

Enio Silveira Um Editor Ilustrado

*Enio Silveira*¹, recente lançamento da COM/ARTE e EDUSP, dá prosseguimento a um interessante projeto da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), dirigido pela professora Jerusa Pires Ferreira. O de construir um acervo para a memória do livro no Brasil. Tal projeto tem como eixo o registro e a divulgação dos depoimentos de personagens diversos de nosso mundo livreiro feitos em encontros promovidos na ECA com professores e estudantes. *Enio Silveira* é o terceiro volume que vem a público na coleção "Editando o Editor". Anteriormente foram lançados os depoimentos de Jacó Guinsburg, da Editora Perspectiva, e de Flávio George Adraldo, da Editora Hucitec.

Enio Silveira é apresentado como uma "fala especial", resultante de um encontro em que foi possível a "explosão de uma personalidade em empatia com os seus ouvintes". O livro procura manter viva a oralidade do editor Enio Silveira, preservando sua verve rica, dispersa e apaixonada. As vezes imprecisa quanto a nomes e datas. Sempre a fala de um lugar de olhar os fatos. Um dos possíveis. Mas o olhar de quem viveu o que relata.

O depoimento é de 1990. Enio fala de si, de suas origens familiares na burguesia paulista, de sua formação profissional, da Editora Civilização Brasileira, da qual foi acionista majoritário e presidente, de seus métodos de trabalho, do que deva ser um editor de livros, da infidelidade de autores, da mídia, do público, do sucesso, da política e de seus amigos se-

minais: Monteiro Lobato, Anísio Teixeira e Octalles Marcondes Ferreira.

O início profissional

Foi com uma recomendação de Monteiro Lobato que Enio iniciou sua carreira profissional na Companhia Editora Nacional, de São Paulo, dirigida por Octalles. Lobato já se havia desligado da editora que fundara, mas mantinha vínculos estreitos com seu ex-auxiliar e ex-sócio Octalles. Este aceitou o pedido para empregar o jovem Enio, neto de Waldomiro Silveira, escritor amigo de Lobato.

Após algum tempo de trabalho, em 1955, já casado com a filha de Octalles, ao retornar dos Estados Unidos, onde estagiou na editora de Alfred A. Knopf e fez um curso de editoração na Universidade de Colúmbia, Enio foi chamado por seu sogro para gerenciar uma empresa do grupo no Rio de Janeiro, a Civilização Brasileira.

Esta tinha sido fundada em 1932 por Ribeiro Couto e Gustavo Barroso, mas ainda na década de trinta foi adquirida por Octalles e seu irmão Fenício, passando a funcionar como filial da Editora Nacional.

Apesar de ter relutado em mudar-se de São Paulo para o Rio de Janeiro, Enio logo se "apaixonou" pela Civilização. Em pouco tempo conseguiu transformá-la numa editora de sucesso. Cinco anos depois já estava publicando mais de vinte livros por mês.

(1) ALMEIDA, Marta Assis de & FERNANDES, Magali Oliveira & SENRA, Mirian. *Enio Silveira*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP); COM-ARTE, 1992. (Col. Editando o Editor, dir. por Jerusa Pires Ferreira, vol. 3). Preço de lançamento: Cr\$ 15.000,00. 158p.

Ênio relata como foi comprando a seu sogro as ações da empresa até conseguir o seu controle acionário. A partir daí, no início dos anos sessenta, pode, sem peias, imprimir a sua direção à política editorial da Civilização, decidindo "abrir as portas a todos aqueles que repensassem criativamente o processo social, político e econômico brasileiro".

Os amigos seminais

Ênio Silveira fala que Octalles o marcou profundamente pela sua "integridade absoluta de empresário". Embora com divergências políticas profundas com seu ex-patrão (Octalles tinha horror da esquerda, enquanto Ênio era ligado ao Partido Comunista Brasileiro, desde a juventude), foi com ele que sempre pôde contar quando de suas dificuldades financeiras mais sérias após o golpe militar de 64.

O editor da Civilização lembra com saudade de Anísio Teixeira, "figura genial da sociologia nacional"; me dava muita coisa para ler e foi me ajudando a ter contato com o que de melhor se publicava no mundo. Para Ênio, Anísio era o "especulador, no mais alto e brilhante sentido da inteligência". Enquanto Monteiro Lobato era "um intelectual voltado para as coisas práticas, um intelectual que talvez tivesse a frustração de não ter sido o *big businessman* que gostaria de ter sido".

Silveira, em alguns momentos de seu depoimento deixa escapar um tom de auto-enaltecimento em seu mecenato, em sua generosidade, desculpável porque quase sempre justo. Entretanto, é lamentável a falta de cuidado em algumas referências a seus "companheiros de viagem". A mais grave é em relação a Monteiro Lobato, quando compara o procedimento deste, quando chefe do escritório

comercial do Brasil em Nova York, em 1929, com o do mega-especulador Nagi Nahas nas bolsas brasileiras, em tempos recentes. É uma comparação infeliz. Enquanto Nahas está por aí, milionário e impune, Monteiro Lobato desfez-se de seu patrimônio para saldar dívidas. E veio a morrer pobre, apesar de todos os serviços que prestou ao Brasil.

Afinidades eletivas

O editor da Civilização, em seu depoimento, faz-nos lembrar o Monteiro Lobato de *A Barca de Gleyre*, quando fala de suas lutas pelo desenvolvimento do livro e do país. Ênio orgulha-se de ter sido o renovador da plástica do livro no Brasil, no que repete Lobato; de ter sido o introdutor das orelhas bem formalizadas, da propaganda agressiva de livros e das brochuras de folhas soltas; de ter uma visão "não-elitista" do livro e de outras coisas, nos seus quarenta e poucos anos de editor.

