Cláudia Peixoto de Moura
Maria Berenice da Costa Machado
(Organizadoras)

# Memórias da Comunicação:

## Encontros da ALCAR RS

## Volume II

ALCAR RS
ediPUCRS

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA

# *MEMÓRIAS DA COMUNICAÇÃO*

## *ENCONTROS DA ALCAR RS*

## *VOLUME 2*

**Esta publicação passou pela avaliação do Conselho Editorial da EDIPUCRS e foi aceita para publicação, mas ainda deverá ser submetida à revisão de texto e diagramação.**

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA

Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

**Chanceler**
Dom Dadeus Grings

**Reitor**
Joaquim Clotet

**Vice-Reitor**
Evilázio Teixeira

**Conselho Editorial**
Ana Maria Lisboa de Mello
Elaine Turk Faria
Érico João Hammes
Gilberto Keller de Andrade
Helenita Rosa Franco
Jane Rita Caetano da Silveira
Jerônimo Carlos Santos Braga
Jorge Campos da Costa
Jorge Luis Nicolas Audy (Presidente)
José Antônio Poli de Figueiredo
Jurandir Malerba
Lauro Kopper Filho
Luciano Klöckner
Maria Lúcia Tiellet Nunes
Marília Costa Morosini
Marlise Araújo dos Santos
Renato Tetelbom Stein
René Ernaini Gertz
Ruth Maria Chittó Gauer

**EDIPUCRS**
Jerônimo Carlos Santos Braga – **Diretor**
Jorge Campos da Costa – **Editor-chefe**

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA

*Cláudia Peixoto de Moura*

*Maria Berenice da Costa Machado*

(Organizadoras)

# *MEMÓRIAS DA COMUNICAÇÃO*

## *ENCONTROS DA ALCAR RS*

## *VOLUME 2*

ediPUCRS

Porto Alegre
2011

© EDIPUCRS, 2011

**CAPA** Deborah Cattani
**REVISÃO DE TEXTO** dos autores
**EDITORAÇÃO ELETRÔNICA** Gabriela Viale Pereira

**EDIPUCRS – Editora Universitária da PUCRS**
Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 33
Caixa Postal 1429 – CEP 90619-900
Porto Alegre – RS – Brasil
Fone/fax: (51) 3320 3711
e-mail: edipucrs@pucrs.br - www.pucrs.br/edipucrs

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M533 Memórias da comunicação [recurso eletrônico] : encontros da ALCAR RS / org. Cláudia Peixoto de Moura, Maria Berenice da Costa Machado. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : Edipucrs, 2011.
v. (379 p.)

Volume 2
Modo de Acesso: World Wide Web:
<http://www.pucrs.br/orgaos/edipucrs/>
ISBN 978-85-397-0079-0

1. Comunicação – Encontros. 2. Comunicação de Massa.
I. Moura, Cláudia Peixoto de. II. Machado, Maria Berenice da Costa.

CDD 301.14

Ficha Catalográfica elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação da BC-PUCRS.

# SUMÁRIO

**APRESENTAÇÃO** ..... 6

**Terceiro Encontro de Pesquisadores Gaúchos de História da Mídia ..... 6**

*Cláudia Peixoto de Moura* ..... 6

*Maria Berenice da Costa Machado* ..... 6

**Saudação da Presidente da ALCAR ..... 10**

*Marialva Carlos Barbosa* ..... 10

**INFORMAÇÕES DO 3º ENCONTRO ALCAR RS ..... 12**

**RESUMOS EXPANDIDOS APRESENTADOS EM 2010 ..... 15**

MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA – GRUPO 1 .... 16

MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA – GRUPO 2 .... 75

MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA, MEMÓRIA E IDENTIDADE ..... 129

MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA ..... 213

MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO TECNOLÓGICA ..... 255

MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL ..... 342

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



# APRESENTAÇÃO

## Terceiro Encontro de Pesquisadores Gaúchos de História da Mídia

*Cláudia Peixoto de Moura*

*Maria Berenice da Costa Machado*

A Rede Alfredo de Carvalho - REDE ALCAR foi criada em um momento oportuno, pois passou a fomentar a investigação focada nas questões da história e da memória da comunicação, considerando os vários meios, suportes, fatos, pessoas que marcaram a área no Brasil. O Núcleo Gaúcho de História da Mídia - ALCAR-RS surgiu de uma solicitação do prof. Dr. José Marques de Melo, fundador da REDE ALCAR, que lançou como desafio organizar uma rede de pesquisadores envolvendo trabalhos desenvolvidos no Estado. A organização esteve a cargo das então coordenadoras dos Grupos Temáticos História da Publicidade e da Propaganda e História das Relações Públicas, ambos da REDE ALCAR, em 2007.

Assim, o 1º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia, identificado no momento inicial como ALCAR SUL, aconteceu em uma tarde de novembro, no Auditório do prédio da Faculdade de Comunicação Social – FAMECOS, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. Com o apoio institucional da PUCRS e do Centro Universitário FEEVALE para sua realização, o encontro teve caráter preparatório às comemorações dos 200 anos de imprensa no Brasil, que ocorreram em 2008.

O evento foi marcante, tanto para os autores que apresentaram suas pesquisas enfocando as convergências entre a Comunicação, a História, e as áreas afins, como para os assistentes. As expectativas foram superadas, na medida em que ocorreram 40 inscrições de trabalhos, cuja origem representou diversas instituições de ensino superior sediadas no Rio Grande do Sul.

A programação do encontro envolveu a constituição do Núcleo Gaúcho de História da Mídia, com as assinaturas dos pesquisadores presentes e um painel comemorativo aos 30 anos de fundação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM. Houve uma reunião dos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



pesquisadores gaúchos, para a apresentação dos trabalhos inscritos, que foram agrupados em cinco grandes temáticas:

**a) Jornalismo Impresso;**

**b) Comunicação, Comunidade e Mediações;**

**c) Audiovisual - Cinema, Rádio, Televisão e Fotografia;**

**d) Publicidade e Propaganda;**

**e) Relações Públicas.**

A ALCAR SUL foi substituída por ALCAR-RS, em função da abrangência dos estudos. O Núcleo é constituído por mestres e doutores, além de alunos de pós-graduação, que desenvolvem pesquisas interdisciplinares enfocando Comunicação e História. Na verdade, a ALCAR-RS é formada por todos os pesquisadores interessados no assunto.

