor rural, historicamente submetido à políticas escravizantes, preconceitos, estigmas e destratos, um exemplo bem típico do brasileiro, razão maior de ser do nosso dito Banco "do" Brasil.

Isto é fazer Relações Públicas.

Rádios Livres no Brasil

VERA CHAIA

(Pontifícia Universidade Católica de São Paulo)

SEGURADO, Rosemary. *Rádios Livres: descentralizando o poder*. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1996. 131p. (Dissertação de Mestrado, PUC/SP)

"Sorte não haver o que segure som". Com esta frase de Itamar Assunção, Rosemary Segurado começa seu trabalho, que tem como objetivo analisar as Rádios Livres, surgidas no Brasil à partir dos anos oitenta. Para tanto recupera a legislação autoritária que regulamenta a concessão dos meios de comunicação e especificamente o rádio no Brasil e desvenda a atuação sempre opressiva do Estado neste campo.

Fundamentando-se em um referencial teórico tomado de Michel Foucault e Félix Guattari, o estudo recupera a idéia de 'malhas' do po-

der e a possibilidade da emergência de manifestações contrárias às estruturas do poder do Estado.

Segurado analisa as legislações referentes ao sistema de comunicações e discute a centralidade do poder no Brasil, apresentando os vários momentos destas regulamentações na história brasileira. Por outro lado, enfocando o problema além da área oficial, também destaca as propostas inovadoras do Fórum pela Democratização da Comunicação e a Lei da Informação Democrática apresentada por sindicatos de jornalistas em todo o país, além da Federação dos Jornalistas e dos Radialistas que se contrapõe à legislação brasileira centralizadora.

Como uma forma de contestação aparecem as rádios livres, que começam a pipocar em vários can-

tos dos mais diferentes países. É neste sentido que Rosemary recupera a origem das rádios livres na Europa. A partir deste processo de aparecimento deste tipo de mídia, mostra a distinção entre rádios piratas e livres e destaca as primeiras emissoras piratas que atuavam, nos anos 50, na Inglaterra - que questionavam o monopólio estatal exercido pela BBC (British Broadcasting Corporation) e visavam a formação de rádios comerciais, pois até então somente as rádios estatais eram autorizadas a funcionar.

As primeiras rádios livres na Europa surgem na década de 60, com experiências importantes na França, na Itália e na Espanha. A irradiação destas experiências alternativas em rádio acontecem simultaneamente na América Latina, como exemplos em Cuba, na Bolívia e em El Salvador.

No Brasil o primeiro caso de transgressão à centralização autoritária do Estado ocorrerá em 1971, com a atuação de dois irmãos moradores em Vitória no Estado do Espírito Santo, criadores da Rádio Paranóia. A repercussão é imediata e começam a aparecer outras experiências de rádios livres em várias cidades brasileiras. O Estado contrata com a atuação constante da DENTEL (Departamento Nacional de telecomunicações), cuja finalidade é fiscalizar o Sistema de Comunicação no Brasil. Segurado mostra-nos a dinâmica e o mecanismo da repressão, constante e também aponta para a desobediência, processo que tende a se acelerar e neste cenário surge em 1985 a Rádio Xilik, que funcionava no campus da PUC/SP e que procurava transmitir uma programação alternativa, com traços inovadores e contestatórios.

Para Rosemary Segurado "a rádio livre pode ser considerada enquanto um instrumento técnico para dar voz à subjetividade, para engendrar uma nova possibilidade de subjetivação. Neste sentido, a rádio livre é um meio e não um fim em si".

Como estudo de caso, a autora selecionou a Rádio Reversão, que surgiu na zona leste da cidade de São Paulo, à partir da experiência da Casa de Cultura Reversão do bairro de Vila Ré, no ano de 1985. Recupera o histórico de criação desta rádio, desde a parte físico-espacial da Casa, até analisar com muita acuidade a programação da rádio, voltada para uma produção cultural própria. Rosemary entrevistou tanto ouvintes da programação como os criadores e instaladores da rádio.

O slogan "Rádio Reversão FM. Rádio do subterrâneo a serviço da cultura do subterrâneo" já expressava o significado da sua atuação. A emissora privilegiava a produção cultural da região, com músicos, poetas e literatos locais.

Mas o sistema centralizador, através da DENTEL volta a agir e apreende todos os equipamentos da Rádio Reversão em abril de 1991. Deixa de entrar no ar durante três anos, reaparecendo novamente em 1994.

A autora acompanhou todo o processo judicial que envolveu o fechamento da rádio, reproduzindo e analisando trechos selecionados deste processo. O principal acusado, Léo Tomaz, foi interrogado várias vezes e testemunhas foram chamadas. A recuperação destes depoimentos à partir do processo judicial é elucidativo e de grande interesse, pois expressa revolta, estupefação e críticas agudas ao sistema de cen-

tralização do Estado nesta área das comunicações.

A sentença do juiz responsável pelo andamento do processo foi favorável à absolvição do Léo Tomaz. Corajosamente o juiz afirmou que a rádio Reversão não representava "...atividade que afronta as normas vigentes, notadamente sob o aspecto criminal". Uma nova situação se configurou para as rádios livres e comunitárias que viram que este precedente jurídico as favorecia.

A Rádio Reversão voltou a funcionar no mês de abril de 1994,

porém em dezembro do mesmo ano um raio atingiu a antena da rádio colocando-a definitivamente fora do ar. O momento agora era outro, vivenciávamos discussões em torno da legalização das rádios livres e rádios comunitárias.

O trabalho de Rosemary é corajoso e inovador, pois ele disseca as estruturas de poder e centralização do Estado brasileiro com relação ao sistema de comunicação e também apresenta os movimentos rebeldes e as experiências alternativas com as rádios livres.