Enquanto Lobato afirmou que "um país se faz com homens e livros", Ênio tinha como *slogan* de sua livraria a frase "quem não lê, mal fala, mal ouve, mal vê". Em seu depoimento Silveira afirma: "ser editor num país como o Brasil, ...impõe a obrigação de querer transformar esta sociedade, melhorá-la, aprimorá-la". Ambos intelectuais comprometidos com a missão de "elevar o nível cultural do povo" e, diz Ênio, "contribuir para o arejamento dos espíritos no Brasil". Editores ilustrados, têm um

(2) Incluímos nesta família, como filho mais novo, o precocemente falecido editor Caio Graco Prado. Sua editora, a Brasiliense, fruto também da frondosa árvore plantada por Monteiro Lobato, tinha como *slogan*, em anos mais recentes: "Os livros não transformam o mundo; quem transforma o mundo são os homens. Os livros apenas transformam os homens".

distanciamento superior em relação a esse mesmo povo: "não me atrevo a fazer isso no Brasil, porque o nível é muito baixo", diz Silveira em outro trecho de seu depoimento.

Ambos revolucionários em seus métodos editoriais, engajados nas lutas políticas de seu tempo, enfrentaram frações de sua classe que estavam no poder, foram presos e acabaram perdendo tudo o que ganharam antes com o livro. Lobato e Enio, paradigma e repetição, abertura e fecho de um tempo em que havia lugar para a paixão da utopia. Enio: "se você me perguntar se a Civilização Brasileira ajudou a encaminhar um projeto, uma utopia socialista no Brasil, respondendo que sim, sem sombra de dúvidas".

O Ilustrado e a Civilização

Mãos delicadas teceram o destino de Enio. É precioso em sua biografia o encontro com a Civilização Brasileira, uma editora cujo nome expressa um compromisso com o espírito da época: a busca de uma identidade nacional atravessada pela idéia do progresso. A burguesia brasileira, com todas as suas contradições, ascendia ao poder embalada pelos sonhos de grandeza nacional. Iniciava-se um longo e tortuoso caminho para a modernização que, nesse momento, ainda continha em seu centro o interesse nacional e a sua soberania.

Com pouco mais de vinte anos de fundação, num outro momento desse processo histórico, é a Enio que cabe dirigir a editora. Com seu espírito inovador e sintonizado com seu tempo, Silveira faz da Civilização, na década de sessenta, a maior e mais importante editora de "paperbacks" do país. Engajado com o projeto nacio-

nal-desenvolvimentista produzido pelo ISEB (Instituto Superior de Estudos Brasileiros), do qual faz parte (foi inclusive seu curador), Enio faz de sua editora um canal de expressão, difusão e debate das idéias de uma geração de intelectuais a serviço da transformação social do país, numa aliança política que fá da burguesia nacionalista aos partidos populares.

O golpe militar de 1964 (que logo extinguiu o ISEB) e, especialmente, a sua radicalização em dezembro de 1968, com o Ato Institucional nº 5 (AI-5), significou um embate mortal para a Civilização Brasileira, assim como para o projeto isebiano.

Como quase todos os intelectuais críticos, Enio e a Civilização tornaram-se alvo dos ataques dos militares que assumiram o poder com o golpe.

Enio transformou-se num dos símbolos de resistência à ditadura. São memoráveis as suas "Epístolas ao General" endereçadas ao presidente Castelo Branco, publicadas nos primeiros números da Revista Civilização Brasileira. O processo de repressão foi brutal e insidioso. Enio é preso nove vezes, processado, teve vários livros de sua editora apreendidos, foi ameaçado de morte, suas livraria e editora foram incendiadas, atacadas por bombas terroristas, seu crédito bancário foi cerceado. Resistiu mas quebrou.

Antes de capitular, vendendo finalmente a sua editora a um grupo estrangeiro, sinal e metáfora da política dos governos militares para a economia e a cultura do país, Enio vivenciou inúmeros momentos de grande importância na resistência. Alguns são relatados no livro, como este, "uma coisa muito bonita", afirma o editor: Jean-Paul Sartre, ao tomar conhecimento de sua terceira ou quarta prisão, organizou um movimento internacional de solidariedade que teve uma

repercussão significativa na imprensa mundial. Saiu no *New York Times*, no *Le Monde* e em outros grandes jornais. O Costa e Silva (o general-presidente de então), num dado momento, começou a receber telegramas de escritores e associações internacionais, de editores etc. Tudo com a cobertura possível da imprensa daqui. Causou muita celeuma, diz Enio, modesto.

Silveira, como Lobato, perdeu sua editora. Ganhou, entretanto, com o seu paradigma, hoje consagrado como o criador da indústria brasileira do livro, aquilo que talvez lhes tenha inspirado, a ambos, o desejo mais profundo e a férrea força da ética que assumiram: um lugar digno na história deste país. São enganosos, muitas vezes, os caminhos da derrota. Seus algozes estão hoje na lata do lixo da memória nacional.

O editor hoje

Cada vez mais especializado e fragmentado, o editor hoje tem seu desempenho medido pelo mercado. Segundo Enio, "a criatividade editorial sumiu diante das conveniências do mundo capitalista. Quer dizer, o importante é saber o que vende e o que não vende". Embora não se deva esquecer que a criatividade do editor é sempre exigida, o que nos parece é que, cada vez mais, lhe é imposta a obrigação de escolher livros para o leitor capaz de os adquirir. Como tendência mundial, muitas das grandes editoras atualmente fazem parte de grupos empresariais diversificados (como, agora, o caso da Civilização Brasileira), onde o que conta é a rentabilidade do capital.

Enio Silveira, hoje assessor editorial da editora que foi sua, fala com tranquilidade sobre os seus projetos: o que quer da vida é continuar a ser editor. E mais: "Estou

descobrimo alguns autores novos, quero começar a cultivar. Há uma linha de história que vou desenvolver muito, acho que é um mercado muito bom. Em tempos de crise, os livros de história são sempre bons". Finalmente, a síntese equilibrada entre "o feijão e o sonho", sua receita do bom editor.