A proposta da ALCAR-RS é:

- agregar pesquisadores gaúchos do campo da Comunicação, da História e de áreas afins, que estudam a história da mídia;
- sistematizar encontros para fomentar e divulgar a produção acadêmica na área;
- contribuir para o fortalecimento da Associação Nacional de Pesquisadores de História da Mídia - REDE ALCAR, e dos seus Grupos de Trabalho (GTs), anteriormente denominada Rede Alfredo de Carvalho, com a produção originária de estudos desenvolvidos no Rio Grande do Sul.

O Centro Universitário FEEVALE promoveu o 2º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia, significando mais uma etapa para a construção da ALCAR RS. Em 2008, em uma manhã e tarde de novembro, também ocorreram mesas temáticas para a apresentação das 67 pesquisas, além de uma exposição comemorativa aos 200 anos da Imprensa no Brasil e às primeiras agências de Propaganda do estado.

O Encontro apresentou Grupos Temáticos mais amplos, tais como:

1. **História da comunicação institucional;**
2. **História da comunicação mercadológica;**
3. **História da comunicação e das tecnologias;**
4. **História da comunicação midiática;**
5. **História, memória e identidade.**

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O objetivo da ALCAR RS está sendo atingido. Um de seus projetos é o registro da memória do próprio Núcleo Gaúcho, que foi elaborado juntamente com a Editora da PUCRS e lançado oficialmente no evento de 2010. Trata-se da obra intitulada **Memórias da Comunicação: Encontros da ALCAR RS**, que está disponibilizada como um e-book, na página da editora (http://www.pucrs.br/edipucrs/encontrosalcarrs20072008.pdf) e no site do evento (http://www.pucrs.br/famecos/pos/redealcarrs). Esta publicação tem como finalidade divulgar a produção acadêmica dos pesquisadores da ALCAR RS, por meio dos resumos de estudos concluídos e em andamento, que foram inscritos em 2007 e 2008, no 1º e 2º Encontros do Núcleo Gaúcho de História da Mídia.

O 3º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia - ALCAR RS – foi organizado pela PUCRS em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. O evento, ocorrido nos dias 12 e 13 de abril, reuniu investigadores de todas as regiões do Rio Grande do Sul, que já somam mais de 80 pesquisadores com 54 trabalhos selecionados para apresentações nos cinco GTs existentes. O e-book **Memórias da Comunicação: Encontros da ALCAR RS – Volume 2** divulga a produção acadêmica dos pesquisadores inscritos, que está disponibilizado, igualmente, na página da editora (http://www.pucrs.br/edipucrs/encontrosalcarrs2010.pdf) e no site do evento (http://www.pucrs.br/famecos/pos/redealcarrs). Esta publicação digital foi realizada com resumos expandidos de estudos concluídos e em andamento, registrados no evento de 2010.

A noite de abertura contou as saudações do prof. Dr. Antonio Carlos Hohlfeldt, presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM, do prof. Dr. Juremir Machado da Silva, coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – PPGCOM/PUCRS, e a leitura da mensagem enviada pela profa. Dra. Marialva Carlos Barbosa, atual presidente da ALCAR. A seguir, foi proferida a palestra: "Qorpo Santo: vida e obra de um gaúcho", realizada pelo prof. doutor e escritor Luiz Antonio de Assis Brasil, coordenador geral do Delfos - Espaço de Documentação e Memória Cultural, da PUCRS. Além da palestra, os presentes assistiram a leitura dramática de uma das peças do teatrólogo, encenada por dois estudantes do curso de Letras da universidade.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Na manhã de terça-feira, segundo dia do evento, ocorreu a Mesa-Redonda: "Estratégias para pesquisas em História da Mídia", com os expositores: Dr. Francisco Ricardo Rüdiger (PUCRS/UFRGS), Dra. Jiani Adriana Bonin (UNISINOS) e Dra. Juracy Ignez Assmann Saraiva (FEEVALE). À tarde, o turno final foi reservado ao encontro dos cinco Grupos de Trabalhos e à apresentação das pesquisas publicadas nesta obra. Os encontros estaduais registram a diversidade de temas versando sobre a história e a memória do campo da Comunicação. A ALCAR RS vem cumprindo seus propósitos, fomentando a produção local e estimulando pesquisadores gaúchos a se integrarem à rede nacional, nos eventos bianuais.

O nosso agradecimento à Faculdade de Comunicação Social – FAMECOS, que sediou este encontro; ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS, que apoiou a iniciativa; ao Espaço Experiência da FAMECOS, que elaborou o material de divulgação, a programação visual, o site do evento e disponibilizou um grupo de alunos para nos auxiliar; à EDIPUCRS, que editou o e-book dos eventos anteriores ocorridos em 2007 e 2008, e edita o material do terceiro encontro; à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, pela constante parceria; à Associação Nacional de Pesquisadores de História da Mídia, que promoveu o nosso encontro gaúcho; e a todos os participantes interessados neste debate.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## SAUDAÇÃO DA PRESIDENTE DA ALCAR

**Prezados Participantes do III ALCAR RS**

Em nome da Diretoria da Associação Brasileira de Pesquisadores de Historia da Mídia e em meu próprio nome, desejo a todos um excelente congresso e que as discussões realizadas nesses dias do encontro sejam enriquecedoras para todos que se dedicam a discutir as relações entre comunicação e história.

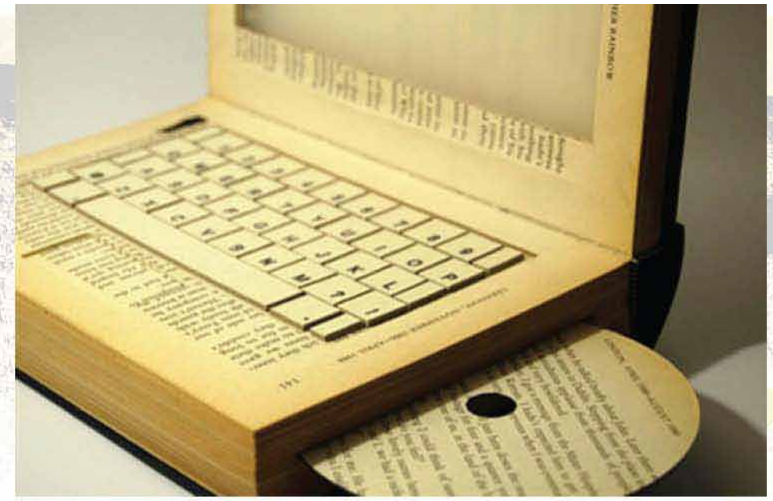
O conhecimento dos processos históricos do passado se não podem e não devem ser espécies de lições para o presente, por outro lado fornecem a dimensão da nossa condição humana e o conhecimento de processos comunicacionais que apenas podem ser compreendidos na duração.