Profissionalização da comunicação sindical

DENISE COGO

(Universidade do Vale do Rio dos Sinos)

CASTRO, Cosette Espíndola de. *Tropeçando no Espelho - um estudo da comunicação sindical*. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1997. 190p. (Dissertação de Mestrado, FAMECOS/PUC-RS)

"Briga para gente grande". No título de um artigo publicado em 1995 pelo jornalista Ricardo Kotscho, a constatação de que no embate entre grande imprensa e imprensa sindical "não há mais lugar para amadores", também vem se constituindo no principal foco de preocupação acadêmica de um escasso grupo de investigadores brasileiros dedicados, nas duas últimas décadas, a reivindicarem, com base

nos resultados de suas investigações, a profissionalização da comunicação produzida pelos sindicatos brasileiros.

Ao atribuírem status científico à temática, esses pesquisadores têm conduzido à esfera acadêmica, o protagonismo de uma imprensa que, apenas no âmbito da Central Única dos Trabalhadores (CUT), representa um universo de 12 milhões de exemplares mensais em circulação em diferentes regiões do país.

Entre esse grupo de investigadores¹, está Cosette Espíndola de Castro, professora e pesquisadora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo-RS), cujo conjunto de artigos e papers acadêmi-

1 Dentre ao quais estão Maria Nazareth Ferreira, Bruno Fuser, Luiz Momesso, Dennis de Oliveira e Tony Andre Scharlau Vieira.

cos sobre comunicação sindical culminam com a produção de uma dissertação de mestrado intitulada "Tropesando no Espelho - um estudo da Comunicação Sindical". À sua experiência de pesquisadora, a autora alia sua trajetória anterior de jornalista junto ao Sindicato dos Bancários do Estado Rio Grande do Sul, para desenvolver uma investigação que extrapola a constatação do amadorismo da comunicação sindical brasileira, identificando na estreita inter-relação entre grande imprensa e comunicação sindical, as dificuldades de formulação de políticas capazes de qualificar a comunicação produzida hoje pelos sindicatos brasileiro e assegurar credibilidade frente a seu público e à sociedade.

O percurso metodológico é construído pela autora a partir de comparações entre dois jornais impressos - um sindical, *O Bancário*, e outro da imprensa comercial, *Zero Hora*. A investigação toma como ponto de partida a hipótese de que o jornal sindical *O Bancário* mira-se no principal veículo de comunicação impressa do Rio Grande do Sul para, discursivamente, produzir sentido entre os seus leitores. Através de um exaustivo trabalho analítico de um conjunto de edições dos dois veículos, a autora desenvolve um rigoroso percurso metodológico amparado na concepção dos discursos sociais formulada por Eliseo Verón, nos estudos de Antonio Fausto Neto e nas abordagens sobre produção e recepção em comunicação de Jesus Martín-Barbero.

A autora empenha-se em analisar como *O Bancário* e *Zero Hora* (ZH) constroem a enunciação jornalística da greve dos petroleiros ocorrida em 1995; como aparecem outros saberes (por exemplo, o reli-

gioso e o cultural) nesta construção; e de que maneira as duas publicações recorrem a outras fontes para emergir a "verdade", a versão de cada uma sobre o acontecimento **greve dos petroleiros**. Enfim, que mecanismos ideológicos, via regras linguísticas, são acionados para construir aos leitores o ponto-de-vista de cada veículo.

Ao aproximar economias enunciativas aparentemente tão opostas quanto a de *Zero Hora* e do jornal sindical *O Bancário*, Castro reitera que o jornal sindical "mira-se" no espelho mediático de *Zero Hora* para conquistar seus leitores. Ou seja, *O Bancário* absorve as estratégias de *Zero Hora* através da utilização dos mesmos recursos discursivos para conquistar o leitor via diagramação, uso de títulos, textos e imagens. Este ato de "mirar-se" no espelho das representações discursivas de ZH termina por constituir a subjetividade do dispositivo enunciativo do jornal sindical bancário. O veículo sindical deixa, assim, de converter-se em autor de seu próprio discurso e se propõe a transformar o modelo de economia discursiva proposta pela imprensa comercial.

A constatação de que ZH constitui a subjetividade do dispositivo enunciativo do jornal sindical implica, conforme Castro, em pensar que tais relações refletem - como o reverso do espelho, um espelho distorcido. Ou seja, o mesmo tipo de relação que a mídia constrói com seu público ao considerá-lo nada mais do que consumidores, meros receptáculos de informação, enclausurados no âmbito do imaginário, sem subjetividade.

Nessa perspectiva, a análise do ponto de vista da produção rea-

lizada no decorrer da pesquisa se articula à esfera da recepção, considerada pela autora enquanto processo de interação e de negociação de sentidos. Castro aponta para insuficiência da simples tentativa de produzir sentido que tem pautado a Comunicação Sindical, sugerindo que a estrutura sindical leve em conta o processo de circulação desta significação. Afinal, é na circulação dos discursos - entendido como o processo pelo qual o sistema de relações entre condições de produção e condições de recepção é socialmente produzido - que se constrói um sentido para um texto (seja de um jornal, de uma revista, de um programa de rádio, de TV ou um

vídeo).

É ao fazer a reelaboração discursiva do imaginário cultural que a comunicação sindical pode avançar na construção enquanto autora de um outro discurso, deixando de olhar a mídia como um espelho onde precisa se mirar. Um discurso que, ao menos em teoria, se propõe a ser, para a classe trabalhadora, uma alternativa à mídia, sem se restringir a ver o sujeito apenas enquanto classe, mas permeado por vários outros discursos articuladores do social. Discursos que, ao articularem gênero, etnia, religião ou procedência regional, constituem elementos que estruturam sujeitos.

Dublagem em nova abordagem

CHRISTINE GREINER

(Pontifícia Universidade Católica de São Paulo)

SOARES, Luiz Cláudio Cajaíba. *Versão brasileira... Dublagem na TV como recurso difusor do cinema*. Salvador: **Universidade Federal da Bahia**, 1999. 119p. (Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da UFBA)

A dissertação de mestrado *Versão brasileira... Dublagem na TV como recurso difusor do cinema*, escrita por Luiz Cláudio Cajaíba, sob a orientação do professor Ewald Hackler, para a Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, representa uma nova abordagem para o fenômeno da dublagem.