A edição

O livro lê-se de um fôlego só. Transmite a fala viva de um ser inquieto e inconformado com a realidade brasileira, ao mesmo tempo que nos apresenta importantes episódios da nossa história cultural e política.

Sua edição merece alguns reparos: o nome das autoras está ausente da capa e da lombada; na introdução constam apenas duas das três autoras; a diretora da coleção aparece como organizadora (a apresentação indica-nos ser também a editora do texto); não consegue escapar de alguns erros de revisão: duas vezes "mal" em lugar de "mau" (p.90 e 143); falha na transcrição da fala deixa certo trecho (p.149) sem sentido; na referência à coleção de ficção nacional editada por Enio (p.59) o nome, Vera Cruz, é omitido, permitindo uma confusão com o nome de outra coleção, de ensaios, chamada Retratos do Brasil. O projeto gráfico é muito bonito, embora a numeração das páginas esteja mal situada.

Quanto ao depoimento em si, ao contrário do que se diz na introdução, muito mais havia a ser perguntado. Enio não fez referências aos seus companheiros de trabalho, àqueles que fizeram com ele a grandeza da Civilização (Carlos Guilherme Mota os chamou "o grupo da Civilização"). Qual o lugar ocupado aí por Mário da Silva Brito, Moacir Felix, Nelson Werneck Sodré e muitos outros,

inclusive os autores "da casa"? Quais os laços entre os ideólogos do ISEB e a política editorial da Civilização? Ocuparam os conselhos editoriais, as direções de coleção, assessorias? Quais as relações de Enio e da Civilização com o PCB, apresentadas de forma tão defensiva e oblíqua? Qual a estrutura e a dinâmica da comercialização das edições? Qual a participação de Enio na criação da Editora Paz e Terra e da Biblioteca Universal Popular (BUP), empresas ligadas ao grupo? E a Gráfica Editora Lux? E o Centro do Livro Brasileiro, de Lisboa? E sobre sua gestão à frente do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL)? E o Clube dos Amigos da Cultura (CAC), que além de instrumento de *marketing*, foi uma corrente fantástica de solidariedade à Livraria Civilização Brasileira?

Tudo isso (e mais) certamente teria interesse para situarmos com mais nitidez, com a grandeza que merece, o trabalho de Enio Silveira na cultura brasileira da segunda metade deste século. E permitiria contextualizá-lo, como devemos, dentro do campo intelectual de uma fração de classe das elites brasileiras em luta pela hegemonia no poder nacional. Sem dúvida, o trabalho ora publicado é já um estímulo para os pesquisadores da história do livro brasileiro. Além disso, é uma leitura indispensável para todos os que viveram ou querem conhecer os "anos rebeldes" de nossa história recente.

Aníbal Bragança

Do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Mestrando da ECA/USP.

A história jornalística e revolucionária da imprensa alternativa

KUCINSKI, Bernardo - Jornalistas e Revolucionários nos Tempos da Imprensa Alternativa. São Paulo, Editora Página Aberta Ltda., 1991, 399 páginas.

O protagonista revisita a história como narrador não isento, os personagens principais estão vivos e os leitores guardam na lembrança os fatos narrados. Esta é a condição impar de Jornalistas e Revolucionários nos Tempos da Imprensa Alternativa de Bernardo Kucinski.

Diversos livros falam deste tempo, são memórias ou pesquisas, mas, este é uma memória substantivada em pesquisa acadêmica. O jornalista se faz doutor no exame da imprensa que ajudou a criar. Do jornalismo traz as marcas do investigador da grande reportagem e o texto claro e fluente, da academia traz o rigor com os conceitos e a busca da explicação que transcende a observação primeira. Bernardo Kucinski, jornalista dos alternativos Amanhã, Opinião, Movimento, Em Tempo, Brasil Extra foi narrador dos acontecimentos que marcaram a história do Brasil. Bernardo Kucinski, professor da ECA/USP, entrevistou os principais jornalistas da época, consultou arquivos, leu a bibliografia sobre aquele tempo, construiu uma referência teórica para sustentar sua pesquisa e se transformou no narrador da história destes jornais. Enquanto historiador teve o tempo a seu favor para aplacar a emoção e afinar a lucidez. Estas marcas distinguem o livro de Bernardo Kucinski. O livro que, na verdade, são três:

1. Panorama da Imprensa Alternativa no Brasil
2. Os Jornalistas
3. Os revolucionários

Na apresentação, a hipótese que sustenta e organiza os livros, afirma, que a imprensa alternativa surgiu da articulação de duas

forças compulsivas; "o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações institucionais que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade". E na dupla oposição ao sistema apresentado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual-jornalística sob o autoritarismo, que se encontra o nexo dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos. O autor afirma que estes compartilhavam, um imaginário social, ou seja, "um mesmo conjunto de crenças, significações e desejos, alguns conscientes e até expressos na forma de uma ideologia, outros ocultos, na forma de um inconsciente coletivo. A medida que se modificava o imaginário social e com ele o tipo de articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos, instituíam-se novas modalidades de jornais alternativos."

A ditadura como pano de fundo, a referência da grande imprensa, intelectuais e ativistas na tentativa de construção de uma contra-hegemonia, jornalistas indignados politicamente e rejeitando a administração capitalista, são fatores que desencadeiam o imaginário da imprensa alternativa. Imaginário é uma categoria nova, neste tipo de pesquisa, elaborada por Kucinski a partir do "imaginário efetivo" de Castoriadis e da "imaginação criadora" de Bachelard, contribui para explicar o surgimento e o desaparecimento de diferentes tipos de jornais alternativos. Questionando, também, a possibilidade de a extinção dos alternativos estar "vinculada a algo mais profundo do que simplesmente, ou apenas, a lógica do regime autoritário".