Portanto, conhecer a realidade histórica dos espaços sociais aonde nos locomovemos e existimos como pessoas servem ao enriquecimento do conhecimento, ao desenvolvimento das pesquisas e, sobretudo, ao aprimoramento de nossa dimensão histórica.

Um bom e proveitoso congresso a todos é o que desejo.

*Marialva Carlos Barbosa*

*Presidente da ALCAR*



# ALCAR RS

## 3º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia

12 e 13 de abril de 2010

**Local**

Faculdade de Comunicação Social
FAMECOS - PUCRS

**Programação:**

**Dia 12 de abril:**
19h às 20h – Credenciamento dos participantes

20h às 22h - Abertura do encontro
Palestra: "Qorpo Santo: vida e obra de um gaúcho"
Palestante: Dr. Luiz Antonio de Assis Brasil (PUCRS-Delfos)

**Dia 13 de abril:**
9h às 12h – Mesa-Redonda:
"Estratégias para pesquisas em História da Mídia"

**Expositores:**
Dr. Francisco Ricardo Rüdiger (PUCRS/UFRGS)
Dra. Jiani Adriana Bonin (UNISINOS)
Dra. Juracy Ignez Assmann Saraiva (FEEVALE)

12h às 14h – Almoço (por adesão)

14h às 18h – Apresentação de trabalhos selecionados nos GTs:

História da comunicação institucional
História da comunicação mercadológica
História da comunicação tecnológica
História da comunicação midiática
História, memória e identidade

www.pucrs.br/famecos/pos/redealcarrs

Alcar UFRGS Famecos espaço experiência PUCRS VIVA ESSE MUNDO

# INFORMAÇÕES DO 3º ENCONTRO ALCAR RS

Data: 12 e 13 de abril de 2010

Local: Faculdade de Comunicação Social – FAMECOS/PUCRS

Cidade: Porto Alegre

## PROGRAMAÇÃO

**Dia 12 de abril:**

19h às 20h – Credenciamento dos participantes

20h às 22h – Abertura do encontro

Palestra: "Qorpo Santo: vida e obra de um gaúcho"

Palestante: Dr. Luiz Antonio de Assis Brasil (PUCRS-Delfos)

**Dia 13 de abril:**

9h às 12h – Mesa-Redonda:

"Estratégias para pesquisas em História da Mídia"

Expositores:

Dr. Francisco Ricardo Rüdiger (PUCRS/UFRGS)

Dra. Jiani Adriana Bonin (UNISINOS)

Dra. Juracy Ignes Assmann Saraiva (FEEVALE)

**Dia 13 de abril:**

14h às 18h – **Apresentação de trabalhos selecionados nos GTs**

**MESA TEMÁTICA: História da comunicação midiática**

Jornalismo, literatura, educação, memória da imprensa e acervos.

**Coordenação:** Profa. Dra. Cida Golin / UFRGS e Profa. Dra. Beatriz Dornelles / PUCRS.

**MESA TEMÁTICA: História, memória e identidade**

Processos comunicacionais e manifestações culturais.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Coordenação:** Profa. Dra. Paula Puhl / Feevale.

**MESA TEMÁTICA: História da comunicação mercadológica**

Publicidade, marketing, memória da propaganda e acervos.

**Coordenação:** Prof. Dr. Flavi Ferreira Lisbôa Filho / UNIPAMPA.

**MESA TEMÁTICA: História da comunicação tecnológica**

Rádio, televisão, vídeo, cinema, fotografia, Internet, redes sociais, blogs e games.

**Coordenação:** Profa. Dra. Andréa Brächer / ULBRA.

**MESA TEMÁTICA: História da comunicação institucional**

Relações públicas, assessoria de comunicação e memória das organizações.

**Coordenação:** Profa. Dra. Helenice Carvalho / UFRGS.

**PROMOÇÃO:**

PUCRS – Faculdade de Comunicação Social – FAMECOS

UFRGS – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – FABICO

REDE ALCAR – Associação Nacional de Pesquisadores de História da Mídia

**APOIO:**

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – FAMECOS/PUCRS

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – FABICO/UFRGS

Editora Universitária da PUCRS – EDIPUCRS

**ORGANIZAÇÃO:**

Faculdade de Comunicação Social – FAMECOS/PUCRS

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – FABICO/UFRGS

Espaço Experiência da FAMECOS/PUCRS

**TOTAL DE PARTICIPANTES:**

98 pessoas presentes, entre palestrantes, pesquisadores e assistentes.

**TOTAL DE TRABALHOS INSCRITOS:**

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



54 ESTUDOS DISTRIBUÍDOS EM CINCO MESAS TEMÁTICAS:

História da comunicação midiática – 16 trabalhos inscritos

História, memória e identidade – 11 trabalhos inscritos

História da comunicação mercadológica – 09 trabalhos inscritos

História da comunicação tecnológica – 12 trabalhos inscritos

História da comunicação institucional – 06 trabalhos inscritos

**INSTITUIÇÕES DOS EXPOSITORES/PESQUISADORES:**

Os pesquisadores com trabalhos expostos representaram 15 diferentes Instituições de Ensino Superior do Estado:

Centro Universitário Feevale

Centro Universitário Franciscano – UNIFRA

Centro Universitário Metodista – IPA

Centro Universitário Univates – UNIVATES

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS

Universidad de Buenos Aires – UBA

Universidade de Caxias do Sul – UCS

Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Universidade Federal de Goiás – UFG

Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Universidade Luterana do Brasil – ULBRA

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



# RESUMOS EXPANDIDOS APRESENTADOS EM 2010

As Mesas Temáticas estão indicadas a seguir, com os respectivos títulos dos trabalhos apresentados, seus autores e instituições de ensino, seus e-mails para facilitar o contato com os pesquisadores da Alcar RS, assim como os resumos expandidos e as palavras-chave. As sessões ocorreram mediante relatos dos trabalhos seguidos de debates com os assistentes das apresentações.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA – GRUPO 1

Jornalismo, literatura, educação, memória da imprensa e acervos.

**Coordenação: Cida Golin / UFRGS** (cidago@terra.com.br)

## 1. A imprensa Santa-Mariense nos anos 1970: o caso da revista *Santa Maria*

*Aline Roes Dalmolin / UNISINOS*

(dalmoline@gmail.com)

A pesquisa busca desenvolver uma lacuna no que tange à história da imprensa no interior do Rio Grande do Sul, mais especificamente em Santa Maria. O foco do estudo são os anos 1970, que se destacam como a década em que se estrutura o mercado da comunicação conforme se verifica atualmente no município. Como referência para este processo, a investigação explora o caso da revista *Santa Maria*, um veículo de caráter regional que reflete o momento de expansão e representa o espírito desenvolvimentista, local e nacional, daquele período histórico.