Grande parte da originalidade

do trabalho pode ser atribuída ao fato de o autor não ter se contentado em fazer uma coleta bibliográfica dos textos já existentes a respeito do tema, como, muitas vezes, é aceitável em dissertações de mestrado. Perturbado pela unanimidade dos argumentos presentes nos livros sobre a história do cinema e motivado a realizar uma verdadeira pesquisa de campo, o autor decidiu arregaçar as mangas e entrevistar uma série de profissionais de São Paulo e Rio de Janeiro (os principais centros para este tipo de trabalho), colhendo depoimentos, experiências e opiniões, muitas vezes, bastante diferentes daquelas já registradas nas abordagens tradicionais.

Isto não significa que tenha

deixado o passado e as pesquisas já realizadas de lado. O primeiro capítulo é, justamente, dedicado à retrospectiva que remonta aos primórdios da sonorização. Ele discute a questão da relação som/imagem, as consequências desta grande novidade para os modos de percepção do público e para a eterna discussão relativa à fidelidade ao universo real.

A bibliografia é bastante pertinente, uma vez que, o autor preocupou-se, em primeiro lugar, com o rastreamento do material disponível para apenas mais tarde, propor novas abordagens.

Ainda na primeira parte, é discutida a questão da obra de arte e até que ponto a dublagem prejudica ou não o teor artístico das produções. O famoso texto de Walter Benjamin a respeito da qualidade aurática original e da reproduzibilidade das obras de arte, é também apropriadamente citado, sugerindo, inclusive, um teor social, relativo ao entendimento da dublagem como meio democratizante de reprodução.

O segundo capítulo estuda a questão da tradução e da oralidade, com a reprodução de depoimentos de alguns tradutores que trabalham, efetivamente, no mercado da dublagem. E o terceiro e último capítulo traz informações importantes a respeito do teor técnico da dublagem, as várias etapas do processo, muitos depoimentos e um histórico da dublagem brasileira, bem colocado.

Outro aspecto trabalhado é a questão da dublagem através de mídias diversas. O teor político-social acaba surgindo através dos depoimentos a respeito da pertinência ou não, relativa às reservas de mercado,

referentes ao exagero, muitas vezes reconhecível, quanto à veiculação dos chamados "enlatados americanos", ou mesmo, mais recentemente, na esteira das novelas mexicanas, por exemplo.

Com certeza, mais do que esgotar o assunto, este texto, que merece ser publicado, suscita muitas indagações. Algumas delas, podem ser lembradas como sugestões para os leitores e, quem sabe, para o próprio autor em uma etapa posterior da sua pesquisa. Por exemplo: a questão da cultura que, já na introdução, é citada e, com razão, não explorada nesta primeira etapa do percurso acadêmico, uma vez que, para tanto, seria necessário um aprofundamento maior no que se refere ao estudo da linguagem. Neste sentido, os estudos da Semiótica da Cultura e não apenas da linguística, poderiam ser bastante úteis, assim como, as pesquisas de alguns cientistas cognitivos como as dos filósofos Paul Churchland e Daniel Dennett, que têm trazido diferentes enfoques ao entendimento da relação língua-cultura-consciência.

A questão do corpo, que também é bastante presente no trabalho, poderia ser ainda mais explorada em um segundo momento a partir de alguns estudos da utilidade da voz, da preparação do ator e das suas relações complexas do tipo: corpo do ator como imagem, corpo do ator como som, em sucessivas etapas da tradução, entendida a partir do conceito transcrição, de Haroldo de Campos. Uma das abordagens mais criativas para o entendimento do processo de tradução e que, neste tipo de estudo, suscitaria a instauração de uma poética da voz.

O Artigo Científico

JOSÉ MARQUES DE MELO
(Universidade Metodista de São Paulo)

TARGINO, Maria das Graças - *Comunicação científica: o artigo de periódico nas atividades de ensino e pesquisa do docente universitário brasileiro na pós-graduação*. Brasília: Universidade de Brasília, 1998. 387p. (Tese de Doutorado, Departamento de Ciência da Informação e Documentação da UnB)

Dentre os gêneros comunicacionais através de que os cientistas difundem o conhecimento novo ou discutem as tendências de cada disciplina, o **artigo** ocupa lugar hegemônico. Trata-se de uma forma de expressão legitimada pela comunidade acadêmica mundial, constituindo unidade de referência para aferir a produtividade individual e o reconhecimento coletivo dos produtores de C&T.

A literatura brasileira sobre esse objeto continua muito escassa. A maioria dos manuais de metodologia do trabalho científico privilegia os gêneros da comunicação primária, ou seja, aquela destinada aos próprios pares. MARTINS & CELANI¹ se restringem à **tese**; INÁCIO FILHO² focaliza exclusivamente a **monografia**; MOURA CASTRO³, por sua vez, demonstra preferência pela **comunicação científica**,

mais conhecida entre nós pelo anglicismo "paper". Um dos poucos autores que se preocupa com a comunicação secundária, ou melhor, com os processos de difusão do saber para contingentes mais amplos, com finalidades didáticas ou informativas é NOVAH MORAES⁴. Ele sugere algumas formas de divulgação, potencializando a circulação do conhecimento científico fora do "gueto" acadêmico, inclusive o **artigo**.

Vale a pena esclarecer preliminarmente que o **artigo científico** não se confunde com o **artigo jornalístico**. São dois formatos distintos. O primeiro tem estrutura rígida, correspondendo às etapas da pesquisa científica e buscando convencer o leitor pelas evidências observadas a partir de hipóteses previamente definidas. Enquanto isso, o segundo se caracteriza pelo estilo argumentativo, geralmente escrito com a intenção de persuadir o interlocutor no terreno ideológico.