Este mais profundo, pode ser, como sugere o autor, a morte da utopia, e o "desaparecimento quase total e repentino da impen-

sa alternativa tenha premonitório, corroborando a tese de que essa imprensa, por estabelecer pontos entre organizações e a sociedade, antecipa as grandes transformações. Nesse caso, por raciocínio inverso, podemos entender o próprio surgimento da imprensa alternativa dos anos 70 como uma das últimas grandes manifestações da utopia no Brasil. Estimulado pelo surgimento da ditadura, mas com o direito próprio de existência na história."

Questões polêmicas anunciam já na apresentação: razões do surgimento e do desaparecimento da imprensa alternativa; sectarismos e segredos na administração interna; lugar do imaginário; articulações entre jornalistas, intelectuais e empresários nacionalistas; morte da utopia; relações entre imprensa, partido, sociedade e Estado.

O primeiro livro historiciza o "surto alternativo", começando pelo Pif-Paf de 1964, até a última grande tentativa de jornalismo quase alternativo, o diário *Jornal da República* de 1979. A passagem do alternativo radical ao semi alternativo é explicado pelo imaginário dos protagonistas identificados em cinco gerações distintas de jornais alternativos, com duas anteriores e uma posterior. Esta é o projeto *Folha* que inaugura o imaginário pós-moderno, sepultando as tentativas de transpor para o âmbito da grande imprensa princípios da imprensa alternativa dos anos 70.

Cerca de 150 jornais são identificados pelo local de edição, o editor e suas tiragens. Ou seja, também a imprensa alternativa regional é reconhecida. E as articulações entre o fazer político e o fazer jornalismo são percebidas no movimento que ora os aproxima, ora os exclui. "Na maior parte do grande arco que vai de 1964 a 1980 elas se somaram. No biênio

1968-70, no entanto, assim como a partir de 1980, elas se anularam."

O segundo livro recorta deste painel os jornais alternativos de jornalistas, iniciando com O Pasquim, revolucionário da linguagem e do humor, passando pelos "existenciais" Bondinho, Ex, Versus e os de "reportagem", os regionais Coojornal e Repórter. A história de vida destes jornais é realizada a partir de entrevistas com os editores e estudos de caso já publicados. Censura, conflitos internos, problemas administrativos afloram determinantes do produto/jornal que fa às bancas.

Os jornais confundidos com o fazer político são enunciados no terceiro livro: Os Revolucionários. Bernardo Kucinski militou nestes e a auto-crítica influencia o relato. Assim como os jornais de jornalistas não deixam de ser políticos os jornais de revolucionários também são de jornalistas. Raimundo Pereira, por exemplo, marcou jornais e jornalistas por onde passou.

Opinião funda a tendência alternativa instruída pelas organizações clandestinas. Da matriz Opinião, uma frente ampla de oposições, surgem, na sequência de definições políticas, Movimento, Amanhã, Em Tempo, Hora do Povo. Os conflitos, rachas, acordos e novas propostas das organizações clandestinas confundem-se com estes jornais. Os três principais - Opinião, Movimento, em Tempo são descritos minuciosamente através das concepções editoriais, matérias e articulações políticas. As interpretações dos jornalistas são confrontadas para dar conta do acontecido. Benardo Kucinski identifica-se no livro com os independentes durante todo o percurso, o que dá o tom do texto: absolutamente identificado com a experiência e simultaneamente estranho a ela, uma vez que o definitivo era a filiação política. Olhar a imprensa alternativa de dentro da

redação e de fora da militância lhe permitiu captá-la de um modo único. Os filiados têm, certamente, outras versões e ancoragens e o livro provoca desejo do confronto de interpretações em novas publicações.

Assim, vai-se, pouco a pouco, completando a historiografia dos anos de chumbo/rebedes. Jornalistas e Revolucionários, sem dúvida, contribuem para a elucidação deles. Lastima que a edição do livro não facilite o acompanhamento das notas (algumas sequer correspondem) tão decisivas para uma leitura atenta.

Christa Berger

Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Setenta anos de rádio no Brasil

MOREIRA, Sônia Virginia. *O rádio no Brasil*. Editora Rio Fundo, 1991, 80 páginas, Rio de Janeiro.

Quando em 7 de setembro de 1922, o presidente Epitácio Pessoa comemorava o I Centenário da Independência, seu discurso foi transmitido através das ondas eletromagnéticas de um transmissor instalado no alto do Corcovado. Estava inaugurada a fase experimental da radiodifusão brasileira. No ano seguinte, 1923, Roquette Pinto inaugurava a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que marca o início dos serviços radiofônicos no País. Contudo, considerando a fase experimental, podemos afirmar que estamos comemorando setenta anos de existência do rádio no Brasil.

Nada mais oportuno para essa comemoração do que o livro de autoria da professora Sônia Virginia Moreira. Deste modo, a literatura sobre rádio sente-se

enriquecida com mais um título, resultado de uma pesquisa científica realizada no Brasil e no exterior. *O rádio no Brasil* é a contribuição da Autora. Dividido em duas partes, o livro apresenta, de modo analítico, na primeira parte, a história do rádio. Na segunda, estuda as várias nuances do rádio contemporâneo.

Na primeira parte, mostra a figura de Roquette Pinto como o pioneiro da radiodifusão. Depois de enfatizar o entusiasmo do fundador da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, Sônia Virgínia cita suas palavras: "O rádio é um meio para transformar o homem, em poucos minutos, se o empregar com boa vontade, alma e coração".

Para a Autora, os treze anos em que Roquette Pinto esteve à frente da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro serviram-lhe para descobrir as primeiras mudanças dos formatos e da programação. Com efeito, observa: "No princípio, dominada por programas eruditos, foi-se adaptando até chegar à transmissão de programas populares..." (p.16). A preocupação com a "educação e a cultura" levou Roquette Pinto a fazer doação de sua emissora ao Ministério da Educação e da Cultura, em 1936. Esse fato marcou o nascimento do "sistema de Rádio Educativo no Brasil". Sobre esse tema, ou seja, a utilização do rádio como meio de educação e instrução, Sônia Virgínia destaca o papel da Igreja (p.20), quando alguns membros do clero implantaram um sistema de rádio educativo, a partir de 1961, com a assinatura de um decreto presidencial que regulamentava o Movimento de Educação de Base (MEB).