**Palavras-chave**: História da Imprensa; Santa Maria; Jornalismo; Revista Regional.

### Introdução

A história da imprensa de Santa Maria, assim como a história da mídia em nosso país, ainda espera por ser recuperada num enfoque comunicacional. A bibliografia disponível sobre o percurso dos principais veículos do município é bastante incipiente, mostrando que muito ainda precisa ser feito para que se tenha uma noção de como a imprensa se desenvolveu na região central do RS.

Poderia se argumentar a distância dos centros de pesquisa e a recente inserção da Universidade Federal de Santa Maria no mapa dos cursos de pós-graduação da área no país, mas isso não explica o fato de quase inexistir nos recém-formados em comunicação de Santa Maria o interesse pela história dos veículos de seu município em seus trabalhos de conclusão de curso[1]. Beatriz

[1] O curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria produziu apenas quatro TCCs voltados a aspectos históricos da mídia de Santa Maria entre 2000 e 2009. Já os acadêmicos de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Dornelles (2004: 13), em estudo sobre o jornalismo interiorano gaúcho, aponta uma pista importante ao denunciar a ideia corrente de que o jornal do interior é "menos jornal" do que o da capital, ou seja, muitos deixam de estudá-lo por mero preconceito. Por outro lado, as investigações do tipo monográfica parecem ser as mais apropriadas para este tipo de abordagem, por envolver questões de interesse local e se desenvolverem num espaço de proximidade cultural e geográfica entre fontes e pesquisadores.

Neste contexto, casos como o da revista *Santa Maria* acabam por passar despercebidos pelos pesquisadores da comunicação. Embora de duração um tanto efêmera (1973-1977), a revista *Santa Maria*[2] atinge uma tiragem de 25 mil exemplares e consegue se viabilizar unicamente com publicidade, no contexto ainda incipiente do mercado da imprensa santa-mariense nos anos 1970. Com o mensário, que surge como suplemento da revista *Rainha* (DALMOLIN, 2007), publicação dos padres palotinos, o município conta com mais um espaço para veicular suas questões e potencialidades, na forma de uma revista regional. *Santa Maria* apresenta as características principais das revistas do gênero conforme apontadas por Salomão (2009:108): estabelecimento de um diálogo em nível local, evidenciando as personalidades daquele espaço geográfico; linguagem familiar e sotaque regionalizado e constituição de um micro-mercado publicitário.

Ela surge, conforme enfatizamos, num momento em que se estrutura o cenário da comunicação em Santa Maria, e ao mesmo tempo, marca-se pela consolidação do mercado de bens simbólicos no contexto da imprensa brasileira (anos 1960-70). A presente pesquisa tenta compreender como se dá a articulação da revista neste cenário, buscando lançar luzes sobre a história da imprensa santa-mariense naquele momento. Nesse sentido, o estudo também se volta também ao mapeamento da produção acadêmica sobre o assunto e ao levantamento de fontes para a pesquisa de objetos próximos.

---

jornalismo do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA) trabalharam outros dois TCCs sobre o assunto entre 2006 e 2009.

[2] Talvez pelo formato e por estar tão estritamente vinculada à revista *Rainha*, seja discutível utilizar a denominação "revista" para *Santa Maria*. No entanto, não nos deteremos neste momento em discussões sobre o suporte, e por isso optamos por seguir a denominação utilizada por seus produtores.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Procedimentos metodológicos**

A pesquisa sobre a revista *Santa Maria* baseia-se em análise documental realizada ainda no desenvolvimento de nossa pesquisa de mestrado (DALMOLIN, 2007), no período entre 8 e 21 de setembro de 2005. Naquele momento, levantamos todas as 60 edições da revista (janeiro de 1973 a março de 1977), pesquisadas junto ao Arquivo da Província Palotina Nossa Senhora Conquistadora, em Santa Maria. Desta, observamos os seguintes aspectos: estruturação editorial da revista, descrevendo as mudanças mais substanciais verificadas no período; o contexto da cidade (fatos históricos); visões sobre comunicação e imprensa de Santa Maria; entendimentos da revista sobre seu papel no contexto na qual ela se inseria; principais temáticas abordadas e equipe de produção. Contudo, o enfoque dado na presente pesquisa oferece uma releitura dos dados coletados à luz das contribuições teóricas levantadas sobre a imprensa de Santa Maria nos anos 1970.

Já para o levantamento de fontes sobre o cenário da imprensa santa-mariense nos anos 1970, baseamo-nos na bibliografia publicada sobre o tema disponível nas principais bibliotecas universitárias da região – Biblioteca Central da UFSM e Biblioteca da Unifra – bem como nos trabalhos acadêmicos produzidos pelos cursos de comunicação de ambas as instituições. Especificamente sobre o percurso dos veículos, encontramos referências detalhadas nos sites dos mesmos.

O método da análise utilizado foi o desenvolvimento de um estudo de caso, que busca uma compreensão abrangente do caso abordado e desenvolve declarações teóricas a respeito das regularidades do processo e das estruturas sociais observadas. (BECKER, 1999:118) Contudo, a abordagem do método vincula-se a uma problemática especificamente comunicacional, conforme desenvolve Braga (2008) ao levantar a hipótese da comunicação enquanto “disciplina indiciária”, buscando entender as relações entre lógicas interacionais e processos sociais a fim de inferir “o que é propriamente comunicacional e o que deriva de circunstâncias sociais de outras ordens, ‘modulando’ a comunicação”. (BRAGA, 2008: 87)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Fundamentação teórica**

Para compreender o contexto do momento histórico dos anos 1970 no Brasil, lançamos mão de algumas das obras da vasta bibliografia produzida no país sobre o regime militar, entre as quais destacamos os trabalhos que enfatizam o cenário histórico-econômico (ALVES, 2005), dos movimentos culturais (RIDENTI, 2000), e do contexto geral da repressão (GASPARI, 2002, 2003, 2004). Sobre a imprensa nacional naquele momento, tomamos como referência as percepções de Abreu (2003), Romancini e Lago (2007) e Gentilli (2008). No entanto, encontramos em Ortiz (2001) a concepção central para este projeto segundo a qual são nos anos 1960/1970 que se dá a consolidação do mercado de bens culturais no país, referendando-nos também em Abreu (2003) que sustenta a tese de que naquele momento também se dá a modernização da imprensa brasileira.