Na verdade, os cientistas recorrem aos dois formatos para se comunicar. Usam o **artigo científico** para disseminar informações codificadas profissionalmente, publicando-os em revistas especializadas. E valem-se do **artigo jornalístico**

¹ MARTINS, Joel & CELANI, Maria Antonieta Alba. *Subsídio para redação da tese de mestrado e de doutorado*. São Paulo, Cortez & Moraes, 1979.

² INÁCIO FILHO, Geraldo. *A monografia na universidade*. Campinas, Papirus, 1995.

³ MOURA CASTRO, Claudio de. *Estrutura e apresentação de publicações científicas*. São Paulo, McGraw-Hill do Brasil, 1978.

⁴ NOVAH MORAES, Irany. *Elaboração da pesquisa científica*. 2. ed. São Paulo, Alamo, 1985.

para emitir opiniões enquanto cidadãos, veiculadas em jornais ou revistas de informação geral. No entanto, os cientistas pertencentes ao segmento das Humanidades são hábeis no manejo utilitário dos dois formatos, preferindo dirigir-se à elite intelectual através do "tipo" de artigo denominado **ensaio**⁵.

Faltam, todavia, estudos empíricos que capazes de discernir o uso desse formato comunicacional por parte da comunidade acadêmica brasileira. A propósito do artigo jornalístico, GOMES⁶ já havia coletado inferências sobre a participação dos cientistas brasileiros, no conjunto da nossa sociedade civil, ao analisar sua incidência no jornal *Folha de S. Paulo*.

A tese de doutorado de TARGINO amplia esse panorama, focalizando exclusivamente o artigo científico. Ela constrói um quadro conceitual destinado a situar esse formato no bojo da literatura científica, preocupando-se detidamente com o seu uso por parte dos cientistas nacionais que atuam nas universidades.

Para tanto, realizou um inquérito junto a uma amostra da comunidade acadêmica brasileira, procurando compreender as duas faces da mesma moeda. Fez um diagnóstico sobre a frequência de uso do artigo científico como fonte de informação universitária. Ao mesmo tempo, procurou saber qual o intensidade com que os cientistas recorrem ao artigo

como instrumento de comunicação pública. Em outras palavras, ela pesquisou o comportamento dos cientistas brasileiros como escritores e leitores de artigos científicos.

Seu trabalho parte do pressuposto de que a mensuração da produtividade dos acadêmicos brasileiros, tal como realizada periodicamente pela CAPES, ancora-se fortemente na publicação de artigos científicos pelos pesquisadores vinculados aos cursos de pós-graduação. Quanto maior o volume de artigos publicados em revistas especializadas tanto mais significativo será o montante dos recursos recebidos pelos grupos de pesquisas para desenvolver novos projetos.

Chamam atenção algumas tendências observadas pela pesquisadora:

1) O artigo científico constitui um formato cuja autoria é predominantemente coletiva. Cerca de 67% dos cientistas entrevistados escrevem artigos em regime de co-autoria, enquanto 33% deles preferem atuar individualmente.

2) Predomina entre os cientistas brasileiros o uso da língua portuguesa (54%) como código de registro intelectual nos artigos científicos. Mas uma parcela crescente (46%) já se vale da língua inglesa para comunicar os resultados das suas pesquisas.

3) A escolha dos periódicos em que publicam seus artigos é muito mais determinada pela afini-

⁵ Em meu livro sobre os gêneros opinativos destaco a tese defendida por Afrânio Coutinho que preferê distinguir o "ensaio" do "estudo", ancorando-se no suporte midiático de que se vale o cientista. Enquanto o artigo é veiculado pelos jornais e revistas informativos, o estudo ficaria restrito aos periódicos acadêmicos.

Vide: MARQUES DE MELO, José. *A opinião no jornalismo brasileiro*. 2. ed. Petrópolis, Vozes, 1994, p.124

⁶ GOMES, Pedro Gilberto - Artigo, In: MARQUES DE MELO, José - *Gêneros Jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo, FTD, 1992, p.15-46

dade temática (75%) e pelo prestígio do veículo (45%) do que pela natureza do público leitor (34%).

4) É muito expressivo o contingente dos cientistas que assina regularmente periódicos científicos (71%) para ler artigos sobre as disciplinas ou temáticas com que lidam cotidianamente nas universidades.

5) O uso regular de artigos científicos pelos pesquisadores brasileiros justifica-se pela necessidade de atualização profissional (67%), não obstante eles reconheçam que a velocidade com os artigos são publicados nos periódicos científicos prejudiquem a preservação da sua atualidade. Isso significa dizer que os cientistas têm consciência da acentuada desatualização dos resultados das pesquisas divulgadas pelos artigos como decorrência do complexo processo de avaliação do respectivo conteúdo pelo referees, o que retarda sua publicação.

Ao final da tese a autora faz uma série de recomendações à comunidade acadêmica, algumas dirigidas especialmente às agências de fomento científico, outras endereçadas às lideranças universitárias. Sua preocupação principal é a otimização dos periódicos científicos enquanto veículos de difusão do conhecimento novo produzido pelas instituições de ensino superior.

A tese de Graça TARGINO preenche uma lacuna importante da bibliografia comunicacional brasileira. Grande parte do trabalho é dedicada à apresentação e interpretação dos dados colhidos na pesquisa de campo sobre o uso do artigo científico como canal de expressão acadêmica pelos docentes vinculados aos cursos de pós-graduação. Trata-se de um sofisticado diagnóstico sobre o com-

portamento comunicacional dos pesquisadores brasileiros, tanto como produtores quanto como usuários de artigos publicados em revistas científicas. A autora procura evidências para comprovar se efetivamente esse gênero da comunicação científica constitui o melhor indicador para mensurar a produtividade dos pesquisadores acadêmicos. Em função disso, compara os diferentes segmentos da nossa comunidade universitária, tanto por regiões geográficas quanto por áreas de conhecimento.