Entusiasta da função do rádio, a Autora buscou fontes em que pudesse sustentar a tese de que "as funções do rádio educativo não universitário não estão atendendo às funções educativas e escolares... A radiodifusão educativa ainda

não tem definida para as suas emissoras uma política educacional... As rádios educativas atenderam apenas parcialmente a audiência em potencial" (p. 21).

No que tange ao rádio comercial, a Autora assinala que a partir de 1932, quando recebeu autorização para a veiculação de anúncios (Decreto-Lei nº 21.111), o Brasil passou a adotar o modelo norte-americano de radiodifusão. As concessões foram distribuídas e a audiência começou a aumentar. O barateamento dos aparelhos receptores proporcionou a popularização do rádio. Os investimentos publicitários representam a sustentação das emissoras. O rádio torna-se o veículo número um e passa a ganhar novos incentivos.

A presença da Rádio Nacional merece destaque nos estudos de Sonia Virgínia. Líder de audiência, graças ao alcance nacional através de suas ondas médias e curtas, a emissora é estatizada por Getúlio Vargas, em 1940. Esse acontecimento veio trazer mudanças na radiodifusão. Tudo isso foi reforçado, em 1941, com a chegada de representantes do *Birô Interamericano*, destinado a coordenar os esforços dos Estados Unidos no plano das relações econômicas e culturais com a América Latina.

Depois de analisar a influência norte-americana na programação das emissoras brasileiras, sublinha que "o rádio brasileiro não resistiu aos encantos dos novos produtos e às fartas cotas publicitárias distribuídas pelas agências de publicidade estrangeiras..." (p. 25). Nesse período áureo, "além das novelas, os programas de auditório, musicais e humorísticos as emissoras se beneficiavam do investimento dos grandes anunciantes". Não deixou de mencionar nomes de grandes astros do rádio, como Almirante, Paulo Tapajós,

Ademar Casé, Renato Murce e Emilinha Borba.

Ao referir-se ao que chamamos de "rádio informativo", a Autora salienta a importância do "Repórter Esso", que aparece na Rádio Nacional, em 1941. Ficou 27 anos no ar. Alterou os padrões dos jornais falados brasileiros, no período de 1941 a 1968. Não deixa de aludir também ao radiojornalismo paulista, com a criação do "Matutino Tupi" por Coripeu de Azevedo Marques, que teve uma duração de 31 anos, indo de 1946 a 1977.

Sobre a legislação radiofônica, Sônia Virgínia narra a criação da "Fundação Brasileira de Rádio" (1941), cujos objetivos eram a defesa, a orientação e a união de todos os que trabalhassem no rádio e para o rádio. Após afirmar que o Código Brasileiro de Telecomunicações foi decisivo para o estabelecimento de leis relativas ao setor, chama atenção para o fato de que a criação do Ministério das Comunicações, em 1967, provocou alterações nos processos de concessão e fiscalização das emissoras brasileiras.

Na segunda parte, a Autora aprofunda os estudos sobre o "rádio contemporâneo". Para isso vai buscar fundamentação de sua tese nos trabalhos acadêmicos desenvolvidos nos últimos anos. Mostra alguns aspectos das transmissões em AM. Traça algumas considerações sobre a introdução das FMs e observa que "quase nada se escreveu sobre rádio FM no Brasil". Para Sônia Virgínia, "o rádio FM brasileiro continua carente de estudos que indiquem a sua trajetória, desenvolvimento e importância" (p. 42).

Trata-se de um estudo das duas grandes fases do rádio brasileiro: antes e depois da televisão. Na conclusão de seu trabalho, Sônia Virgínia demonstra que "as tendências do rádio brasileiro" apresentam boas perspectivas. Observa

que "a possibilidade introduzida pela Constituição atual, de criação de rádios comunitárias vem fortalecer uma atividade que já existe na prática em várias cidades brasileiras" (p. 65). Detecta também uma "tendência para a segmentação" que chega a atingir as emissoras comerciais nas bandas de AM e FM.

Para reforçar as mudanças na radiodifusão, a Autora afirma que "uma nova conquista da tecnologia está em curso no quadro das emissoras comerciais - o rádio por cabo". Finaliza com a seguinte consideração crítica: "Resta esperar para saber se o rádio nacional, que em anos recentes tem sido utilizado muito mais em função da prosperidade de poucos em detrimento da qualidade de programação e de conteúdo, ainda conseguirá retomar - mesmo que em parte - os rumos idealizados pelo responsável por sua introdução no País: de trabalhar, realmente, pela cultura dos que vivem em nossa terra" (p. 67).

O rádio no Brasil é um livro que reúne material importante que pode servir de subsídio para docentes, estudantes de radialismo e profissionais de mídia. Também é uma leitura recomendada para disciplinas de História e Teoria da Comunicação. A Rio Fundo Editora merece enérgicos de todos aqueles que se empenham na análise e no estudo dos fenômenos da comunicação radiofônica no Brasil.

Francisco A. M. Fernandes
(ECA/USP)

Receita para ser um bom publicitário

PETIT, Francese. *Propaganda ilimitada*. 2. ed. São Paulo. Editora Siciliano, 1991, 199 p.

As três letras mais badaladas da publicidade brasileira correspondem às iniciais de Duailibi, Petit e Zaragoza, os fundadores da agência paulista DPZ Propaganda nos idos de 1968, formada inicialmente por dois diretores de arte (Francese Petit e José Zaragoza) e um redator (Roberto Duailibi).

A DPZ não mudou muito. Tem uma história de 24 anos marcada por um ritmo e criatividade que se mantiveram constantes em toda a sua trajetória. E o seu carisma pode ser creditado aos seus fundadores, dotados de um estilo e personalidade muito próprios.