Sobre a imprensa de Santa Maria, levantamos dados nos trabalhos de conclusão de curso focados em veículos de rádio (ADAMCZUCK, 2003; LOVATO, 2000; LEMOS, 2006), televisão (SEIBT, 2004) e ao meio impresso (RIGO, 2003; COUTO, 2007), que ajudam a compreender o cenário dos meios. Outras referências importantes foram obtidas no levantamento de Ronsini (1996) sobre o mercado midiático santa-mariense e no exaustivo levantamento de Ribeiro (1992) dos periódicos impressos publicados na cidade. Especificamente sobre a história dos veículos, embasamo-nos também nos artigo de Cozer (2008) sobre a rádio *Guarathan* e o texto de Ritzel (2008) sobre o jornal *A Razão*.

Salientamos que não encontramos no levantamento nenhuma referência à revista *Santa Maria*[3].

**Considerações finais**

Em compasso com a tendência nacional de incentivo ao crescimento das comunicações, em duas décadas a cidade de Santa Maria ganha três emissoras de rádio, um jornal e uma e emissora de TV, além, é claro, a revista *Santa Maria* e vários outros impressos de menor expressão e periodicidade, como jornais de

[3] A exceção é a rápida menção de Ribeiro (1992) ao seu aparecimento, em 1973, sem maiores detalhamentos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



bairro e *house organs*[4]. Mas o mais interessante é que grande parte destas experiências são fruto de compromisso coletivo, com propostas estreitamente vinculadas a um espírito comunitário, sendo constituídas por sociedades anônimas ou instituições sem fins lucrativos[5]. Isso ganha relevância num país onde a maior parte dos meios de comunicação social pertence a grupos familiares poderosos ou vincula-se a políticos de forma indireta, pois a legislação não permite. Fica difícil constatarmos o quanto este fator representaria no que se refere à qualidade do produto ofertado na época sem uma pesquisa mais aprofundada de cada caso, tarefa que ultrapassaria os propósitos deste projeto, mas com base na bibliografia estudada fica claro o compromisso dos veículos com a cidade de Santa Maria e seu desenvolvimento.

O caso da TV *Imembuí* é exemplar neste sentido, sendo fruto de uma mobilização da comunidade de Santa Maria no final da década de 1960 para a aquisição de uma concessão de TV (SEIBT, 2004). O próprio surgimento da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), primeira universidade federal do país situada em uma cidade do interior, também faz parte desse espírito que integrava mídia e lideranças públicas em torno do desenvolvimento de Santa Maria. (BARICHELLO, 2001)

Nesse contexto, a revista *Santa Maria* firma o objetivo de visibilizar a cidade na qual se inseria e incentivar as ações voltadas ao desenvolvimento da mesma. Seu slogan “a revista que mostra o que é Santa Maria” transparece o esforço de mostrar uma comunidade ávida por crescer e se qualificar, buscando superar a distância dos centros de poder, a carência de infra-estrutura e as dificuldades econômicas.

A revista *Santa Maria*, portanto, inseria-se num cenário ainda em desenvolvimento e constantes mutações, mas que sedimentava passos importantes no sentido de marcar a presença da mídia na sociedade santa-mariense, cujos contornos delineavam a configuração que mantém em linhas gerais até a atualidade. Mesmo tendo sido descontinuada apenas cinco anos após sua fundação, por razões externas a ela, a experiência da revista *Santa*

---

[4] Uma relação mais ou menos exaustiva destes periódicos pode ser conferida da obra de RIBEIRO (1992).

[5] Esse caráter coletivo das iniciativas midiáticas em Santa Maria foi apontado por Lindamir Adamczuk (2003), ao comparar a fundação da rádio *Imembuí* por mais de 100 acionistas às demais experiências coletivas de instalação de veículos na cidade.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



*Maria* pode ser tomada como exemplar daquele momento de crescimento, refletindo duplamente o contexto nacional e o papel local de expressar os anseios de uma cidade confiante em seu desenvolvimento.

**Referências**

ABREU, Alzira A. de. *A modernização da imprensa (1970-2000).* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

ADAMCZUCK, Lindamir E. *Comunicação e Nacionalismo*: A Produção Radiofônica nas Terras de Fronteira do Brasil Meridional (1937-1945). Monografia de Conclusão de Curso. Santa Maria: FACOS-CCSH/UFSM, Santa Maria: 2003.

ALVES, Maria Helena M. Estado e oposição no Brasil 1964-1984. Bauru: Edusc, 2005.

BARICHELLO, Eugenia M. da R. *Comunicação e Comunidade do Saber.* Santa Maria: Pallotti, 2001.

BECKER, Howard S. *Métodos de pesquisa em Ciências Sociais.* 4 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BRAGA, José L. Comunicação, disciplina indiciária. *Matrizes*, São Paulo, Vol. 1, No 2, 2008, pp.73-88. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/MATRIZes/article/viewFile/5235/5259> Acesso em 4 mar. 2010.

COUTO, Fernanda de S. *Tempos de incerteza*: da eleição à cassação de Paulo Lauda e Adelmo Simas Genro (Santa Maria 1963-1964). Trabalho Final de Graduação. Santa Maria: Curso de Comunicação Social/Centro Universitário Franciscano, 2007.

DALMOLIN, Aline. *A Rainha de Lauro Trevisan*: modernização e religiosidade. Dissertação de Mestrado. São Leopoldo: PPGCOM/Unisinos, 2007.

DORNELLES, Beatriz. *Jornalismo "comunitário" em cidades do interior.* Uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 2004.

GASPARI, Elio. *A ditadura escancarada.* São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

_____. *A ditadura derrotada.* São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

_____. *A ditadura encurralada.* São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

GENTILI, Victor. *O jornalismo brasileiro nos anos 70*. In: Anais da X Compós, 2001, Disponível em <http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/home_2001.htm> Acesso em 20 ago. 2008.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



LEMOS, Patrícia. *A influência do AI5 na programação da Rádio Guarathan.* Trabalho Final de Graduação. Santa Maria: Curso de Comunicação Social/Centro Universitário Franciscano, 2006.

LOVATO, Clarissa. *A pioneira em Santa Maria*: uma reportagem sobre a trajetória da rádio Imembuí, através da história oral. Monografia de Conclusão de Curso. Santa Maria: FACOS-CCSH, 2000.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*: Cultura Brasileira e Indústria Cultural. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

RIBEIRO, Nely. Jornais Gráficos RS (1827-1900). O jornal em Santa Maria (1883-1992). Santa Maria: Ed. Da Autora, 1992.

RIDENTI, Marcelo. Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV. Rio de Janeiro: Record, 2000.