No entanto, essa discussão empírica é precedida de dois capítulos teóricos que assumem dimensão autônoma no corpo da tese. Um deles faz uma acurada revisão de literatura sobre o conceito de comunicação científica, promovendo o diálogo entre os teóricos da midiologia (disciplina ancorada nas ciências da comunicação) e os exegetas da documentação (disciplina situada no âmbito das ciências da informação). O outro constrói um referencial analítico sobre o periódico científico, centralizando sua ótica de observação no artigo enquanto gênero de expressão privilegiado historicamente pelos cientistas.

É desejável que a tese de TARGINO seja publicada imediatamente, pois servirá como fonte indispensável para jornalistas e bibliotecários, para editores e documentalistas. Seu interesse transcende as fronteiras entre comunicação e informação, situando-se como obra muito útil para os estrategistas e planejadores governamentais. Os postulados ali contidos e as evidências coligidas apontam questões fundamentais para a revisão das políticas públicas sobre fomento e produtividade em C&T.

O Discurso Midiático da Saúde

ANA REGINA BARROS RÊGO LEAL
(Universidade Federal do Piauí)

Paulo Fernando C. Lopes.
Corpos En(cena) - a construção do discurso midiático sobre a noção de saúde a quatro anos do século XIX. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1998. (Dissertação de Mestrado, ECO/ UFRJ).

O trabalho do Professor Paulo Fernando, exposto em sua dissertação de Mestrado apresentada à Escola de Comunicação da UFRJ em 1998, analisa a construção de um discurso sobre a saúde, realizada através das estratégias discursivas utilizadas pelos suportes midiáticos no mercado simbólico. Sua pesquisa privilegia uma abordagem a partir da dupla de antinômios saúde/doença, a última, vista não somente enquanto o negativo de um estado saudável, mas como algo a se combater e se temer, e que portanto, funciona como um incentivo à busca por um corpo são. O foco de *Corpos En(cena)* está centrado nos mecanismos de produção de sentido dos mídias, que pelo status vigente, não mais atuam como um lugar de acolhimento das representações sociais, entretanto, como espaço ativo, que opera a construção do real nos sistemas representativos, e que utilizando uma discursividade que lhe é peculiar define o que deve ser publicizado. Os discursos, se é que se pode realmente separá-los - saúde/doença -, colocam-se como assuntos ideais para se abordar, ambos possuem boa aceitação, pois a audiência encontra-se sempre re-

ceptiva a qualquer mensagem que trate tanto de temas relacionados à saúde quanto à evoluções em pesquisas de cura, ou descoberta de novas patologias que possam ameaçar a vida. Além deste aspecto, a veiculação de um assunto relacionado a uma área restrita de conhecimentos científicos, conhecimentos estes não dominados pela sociedade em geral, recebe um caráter de veracidade, pois imagina-se que só se divulga nos mídias o que já recebeu o aval da comunidade científica. O seu estudo situa-se no corte cronológico abril de 1994 a abril de 1997, depois alargado para 1998 e tem como corpus as capas das revistas semanais *Veja* e *IstoÉ* ligadas à noção de saúde.

O texto que aqui se comenta proporciona uma visão panorâmica da evolução do discurso saúde, pensado a partir da doença, da sexualidade, da estética, da noção de deformação e do conseqüente tabu da morte, através de um delicioso percurso filosófico, historiográfico e descritivo que vem desde a Grécia, quando a sociedade projetava na saúde a perpetuação da espécie e ligava ambas à forma como cada um constituía o EU individual, cujos instintos e sentimentos traçavam o destino da sociedade. Por este motivo, e em função dos riscos de excesso nos atos de prazer, os gregos fizeram surgir a constituição moral do sujeito, cuja substância ética estava ligada ao comportamento social, visando coibir não somente o exc-

so, mas também a passividade, tanto na cama como na mesa, já que os dois eram capazes de mudar os rumos da descendência genética do povo, pois imaginava-se que causassem patologias irreversíveis. Os gregos, no dizer de Paulo Fernando, acreditavam que o domínio sobre si era pré-requisito para as regras do bem viver, logo a temperança era uma virtude dos homens livres e plenos, que ao instituírem normas de convívio aceitas na comunidade, criavam não apenas uma ética grupal, mas uma estética da existência, cujo valor moral centrava-se nos princípios que regiam o uso dos prazeres. A aproximação entre a filosofia e a medicina permitiu aos gregos uma visão moral e física de perceber-se doente e a partir desta consciência buscar refletir sobre sua conduta, visando sair do estado patológico.

Em um segundo momento, mas ainda no percurso da dicotomia saúde/ doença, Paulo Fernando faz uma incursão pelo universo do cristianismo e pelo discurso do pecado, que traz para o homem técnicas de si, que lhe forçam a uma sexualidade doente, já que a concepção católica aborda a carne como um veículo constante de tentações e impurezas. Ao prometer a salvação, a Pastoral Cristã exigia a obediência incondicional e a obrigação com a verdade, mais uma vez, com o intuito de coibir o que se considerava sexualidade ilícita. Pecado e doença andavam lado a lado.

Na Modernidade, o par doença e sexualidade continua e é neste período onde se desenvolvem técnicas de escuta adotadas pelas instituições preocupadas em descobrir as ligações entre as duas. Conforme Paulo Fernando cita o pensa-

mento de Michel Foucault, a política, a escola, a medicina e o direito reclamaram para si a obrigação de bem zelar pelos destinos da raça humana, ameaçada pelas intempéries da sexualidade e das patologias. De acordo com o pensamento expresso pelo autor, a Modernidade apresenta inovações no modo como o homem passa a se constituir e se perceber, "na Grécia o indivíduo se submetia ao culto do corpo e do belo para ser temperante. Na Pastoral, o objetivo era alcançar a purificação da alma. O sujeito na modernidade busca sua libertação através de uma verdade inconsciente" (Paulo Fernando, 1998:39). A noção saúde/doença continua agregada à sexualidade, só que diferenciando o sexo normal do patológico, pois o se que visa a partir de então, não é somente uma salvação espiritual, mas uma saúde física e mental.