Francese Petit, no livro *Propaganda ilimitada*, já em segunda edição no mesmo ano de sua publicação pela Editora Siciliano, permite ao leitor conhecer um pouco deste estilo e personalidade que constituem o diferencial da DPZ Propaganda. Aliás, comece a leitura pelo último capítulo, "Como conhecer o Petit um pouco melhor", um esboço autobiográfico do autor nascido em Barcelona que em 1952 imigra para o Brasil fugindo do franquismo e de suas mazelas.

Agora, volte para o sumário e... você é que decide! Pode-se ler a obra de uma só vez ou selecionar entre os capítulos curtos e coloquiais aqueles que forem de seu agrado ou que chamarem primeiro a sua atenção.

Francese Petit ensina as suas lições de propaganda em cada parte do seu livro e desmitifica certos dogmas prevaletentes no mercado, como o da especialização. "Um publicitário moderno", escreve o autor, "deve saber tudo o que envolve a profissão, ser um negociante esperto, enxergar novas idéias na mídia, ter sensibilidade para analisar o mercado, de escrever bem, tanto texto e títulos como roteiros de TV ou planejamentos estratégicos - e até deve se sair bem como visualizador." (p. 16)

Os exageros da promoção pessoal e o grande número de concursos e prêmios publicitários em todo o mundo merecem um oportuno reparo de Petit. "Todos sabemos que se trata de puro comércio, você paga caro para aparecer nos anuários, participar dos festivais, na ilusão de que isso o levará à fama, de que todo o mundo notará a sua presença, de que todos falarão do seu prêmio." (p. 53)

Outra polêmica presente no livro diz respeito ao conceito de duplas de criação, esquema com prática comum em nossos dias nas agências de propaganda. Formadas por um diretor de arte responsável pela criação da idéia e por um redator que a desenvolve no plano verbal, as duplas sofrem uma crítica radical de Petit. Diz ele que "a idéia da dupla não passa de um remendo, de um apêndice, de um defeito intelectual de uma das partes." (p. 64-5) Nenhum deles consegue assumir o papel do outro e, assim, observa o autor, os dois não aproveitam os muitos espaços da profissão e nem a enxergam como um todo, mas ficam ilhados, totalmente setorizados.

A proposta explicitada ao leitor na introdução de *Propaganda ilimitada*, a de ser um guia para publicitários e iniciantes na profissão com sugestões nascidas de uma vivência profissional de mais de quarenta anos, vai se cristalizando na sequência do livro.

Francese Petit coloca a sua receita pessoal de como é um bom publicitário, como fazer uma apresentação ao cliente, como fazer para ganhar novas contas e não perder as atuais, do que se compõe um grande plano de mídia, como se tornar um grande redator, como saber o que é um grande anúncio, como delinir um ótimo comercial de TV e um ótimo spot de rádio.

O autor não descuida do marketing pessoal inerente a todo profissional de comunicação.

Existem sugestões e recomendações para que o publicitário possa manter o seu nome em alta na imprensa e no meio profissional, ter sempre informações quentes, ser uma pessoa sociável e extrovertida, saber contar histórias interessantes e até como se deve fazer uma palestra.

A formação autodidata de Francesc Petit talvez explique a preocupação em sistematizar a sua vivência para ajudar as pessoas no seu dia-a-dia. *Propaganda ilimitada* deve ser visto (e lido), na sua essência, como a visão pessoal de um profissional conhecido internacionalmente e possuidor de larga experiência do complexo e multifacetado campo da propaganda.

J. B. Pinho

Professor do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicações da UNESP de Bauru, SP.

Limites éticos do jornalismo

MALCOLM, Janet. *O jornalista e o assassino - uma questão de ética.* São Paulo, Companhia das Letras, 1990, 162 pp.

Por exercer grande influência na sociedade, a imprensa possui também enorme responsabilidade, tanto no que diz respeito ao trato correto da informação e ao esclarecimento do leitor, como em relação às suas fontes. No entanto, os jornalistas não raro tornam-se arrogantes e intransigentes, distorcendo e omitindo fatos, negligenciando a busca da verdade para realfirmar suas crenças pessoais. Ao escudarem-se no axioma que sustenta ser a objetividade um mito, cedem à tentação da parcialidade, do dogmatismo, do pre-

conceito, do sensacionalismo e da leviandade. Exercem o direito de julgar e condenar, ignorando normas éticas ou legais.

O questionamento do poder do profissional de imprensa é justamente o tema do livro *O jornalista e o assassino - Uma questão de ética*, da escritora norte-americana Janet Malcolm, publicado no Brasil pela Companhia das Letras. Colaboradora da revista *New Yorker* e do *The New York Review of Books*, a autora escreveu também *Diana and Nikon: essays on the aesthetic of photography, Psychoanalysis: the impossible profession* e *In the Freud archives*. Já trabalhou com assuntos polêmicos, como os meandros da psicanálise praticada nos Estados Unidos.

Em *O jornalista e o assassino*, Janet Malcolm aborda a relação repórter-entrevistado, que muitas vezes se inicia baseada na confiança mútua e termina em traição, com a exploração sensacionalista das declarações da fonte. Procura responder se o profissional de jornalismo deve expressar suas intenções ao entrevistado antes de tomar seu depoimento. Indaga, ainda, se a fonte é tão ingênua a ponto de revelar ao jornalista seus mais íntimos segredos e esperar dele solidariedade e lealdade.

O fato que norteou o livro foi o processo movido pelo médico Jeffrey MacDonald, condenado pelo assassinato da esposa grávida e duas filhas, contra o jornalista e escritor Joe McGinniss, autor de uma reportagem (publicada em livro), baseada em entrevistas feitas durante e após o julgamento do acusado, mostrando-o como um psicopata capaz de ter cometido os crimes a ele atribuídos.