RIGO, Mauren Del C. *A lei do silêncio:* o impacto da ditadura militar sobre os meios de comunicação de Santa Maria. Monografia de Conclusão de Curso. Santa Maria: FACOS-CCSH/UFSM, Santa Maria: 2003.

ROMANCINI, Richard & LAGO, Cláudia. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

RONSINI, Veneza M. (org.) *Sociedade, mídia e cultura.* Santa Maria: CAPES, 1996.

SALOMÃO, Virginia. *Mídia, cultura e desenvolvimento*: estudo comparado de revistas regionais. Tese de Doutorado. São Bernardo do Campo: Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, 2009.

SEIBT, Michele. *Produção televisiva local e primórdios da estruturação das emissoras em rede:* estudo da *TV Imembuí*. Monografia de Conclusão de Curso. Santa Maria: FACOS-CCSH/UFSM, 2004.

## 2. Enciclopédia para formar leitores: a cultura na gênese do *Caderno de Sábado* do *Correio do Povo* (Porto Alegre, 1967-1969)[6]

*Everton Terres Cardoso / UNISINOS e IPA*

(cardoso.everton@hotmail.com)

O *Caderno de Sábado*, suplemento cultural do *Correio do Povo*, divulgou a produção intelectual e artística gaúcha e atualizou Porto Alegre com o

[6] Este trabalho foi inicialmente desenvolvido como dissertação de mestrado no Programa de Pós-Gradução em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul defendida em 30 de abril de 2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



pensamento nacional e estrangeiro. Este trabalho discute como se configura a noção de cultura na gênese do suplemento (1967-1969), considerando seu caráter enciclopédico e a proposta de formar culturalmente o leitor. Por meio de Análise de Conteúdo das 111 primeiras edições e de entrevistas com cinco dos autores mais frequentes no período, pretende-se iluminar as condições de produção e as principais características da publicação. Herdeiro da tradição dos suplementos culturais tal como se configuraram no Brasil nos anos 1950, o *Caderno de Sábado* traduzia duas acepções do termo cultura: o ideal iluminista de formação pelo jornalismo e a noção romântica alemã de elevação do espírito por meio da proximidade com as letras, artes e humanidades.

**Palavras-chave**: Caderno de Sábado; Correio do Povo; Suplementos Culturais; História do Jornalismo no RS; Jornalismo Cultural.

## Introdução

O surgimento do *Caderno de Sábado*, suplemento cultural do *Correio do Povo,* encontrou no Rio Grande do Sul uma intelectualidade ávida por difundir seu pensamento e sua produção literária. O encarte circulou semanalmente entre 30 de setembro de 1967 e 10 de janeiro de 1981, assumindo a função que outros periódicos – como a revista *Província de São Pedro* (1945-1957) da Editora Globo – haviam desempenhado: divulgar o pensamento intelectual e atualizar Porto Alegre com a produção acadêmica, literária e artística de outros lugares.

O projeto do suplemento fora idealizado pelo crítico de cinema e editor P. F. Gastal e pelo jornalista Osvaldo Goidanich, mas ficou engavetado por meses antes de ser lançado. Quando posto em prática, foi de última hora, em poucos dias, depois de uma conversa de corredor com o diretor do jornal, Breno Caldas. (DILLENBURG, 1997; GASTAL, 1996)

O *Correio do Povo* foi o jornal de maior importância em Porto Alegre no século XX e sua repercussão extrapolava o alcance estadual. A veiculação de um caderno dedicado a temas culturais guarda uma relação muito próxima com o caráter formador e distintivo dos suplementos semanais dos jornais brasileiros de circulação nacional, que tiveram seu auge nos anos 1950. Diante desse quadro, o presente trabalho discute como se configura a noção de cultura na gênese do

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



*Caderno de Sábado,* considerando seu caráter enciclopédico e a proposta de formar culturalmente o leitor.

Esse projeto editorial transparece nos primeiros anos de circulação do suplemento (1967-1969) por meio da escolha e edição dos temas, da forma como são abordados e também da imagem que o encarte procurar criar de si mesmo ante os leitores. Mas, o que faz de um indivíduo uma pessoa culta? Em primeiro lugar, a posse de um conjunto de saberes que está em uma esfera à parte do cotidiano. O ideal de ser culto engloba tipos de conhecimento mais próximos das humanidades, artes e letras, e não habilidades propriamente instrumentais. Pressupõe o domínio do que se chama de "cultura geral". A generalidade desse conhecimento agrega ao substantivo dois sentidos: envolve um pouco de tudo; e deve ser conhecida por todos.

O jornalismo cultural em suplementos semanais é uma prática bastante específica. Se comparado ao "primeiro caderno", ou seja, às demais editorias, configura-se como um espaço no qual o jornalístico tem suas definições e delimitações praticamente destruídas. É uma zona em que a notícia factual e a reportagem convivem com o texto literário, o ensaio analítico, a crítica e a resenha. Não há compromisso de definições muito precisas. Sua lógica interna, que permite aprofundar o tratamento dado aos temas, leva o ideal iluminista do jornalismo de formar o leitor a um grau dificilmente visto em outros espaços dentro das publicações de circulação diária. O jornalismo cultural, portanto, tem no adjetivo que o define a descrição da gama de temas, abordagens e objetivos que engloba, traços esses que, em grande parte, se originam do percurso semântico do vocábulo 'cultura'. O termo carrega em si a ênfase no "espírito formador" herdada do movimento romântico alemão, evidenciado em manifestações como a estética, a linguagem e o trabalho intelectual. (WILLIAMS, 2000) Quando vista como cultivo da mente, a palavra descreve tanto o estado mental desenvolvido – cultural – de uma pessoa quanto as atividades culturais, as artes e o trabalho intelectual do homem. Cultura é, portanto, um ideal a ser alcançado e o meio para se chegar até ele. (EAGLETON, 2005)

**Eclético e cosmopolita**

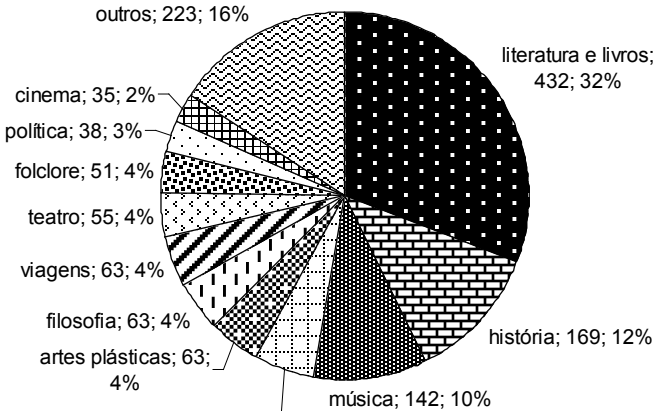
Para a coleta e a descrição de indícios que auxiliassem na formulação do ideal de cultura proposto pelo *Caderno de Sábado*, utilizou-se o método de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Análise de Conteúdo (AC)[7] e um *corpus* que inclui a totalidade das edições do período entre 30 de setembro de 1967 e 27 de dezembro de 1969. A fim de dar suporte às inferências formuladas a partir da AC, foram usadas técnicas de história oral temática[8]. As entrevistas com autores de textos publicados no *Caderno de Sábado* tiveram por objetivo fornecer mais subsídios para contextualizar e compreender os três primeiros anos de produção do suplemento na década de 1960 e sua proposta de formação cultural[9].