E, por último, neste trajeto, Paulo Fernando expõe a atualidade do discurso em análise, colocando que, em contraposição aos anteriores, na contemporaneidade o sexo não é mais visto, nem utilizado como foco central do discurso patológico. A visão hoje centra-se nas descobertas tecnológicas e científicas, que podem a qualquer momento apresentar cura para o incurável, possibilitar o rejuvenescimento, a clonagem e quem sabe a vitória sobre a morte. É neste tempo em que os veículos comunicativos, interagindo com o universo de objetos significantes existentes nos sistemas sócio-político-econômico e científico, lançam mão de saberes, regras, códigos e terminam por interferir no processo de produção do real, criando uma nova verdade ética científica que se torna referencial.

A mídia trouxe para si a competência de construir uma noção discursiva imperante de sujeito jovem e sadio, regra para o normal na sociedade do limiar do século XX. O imaginário social coletivo formado com o acolhimento das representações disponíveis no espaço público forma-se e consolida-se a partir do que se vê e compreende. No caso saúde/doença abordado por Paulo Fernando, as possibilidades de boa atuação midiática triplica-se, pois abrangem desde o aspecto da necessidade orgânica do saudável, passando pela necessidade imposta do estético, que levam à aceitação do indivíduo no convívio social. A percepção pós-moralista possibilita a atuação de um discurso cientificista por parte da mídia, onde o padrão boa saúde passa pelo modo de vida e de prevenção, veiculados a todo momento através de dicas de como prevenir doenças, retardar o envelhecimento com novas técnicas, exercícios físicos e alimentos dietéticos. De acordo com a abordagem do autor, e que concordamos, os discursos midiáticos chamam atenção para a responsabilidade de vivermos amanhã as consequências do que fazemos hoje. "O ser humano tornou-se responsável por sua vida, sua morte e pela qualidade genética das gerações futuras".

A idéia primeira do autor é de, sob o ângulo da Semiologia e a partir das abordagens de Benveniste, Bakhtin, Eliseo Veron e Milton José Pinto, mostrar como as condições de produção tornam o discurso saúde uma mercadoria atraente e vendável, através das estratégias de sedução e de recursos diagramáticos lançados desde a capa ao interior da revista, em uma estrutura hierarquizada que define a impor-

tância de cada matéria.

O corpus de Paulo Fernando na dissertação *En(cena)* compõe-se, como já frisamos antes, das revistas semanais *Veja* e *IstoÉ*, que são suportes comunicacionais que não trabalham com a noção de temporalidade rápida, ao contrário, procuram dar ao assunto abordado o maior número de informações possíveis, como o intuito de suplantear a deficiência da velocidade informativa. Os discursos veiculados raramente possuem caráter de jornalismo instantâneo, comumente são assuntos já lidos e já vistos em outros meios de comunicação, o que provoca nos veículos semanais a necessidade de um plus em relação a forma de apresentação da notícia. Os fatos já divulgados ganham nova roupagem, ganham novos dados e se mostram com um novo dizer sobre o que já foi dito. A revista acrescenta tudo o que pode para tornar o assunto não apenas "novo", mas didático e de fácil absorção, o que faz com que seus discursos sejam sempre discursos polifônicos, transpassados por inúmeras vozes, tanto da cena do evento, como de outros mídias.

Cada revista, entretanto, apesar de possuir características comuns às suas concorrentes, apresenta-se, na visão do autor, e que também concordamos, com um perfil individual que lhe permite uma identificação única como sujeito semiótico. Um cabedal de regras e estruturas semiológicas permeiam a construção do suporte e, dentro dele, os discursos se abrigam obedecendo a face definida pelo veículo comunicativo. A diagramação, a disposição das editoriais, as legendas, os boxes, as imagens, o modo como se interrelacionam fotos, títulos e tex-

tos terminam por formar, o que também ocorre em outros mídias, uma identidade que torna as revistas inconfundíveis entre si. Este caráter de singularidade das revistas é mostrado pelo autor, que ao longo de sua análise enfoca muito bem o processo de nomeação e hierarquização de cada um dos veículos analisados, assim como, o espaço destinado na capa ao título da matéria principal de onde se extrai o texto imagem, a foto da capa, e em cima da qual se constrói o discurso visual destinado a seduzir o leitor eleito. Ao fazer o percurso pelo labirinto da semiologia dos discursos sociais corporificado pela análise das capas selecionadas, o autor, percebe e deixa transparecer os recursos utilizados para cada caso abordado. A AIDS e o câncer, por exemplo, carregam em si o tabu morte, a enunciação nestes casos, confirma as especulações do autor, que afirmam que esta deixa vestígios explícitos ao emitir uma opinião sobre o assunto, interferindo no evento e assumindo uma posição institucional de verdade, o que também vem a valer para os demais casos analisados. Na questão do discurso da juventude e da estética perfeita, a mídia, no caso as revistas, investe no imaginário do leitor sugerindo-lhe ações, que o levariam a este status, como a realização

de exercícios físicos e práticas desportivas. As capas constituem a porta de entrada para o leitor, as funções de sedução devem estar disponíveis ao primeiro olhar, e quando o assunto é constituído de informações sobre novas tecnologias e descobertas em áreas relacionadas a saúde e beleza, vale a pena investir na face da notícia, dando-lhe um certo ar de formalidade sem fugir do caráter didático adotado pelos suporte semanais, constata o autor. E assim, Paulo Fernando em sua conclusão confirma a mídia como uma importante constituinte da subjetividade do indivíduo na contemporaneidade, pois traz para si as funções que vão desde a organização até a publicização de discursos, confluindo na dissertação por nós analisada, para a construção de uma consciência de si que leva o ser humano, nos dias atuais, a cuidar-se e manter-se são.