Joe McGinniss interessou-se pelo julgamento de MacDonald e foi convidado pelo próprio réu e seu advogado a escrever um livro

sobre o caso. O jornalista, que precisava de dinheiro e de um novo sucesso literário, conseguiu adiantamento dos editores e passou a acompanhar "de dentro" e com exclusividade o trabalho da defesa. Não apenas conviveu com o acusado e seus defensores numa posição privilegiada, como também tornou-se amigo de MacDonald (que acreditava nessa amizade). Mesmo depois da condenação, McGinniss continuou a se corresponder com Mac Donald, que lhe enviava fitas gravadas com depoimentos pessoais. Em suas cartas, o escritor dizia acreditar na inocência do médico e o incentivava a prosseguir fornecendo subsídios para a reportagem. Contudo, ao publicar *Fatal Vision*, McGinniss revelou ao público o retrato de um assassino doente e narcisista. Em consequência, MacDonald instaurou processo contra o autor.

Cabe ressaltar aqui a tradição jornalística norte-americana de transformar em livros, às vezes best-sellers, reportagens investigativas, que destacam a visão do escritor e procuram mostrar ao leitor um painel mais amplo que o exposto em textos informativos publicados em jornais diários. Esta categoria do Jornalismo, no Brasil denominada diversional, encontra-se num ponto entre o documentário e a ficção literária. Exemplos clássicos são as obras *A Sangue Frio*, de Truman Capote, e *Todos os homens do presidente*, dos jornalistas Carl Bernstein e Bob Woodward, repórteres do *The Washington Post* que cobriram o escândalo de Watergate, responsável pela renúncia do então presidente Richard Nixon. Joe McGinniss iniciou sua carreira literária em 1968 com a publicação do livro *The selling of the president*, que revelou os bastidores da eleição presidencial, justamente na qual Nixon fora eleito, com denúncias espantosas (para a época). Como

no caso de MacDonald, McGinniss um democrata, teve livre acesso às decisões dos publicitários que trabalharam na campanha republicana.

Mas, essa "indústria da escrita" gerou distorções: para que um livro atingisse sucesso de vendas era preciso, invariavelmente, apelar para o sensacionalismo, omitir informações e manipular as declarações das fontes. Muitos entrevistados ficaram surpresos com o teor das publicações e, como Mac Donald, levaram suas indignações aos tribunais.

Então, qual deve ser a postura do repórter diante do entrevistado? E de que forma deve tratar as informações conseguidas junto às fontes? Para Janet Malcolm: "Alguma coisa parece acontecer com as pessoas quando elas conhecem um jornalista, e o que acontece é exatamente o oposto do que seria de se esperar. O mais lógico seria que uma extrema cautela e prudência estivessem na ordem do dia, mas a confiança infantil e a impetuosidade são de fato muito mais comuns. O encontro jornalístico parece ter sobre o indivíduo o mesmo efeito regressivo da psicanálise. O indivíduo torna-se uma espécie de filho do escritor, considerando-o como uma mãe permissiva, que tudo aceita e tudo perdoa, e esperando que o livro seja escrito por ela. Evidentemente, o livro é escrito pelo pai severo, que percebe tudo e não perdoa nada."

Ainda segundo a autora, o jornalista não deve agir de forma desigual durante a captação de informações e quando estiver redigindo o texto final: "Na nossa conversa, e nas transcrições do julgamento, McGinniss fizera questão de diferenciar entre as fases de reportagem e de escritura do trabalho jornalístico, falando delas quase como se uma não tivesse nada a ver com a outra, e como se o trabalho de reportagem e o de

escrever fossem feitos por duas pessoas diferentes."

Quando o jornalista oculta da fonte suas reais intenções e, após conquistar a simpatia do entrevistado, desvirtua o sentido das declarações, contribui apenas para que o descrédito em relação à imprensa aumente na sociedade. Usar a liberdade de expressão como argumento para acobertar abusos cometidos pelo repórter também não melhora a imagem das instituições jornalísticas. O profissional de imprensa deve, portanto, revelar às fontes o objetivo da reportagem, mesmo que com esta atitude alguns entrevistados se recusem a colaborar ou fiquem mais cautelosos em seus depoimentos. Ao redigir o texto, o jornalista deve procurar ser o mais isento possível. Estas recomendações não visam tornar o repórter subserviente às fontes nem impedir que seja crítico, persistente e incisivo, mas que ele seja, acima de tudo, responsável.

Roberto Elísio dos Santos
Instituto Metodista de Ensino Superior
(IMS)

Um abre olhos

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. *Pesquisa em Comunicação - Formulação de um Modelo Metodológico*, 1990, S.Paulo: Loyola, 148p.

A autora facilita o trabalho da resenhista ao definir este livro, de saída (p.11), como "um estudo de Metodologia" e um "estudo de enfoque histórico", restrito ao âmbito "dos fenômenos da Cultura e da Comunicação de Massa no Brasil", embora o modelo metodológico apresentado transcenda esse âmbito e seja válido para pesquisadores de áreas afins.

Erudito, bem amarrado em termos conceituais, este trabalho não chega, porém, a unificar a "dupla matriz" a partir da qual Lopes deseja que o leiamos. O Cap. I - Mercado Cultural no Brasil e Pesquisa da Comunicação - e o Cap. III - Organização Institucional da Pesquisa em Comunicação - não integram verdadeiramente o todo, mas formam um todo e pedem mais: um livro em si, dedicado ao tema, ainda carente de análises críticas despidas de ranço ou histerias, como este trabalho inteiro consegue ser.

Os demais capítulos formam um bloco homogêneo o qual culmina na proposta da autora: um modelo (leia-se proposta de procedimento e reflexão) para fazer pesquisa social - não somente da comunicação, com o máximo de isenção possível dentro da consciência, aguçada por Lopes, da impossibilidade do máximo distanciamento entre pesquisador e objeto de pesquisa, principalmente na pesquisa da comunicação. Como bem adverte Lopes, "a legitimação da Comunicação no campo científico depende muito do avanço da prática da pesquisa, que é essencialmente uma prática metodológica".