**Gráfico 1** – Tema; número absoluto; porcentagem do total de 1.405 textos codificados quanto à temática.




hi

É importante destacar que poemas, crônicas e textos ficcionais foram excluídos da análise temática, bem como da classificação por data e local. Isso porque a simples presença desses escritos já aproxima o suplemento da literatura. Se somados, esses trabalhos de caráter literário e poemas compõem 35% dos 2.120 textos analisados.

Entre os temas presentes nos textos classificados por assunto, a literatura é aquele que recebe maior destaque, congregando gêneros específicos como a poesia e narrativa curta, além de artigos, ensaios e críticas sobre obras e autores

[7] Serviram como base para a AC os pressupostos de Bardin (2004).
[8] De acordo com Meihy (1996).
[9] Um depoimento do Prof. Dr. Antonio Hohlfeldt (17 jan. 2008) serviu de ponto zero, ou seja, guiou os demais passos de história oral. A seguir, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com cinco colaboradores, entre aqueles que tiveram mais de 10 textos publicados no período abrangido pelo *corpus*: o poeta e professor Armindo Trevisan, o crítico literário Carlos Jorge Appel, o folclorista João Carlos Paixão Côrtes, o crítico e professor José Hildebrando Dacanal e o jornalista Renato Gianuca.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



brasileiros e estrangeiros. Verificou-se a ênfase na divulgação tanto da produção poética contemporânea quanto da consagrada. O conto latino-americano, bem como o brasileiro, expressões de relevância no período, foram repercutidos pelo caderno. Além disso, são assuntos que se destacam: a formação histórica do Rio Grande do Sul e o folclore local; a música erudita e os festivais de música popular brasileira; o patrimônio arquitetônico porto-alegrense; o circuito local de artes plásticas; o teatro engajado política e esteticamente e que estava em cartaz na cidade; o cinema estrangeiro autoral; a filosofia e a política internacionais; e viagens feitas ao exterior por personalidades sul-rio-grandenses.

Os autores que tinham textos publicados no *Caderno de Sábado* nos anos 1960 o faziam por diferentes razões e de distintas formas: havia o material que chegava ao *Correio do Povo* por meio de pacotes de agências de notícias das quais o jornal era assinante (as crônicas de Clarice Lispector, por exemplo); alguns eram de colaboradores costumazes que tinham vínculo empregatício com a Cia. Jornalística Caldas Júnior (casos de Mario Quintana, Renato Gianuca e José Hildebrando Dacanal); e outros eram de especialistas dos campos da produção cultural e intelectual local (Herbert Caro, Francisco Riopardense de Macedo, entre outros).

Além dos autores brasileiros, o *Caderno de Sábado* reproduzia artigos e ensaios de personalidades estrangeiras, como Louis Althusser, Kostas Axelos, Paul Claudel e Martin Heiddeger. A presença desses textos demonstra a busca pelo universal e cosmopolita. O mesmo pode ser inferido quando a publicação trata de temas que não ficam restritos à produção sul-rio-grandense. É claro que essa universalidade é eurocentrista e, neste caso, marcada pelas culturas francesa e alemã.

Como recorda o professor universitário e poeta Armindo Trevisan (2008), “naquela época, as influências europeias eram predominantes entre nós. Ou seja, as influências, por exemplo, dos órgãos promotores da cultura europeia: o Instituto Goethe e a Aliança Francesa. Era um movimento que nem se pode imaginar hoje”. No fim dos anos 1960, também se fortalecia o Instituto Cultural Brasileiro-Norte-Americano (ICBNA), marcando a influência estadunidense na cidade. Essas instituições primordialmente ensinavam línguas, mas também

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



realizavam conferências, ciclos, mostras, exposições e outros eventos de cunho cultural, e acabavam conquistando as páginas do *Caderno de Sábado*.

É possível perceber no suplemento do *Correio do Povo* um vínculo estreito com o local. Nos resultados quantitativos da AC, o predomínio absoluto é de referências a temas relacionados ao Rio Grande do Sul (em 263 textos). Entretanto, há abertura para o resto do Brasil e mesmo a outros países. No caso nacional, Rio de Janeiro (72), São Paulo (27) e Minas Gerais (26) são os estados mais frequentes entre os 17 mencionados. Já no âmbito internacional (491 textos), França, Alemanha e Estados Unidos são predominantes, ainda que haja espaço para vários outros países, tais como Armênia, Bulgária, Guatemala, Paraguai e Japão.

A tendência ao local não era nenhuma novidade em Porto Alegre, pois os movimentos literários e artísticos estiveram já há muito calcados no regionalismo. Seguindo a proposta dos suplementos do centro do país nos anos 1950, o *Caderno* abriu espaço para que em suas páginas fossem registrados o folclore e as tradições, focando a construção do gaúcho rural em plena sociedade urbana. O tipo humano oriundo da campanha e da serra do Rio Grande do Sul foi retratado e perfilado em artigos sobre sua vestimenta, danças, sociabilidade, fixando sua imagem como mito fundador do estado. Esse espírito é simultâneo a um período em que o tradicionalismo gauchesco buscava se expandir, principalmente com a disseminação dos Centros de Tradições Gaúchas (CTG).