O trabalho de pesquisa desenvolvido por Paulo Fernando mostra-se, no todo, como um interessante universo a ser percorrido, tanto por quem se interessa pela evolução do discurso da saúde a partir das patologias assinaladas ao longo da história, como, e, principalmente, por quem pretende ingressar nos estudos semiológicos e midiáticos.

Veja e IstoÉ: a disputa de sentido

MARIA DAS GRAÇAS TARGINO
(Centro de Ensino Unificado de Teresina)

MAGALHÃES, Francisco Laerte Juvêncio. *Veja, Istoé, leia: a imagem e a imagem nos discursos*

de capa das revistas Veja e IstoÉ; a disputa de sentido no episódio das mortes de Paulo César Farias e

Suzana Marcolino. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1998. 176p. (Dissertação de Mestrado, Escola de Comunicação da UFRJ)

Paulo Freire costumava repetir ao longo de sua longa trajetória, em textos escritos ou não, que estudar é, essencialmente, perceber o condicionamento histórico e sociológico do conhecimento, o que significa assimilar o ato de estudar como uma forma de reinventar, recriar e reescrever - tarefa de sujeito e não de objeto. E é esta a atitude assumida por Laerte Magalhães. Ao longo de sua dissertação de mestrado, intitulada: *Veja, Istoé, leia: a imagem e a imagem nos discursos de capa das revistas Veja e IstoÉ; a disputa de sentido no episódio das mortes de Paulo César Farias e Suzana Marcolino*, não se limita a descrever. Ao contrário. Em nenhum momento, aliena-se ao texto ou renuncia à sua atitude crítica em face dele.

A partir do objetivo amplo de investigar as disputas de sentido que se travam na imagem e na imagem dos discursos de capa das mencionadas publicações, num recorte temporal que vai de junho de 1996 a junho de 1998, adota como invariante referencial o episódio, ocorrido em 23 de junho de 1996, das mortes de Paulo César Farias e Suzana Marcolino, ele que de tesoureiro da campanha política do então candidato à presidência da república Fernando Collor de Mello, em 1989, "entra para a história do Brasil" como um dos pivôs do processo de *impeachment* do então presidente Collor. Face à complexidade da proposta, o autor lança mão, sempre que necessário ao

aprofundamento das questões, de outros exemplares dentro ou fora do corte enunciado e de outras matérias discursivas constantes, sobretudo, das seções "*Cartas ao leitor*" e "*Cartas*", no caso da *Veja*, e "*Da redação*" e "*Cartas*" (*IstoÉ*).

Sem dúvida, há um longo caminho a percorrer. O objetivo enunciado pressupõe tanto a abordagem de questões inerentes à imagem, incorporando os diferentes modos de produção, percepção e utilização, com ênfase para a imagem midiática, como a compreensão dos modos de semantização, mais restritamente no campo dos discursos da imprensa. Como decorrência, o então mestrando lança mão da Semiologia dos Discursos Sociais, destinada a estudar os fenômenos culturais como fenômenos de comunicação, e portanto, como fenômenos de produção do sentido, para realizar a análise de discurso. Este método permite o confronto entre os diferentes textos, de forma tão abrangente, que rompe o imanentismo textual, ao levar em conta não só a composição dos componentes lingüísticos, paralingüísticos e translingüísticos, mas também a sintaxe, a semântica e a pragmática, as quais possibilitam a apreensão mais elaborada dos processos discursivos.

Mesmo sem utilizar a análise de enunciação, Magalhães (1998, p.22) inicia sua revisão de literatura com aspectos inerentes ao processo enunciativo, argumentando que, na Semiologia dos Discursos Sociais, as "divisões", "a pretexto de didatizarem ou de estabelecerem campos diferenciados de uma mesma matéria significativa, mais dificultam do que contribuem para a análise das produções discursivas". A princípio, recorre a autores, como

E. Benveniste, M. Bakhtin e O. Ducrot. Do primeiro, enfatiza o mérito de repor a questão da subjetividade na ordem dos estudos da linguagem. Do segundo, integra os conceitos de polifonia, dialogismo e arena discursiva, enquanto o terceiro, respaldado em Bakhtin, contribui com a teoria polifônica, fundamentada nas formas distintas como falantes, locutores e enunciadores participam da enunciação. Na trilha da polifonia, o conceito de heterogeneidade enunciativa em suas facetas - heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva - ganha destaque, quando Jacqueline Authier denuncia a alteridade na produção discursiva, haja vista que, de cada discurso, participam, inevitavelmente, outras vozes, independente da aquiescência ou não do enunciador. A diferença entre sentido e significação também é abordada, juntamente com tópicos básicos à compreensão do discurso, quando M. Foucault ganha interpretação de D. Maingueneau, com escritos, como *Novas tendências em análise de discurso*. Finalizando o que ele chama de "pelejas e pendengas nas regras de enunciação", Laerte discorre sobre o contrato de leitura em suas várias nuances.

Na realidade, a dissertação em discussão caracteriza-se por um referencial teórico excessivamente abrangente, a tal ponto que o próprio autor reconhece o risco de redundância ou de entropia. As discussões teóricas contemplam, agora, os traços da linguagem na escrita da imagem. Fundamentalmente plural, a imagem comporta teorias diversificadas e, no mínimo, três modos distintos de percepção: simbólico, epistêmico e estético, discu-

tidos por Jacques Aumont, cuja publicação aparece em português sob o título *A imagem*. A alusão à imagem fotográfica constitui um dos trechos mais belos. Sem perder de vista a objetividade dos trabalhos científicos, Magalhães trabalha com os conceitos de testemunho, apresentação e mostração de Jean-Marie Schaeffer, expressos na obra *A imagem precária; sobre o dispositivo fotográfico*. Consegue repassar a riqueza que pode existir no momento em que a fotografia capta o instante pregnante, mas também a sua relevância como estratégia discursiva na comunicação imagética e sua atuação como componente decisivo nas revistas semanais informativas, detalhando as cinco modalidades de agenciamentos na construção dos discursos de capa de um periódico, com base nos estudos de E. Véron.