Tanto o leitor menos formado quanto os mais informados sobre aspectos filosóficos da prática da ciência, têm o que aprender com os Capítulos II, III e IV - respectivamente sobre paradigmas teórico-metodológicos e pesquisa em comunicação, problemáticas metodológicas na prática da pesquisa nesta área, e discurso científico e construção de modelos. O Cap. VI, sobre as instâncias epistemológica, teórica, metódica e técnica da pesquisa, fornece o mapa para que se trace sobre ele, as fases da pesquisa (definição do objeto, observação, descrição e interpretação), unificadas no modelo metodológico da autora, não explicitado

neste resumo, para não contar "o fim do filme".

Um "abre-olhos" para pesquisadores verdes e maduros, PESQUISA EM COMUNICAÇÃO, de Maria Immacolata Vassalo Lopes, ajuda, sim, a fazer pesquisa a partir de "uma dupla matriz": a da objetividade científica e a do engajamento político, que tanta dor de cabeça dão ao pesquisador sério e que podem conjugar-se, sem perdas, no modelo de Lopes.

Tereza Lúcia Halliday
Ph.D. Analista de Discurso - UFRPe

Inconsciente e comunicação de massa

MARCONDES FILHO, C. e KENSKI, I. MOREIRA *Caderno CEDES 26, A Construção Social da Inconsciência, Teoria Psicanalítica, Comunicação e Sociedade*, Campinas, Papirus, 1992.

A Construção Social da Inconsciência é o tema abordado no Caderno CEDES 26, publicado pelo Centro de Estudos Educação e Sociedade de Campinas, em 1992. Ciro Marcondes Filho e Vani Moreira Kenski apresentam temas diferentes, que convergem no enfoque e na escolha bibliográfica.

Marcondes Filho escreve sobre a Produção Social da Neurose e baseia sua argumentação em Mario Erdheim, da escola de Frankfurt, passando por outros autores que como Erdheim dão um panorama da teoria crítica não dogmática, postura assumida pela nova geração da escola alemã.

"Na fase atual do capitalismo organizado a legitimação dá-se por meios falsos, isto é, pelo crescimento permanente do consumo. O econômico tornou-se uma re-

lação marginal incômoda e o político já não é controlado, estando entregue a movimentos sociais quase naturais. O sistema administrativo é cada vez mais independente do sistema legitimatório (Habermas), e o instrumental separa-se do símbolo expressivo", escreve Ciro Marcondes.

Os conceitos freudianos são revistos por Erdheim, que propõe uma forma de abordagem etnopsicanalítica dos estudos dos MCM. Estes meios atuam não na área do recalque freudiano, mas "naquilo que se torna inconsciente". Nesta esfera do inconsciente agem os mecanismos utilizados para assentar os homens em sua realidade e fazê-los, de certa forma, resignar-se à toda poderosa determinação do social", conclui Marcondes Filho, quando se refere à publicidade.

Vani M. Kenski discute "O Fascínio do Opinião", jornal que nos anos 70 fazia oposição ao governo. Nessa busca, segundo a autora, "são consideradas as mais variadas linhas teóricas: da teoria psicanalítica freudiana até as posições dos teóricos estruturalistas franceses ligados ao pós-moderno".

Além da escola alemã, Vani M. Kenski utiliza-se do instrumental teórico da escola francesa, mas sua definição de fascínio leva em consideração "as categorias temporais elucidadas pelo freudismo: as noções de repetição, de ocultação ou de recalque, de retorno do recalque e a de posterioridade".

O número 26 do CADERNO CEDES representa, em seu conjunto, um interessante estudo de posturas da vanguarda do pensamento crítico europeu postos em prática por pesquisadores brasileiros. A bibliografia de ambos os textos é valiosa e merece ser

conhecida e discutida por aqueles que pensam criticamente os Meios de Comunicação de Massa.

Glória Kreinz
ECA/USP

Informação eletrônica e novas tecnologias

RECODER, Maria José;
ABADAL, Ernst; CODINA,
Lluiz.

Información eletrónica y nuevas tecnologías. Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias, 1991, 164 p. (Colección Comunicación y Relaciones Públicas).

O curso de Documentação da Universidade Autônoma de Barcelona (UAB) foi contemplado com a publicação de um manual visando oferecer aos alunos uma ampla visão das avançadas tecnologias aplicadas ao tratamento e recuperação de informação.

Os autores são professores e pesquisadores da Faculdade de Ciências da Informação da UAB e da Escola de Relações Públicas de Barcelona. A comprovada experiência na área de documentação e a familiaridade com a geração de bases de dados documentais credencia os autores a abordagem com segurança o núcleo composto

por quatro grandes capítulos: Os serviços de informação eletrônica (teletexto, discos óticos, CD-ROM); Os sistemas de comunicação por cabos (sistemas e serviços); Ofimática (produção, armazenamento e transmissão); Os sistemas expertos (inteligência artificial). Esses capítulos básicos são expostos com linguagem clara, texto ilustrado e bibliografia específica. Antecedendo o núcleo encontra-se a introdução e finalizando os estudos, dentro de uma ótica contemporânea, os autores concluem enfocando as perspectivas que se delineiam em um futuro próximo. A interdisciplinaridade com as ciências sociais e humanas é enfatizada tendo em vista o papel decisivo para melhorar a qualidade das sociedades que se utilizam adequadamente das tecnologias aplicadas à informação. A bibliografia específica inclui documentos da recente literatura internacional publicada entre 1982 e 1990. Completando a obra foi incluído um glossário com a terminologia recém adotada na área de informática.

Esse manual representa um texto de alto interesse e atualização tecnológica para professores, alunos e profissionais que atuam nas áreas de comunicação e de Informação.

Profa. Dinah Aguiar Población

Escola de Comunicações e
Artes da USP