Iniciando o capítulo quatro com breve relato acerca dos aspectos históricos do gênero revista, no mundo e mais especificamente no Brasil, com ênfase para as revistas semanais surgidas nos anos 60, o texto apresenta, então, informações genéricas sobre *Veja* e *IstoÉ* e seus processos de produção, recorrendo às equipes dos dois veículos como forma de obter informações restritas ao *staff* do periódico e/ou cristalizar as observações empiricamente empreendidas. Sem dúvida, trata-se de iniciativa louvável. Permite a interação pesquisador-pesquisado, o que ameniza o isolacionismo da comunidade acadêmica/científica e permite ao "objeto de estudo" atuar como sujeito. É visível a distinção no processo de produção dos discursos de capas entre eles, embora ambos se preocupem com os aspectos éticos, e, como natural, tenham como meta prioritária a obtenção de

um apelo visual gráfico satisfatório. No caso da *Veja*, por exemplo, apesar da existência de um *capista*, é facultado à equipe opinar sobre as alternativas disponíveis. Na *IstoÉ*, o profissional responsável pela concepção gráfica articula-se com outros colegas para a viabilização de uma idéia.

Quanto à análise dos discursos propriamente dita, esta vai da descrição da cena discursiva e das condições de produção à interpretação de sua gênese enunciativa. Integra o *corpus* as edições do dia 03/07/96, tanto da *Veja* quanto da *IstoÉ*, por se tratar da semana subsequente à morte do casal. A elas somam-se mais seis. Enquanto *Veja* dá por esgotado o tema, ainda em 07/08/96, acatando a versão de crime passionnal seguido de suicídio, *IstoÉ* faz constar de suas capas, com maior ou menor destaque, a notícia outras cinco vezes: 10/07/96; 28/08/96; 25/12/96; 19/04/97 e 03/09/97, insistindo na convicção de que há "vazios" na solução oficial. Em suma, após exaustiva análise, Magalhães (1998, p.155) infere que os dois discursos são bastante próximos, o que revela "...um campo de mediação permanente, ao mesmo tempo dialógico e tenso, em que se disputa o sentido e nesta disputa se acirram posições nos níveis: inter, intra e transdiscursivo, que só se viabiliza pelo consentimento dos interlocutores."

Entretanto, a sua lucidez é tamanha, que, até nesse momento final, mais adiante, ele reconhece textualmente: "este trabalho, como um empreendimento, é inconcluso por natureza." (p.156). Ora, se há tempos atrás, tomando-se a geome-

tria dedutiva como paradigma, admitia-se que para ser genuinamente científica, uma proposição deve ser inquestionavelmente certa, à luz da história da ciência, no momento atual, essa concepção é insustentável. Não há ciência alguma cujos pressupostos sejam auto-evidentes e o avanço científico em todas as áreas revela que princípios "verdadeiros" em certas épocas são modificados ou substituídos diante de novas descobertas, o que corresponde à mutabilidade dos paradigmas. Em outras palavras, não há generalização. O conhecimento é um processo infinito. Impossível "encapsular" os conhecimentos numa fase **final** ou prever um **final** do processo histórico. Isto significa reconhecer que¹ "O que menos sabemos é exatamente o que é a realidade. O que nos une, a gregos e troianos, é a busca de uma ciência mais científica. Esta relativização é fundamental; diríamos mais: é a alma da ciência, é o critério mais importante, hoje, da demarcação científica, porque significa a crítica autocrítica", autocrítica esta, exercitada brilhantemente por Laerte Magalhães, cuja dissertação constitui exemplo de qualidade, no contexto do ensino da Comunicação brasileira, até mesmo pelos cuidados formais, concernentes à linguagem bem cuidada, ao estilo, à apresentação e estruturação.

Aliás, este é um outro aspecto interessante do trabalho: a tentativa de rompimento com o academicismo exacerbado que caracteriza a produção científica da pós-graduação *stricto sensu*. O texto recorre a títulos *gem não é santa mas opera milagres*"; "*O olhar na ponta da língua*" são exemplos. E

1 DEMO, P. *Metodologia em ciências sociais*. São Paulo: Atlas, 1980. 255p.

mais, em alguns momentos, como quando justifica a sua atração pelos mecanismos de produção discursiva da mídia impressa que recorre à imagem como efeito de sentido de sedução ou de rejeição, o autor se permite narrar, em tom de quem conta uma "estorinha", o impacto vivenciado numa banca de revistas, decisivo porém, para a escolha do tema desenvolvido. Em plena fase eleitoral, ambas as revistas optam naquela semana em colocar na capa os então candidatos Collor e Lula. A *Veja* cria uma dimensão de confronto através do olhar entre eles. Na *IstoÉ*, a polarização entre esquerda e direita ganha reforço, com Lula à

esquerda em contraposição a Collor à direita, numa clara alusão à dicotomia "esquerda progressista" versus "direita conservadora". É a reprodução de uma disputa política relevante para toda uma nação, construída a partir de modos enunciativos distintos e até antagônicos, em que um busca desautorizar o outro. É a curiosidade intelectual despertada por um fato corriqueiro, em consonância com as palavras simples e verdadeiras de Rubem Alves², quando diz: "O cientista é a pessoa que é capaz de ver, nas coisas mais insignificantes, grandes enigmas a serem desvendados, e o seu mundo se enche de mistérios..."

2 ALVES, R. Ciência coisa boa... In: MARCELLINO, N. C. (Org.). *Introdução às ciências sociais*. Campinas: Papirus, 1987. 130p. p.11-17.