**Suplemento para um fim de semana inteligente**

O nome *Caderno de Sábado* foi uma escolha óbvia, segundo Oswaldo Goidanich. (DILLEMBURG, 1997) No entanto, a opção deixa muito clara a posição do suplemento: é um caderno – portanto à parte do corpo principal do *Correio do Povo* – e circula aos sábados, dia livre da semana que pode ser ocupado pela leitura mais extensa e aprofundada. Em algo tão explícito como seu nome é possível deduzir a noção de cultura e também o ideal formador do suplemento, destinado à ocupação do tempo livre com leitura inteligente. Mas a publicação lançada em 1967 não visava somente o benefício do leitor. Ela procurava interferir na imagem do jornal em que estava encartada.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O histórico do *Correio do Povo* lhe dá a posição de jornal diário de maior importância no Rio Grande do Sul no século XX. A veiculação de um suplemento voltado para os temas culturais demonstra um movimento da empresa para reforçar esse lugar de prestígio diante de seu público leitor. Se o jornal havia abrigado "os melhores nomes" da intelectualidade local até os meados dos anos 1960, o surgimento do *Caderno de Sábado* corporificou uma imagem até então difusa.

Tendo em vista que os maiores diários brasileiros já publicavam seus suplementos culturais havia uma década, a gênese do *Caderno de Sábado* corresponde a uma expectativa do leitor mais informado e que tem contato com jornais de outros estados. O *Correio do Povo* passa, então, a ser visto como um jornal preocupado com a veiculação de conteúdos de alto nível cultural – como já faziam seus semelhantes nacionais.

Seguindo a referência de alguns dos suplementos surgidos nos anos 1950 que se tornaram referência nacional – caso do *Suplemento Literário* de *O Estado de São Paulo* – (ABREU, 1996), o *Caderno de Sábado* não se restringia à divulgação de bens culturais e artísticos tomados como mercadorias. Em suas páginas, é possível encontrar a reflexão e a problematização do conceito mesmo de arte e cultura pela apreciação crítica desses produtos. Há espaço para a constante (re)discussão das práticas culturais de forma mais ampla. A análise vai além do produto em si, relaciona-o com outros semelhantes, contrasta-o com a produção existente e o insere na produção cultural e intelectual. Esse texto de viés crítico faria o trabalho de formação estética do leitor, fornecendo-lhe subsídios para que faça a sua interpretação pessoal e seja capaz de ir além do gostar ou não.

Dessa maneira, então, o suplemento representa uma melhora no conteúdo oferecido pelo jornal em seu primeiro caderno, o lugar da leitura aprofundada. E, tomando a noção de cultura mais ligada à noção romântica alemã, traz a matéria que contribui para a formação estética do indivíduo e para a elevação de seu espírito pelos produtos da criatividade humana. A poesia que está em todas as edições do *Caderno de Sábado*, a crônica que é regular, a presença de contos e trechos de novelas, além da reprodução de obras de arte, são exemplos dessa relação com essa ideia de formação cultural dos leitores.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O ideal herdado dos iluministas Diderot e D'Alembert também serve de guia para o *Caderno de Sábado* no que concerne à definição de muitos traços da publicação, sobretudo a presença de conteúdos que possuem um viés inerentemente didático. A intenção de ser uma enciclopédia é reforçada pela publicação de índices semestrais que agrupam as edições em um volume e trazem a classificação dos textos por temáticas e autores. Tal como nas enciclopédias, a sequência de volumes é a medida do conhecimento ali contido.

Em uma leitura feita 40 anos depois da publicação do *Caderno de Sábado*, a sensação que se tem é a de uma escrita que fora pensada para durar, para atravessar as décadas e fugir da lógica de tempo curto do jornalismo. Simbolicamente, é, então, uma enciclopédia que nasceu antes de seu tempo – pois elas costumam tratar de temas do passado – e mais tarde – quando já encadernada em volumes semestrais – aproxima-se do modelo enciclopédico típico. O sujeito que a consulte encontra reunida, se não a totalidade, pelo menos boa parte da movimentação cultural do fim da década de 1960.

O jornalismo tem sua relação com o público baseada em um contrato comunicativo norteado pela criação de efeitos de verdade, ou seja, o uso de estratégias que dão ao leitor a sensação de que tudo o que é veiculado é uma verdade praticamente incontestável. (CHARAUDEAU, 2006) No caso específico do *Caderno de Sábado*, esse compromisso com os leitores está marcado por um acordo que é aferido, em grande medida, a partir das assinaturas dos textos. Os agentes legitimados nos campos da produção cultural e intelectual emprestam seu prestígio ao suplemento ao mesmo tempo que recebem uma possibilidade de fazer repercutir de maneira amplificada a produção reconhecida ou em processo de consagração. Esse compromisso também se traduz nos textos em que o suplemento se dirige a seus leitores. A publicação corrige erros cometidos em edições anteriores, reforça o prestígio de seus colaboradores e também seu comprometimento com a formação cultural do público que a acompanha.

O *Caderno de Sábado*, tal como havia acontecido com os suplementos semanais de cultura no Rio de Janeiro e em São Paulo na década de 1950 (ABREU, 1996), participou da "rede de sociabilidade" dos intelectuais e artistas porto-alegrenses. A redação do *Correio do Povo* já exercia um pouco esse papel

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



aglutinador; o suplemento surgiu para concretizar a produção desses intelectuais que por ela circulavam. De acordo com Gianuca (2008), "todos os dias se recebiam [na redação] quatro ou cinco escritores, gente do teatro, artistas plásticos". Carolos Jorge Appel (2008), professor da UFRGS nos anos 1960 e crítico literário, relembra que "o *Caderno de Sábado* era muito ligado aos produtores e aos pensadores da cultura da época nas áreas de filosofia, música erudita, música popular, folclore, artes plásticas, arquitetura, cinema. Todas as áreas culturais tinham o *Caderno* como referência. Ele ampliava aquilo que era restrito ao âmbito acadêmico".

Pela repercussão do trabalho desenvolvido no suplemento, o *Correio do Povo* recebeu, em 1979, o prêmio Jabuti na categoria "melhor crítica e/ou noticiário literário (jornais)"[10]. O reconhecimento nacional veio em um período em que a crise financeira já começava a rondar a Empresa Jornalística Caldas Júnior. Esta distinção aponta, no entanto, a relevância nacional do *Caderno de Sábado* e o quanto este suplemento marcou época no sul do país. Até hoje ele permanece no imaginário porto-alegrense como um espaço que, na opinião de muitos, ainda continua vago. Por seu perfil enciclopédico, combinou a variedade dos temas, a qualidade dos textos e o prestígio dos autores como elementos referenciais na formação cultural de mais de uma geração de leitores.

## Referências

ABREU, Alzira Alves. Os suplementos literários: os intelectuais e a imprensa nos anos 50. In: _____; MATTMAN-WELTMAN, Fernando; FERREIRA, Marieta de Moraes; RAMOS, Plínio de Abreu. (orgs.) *A imprensa em transição:* o jornalismo brasileiro nos anos 50. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1996. pp.13-60.

APPEL, Carlos Jorge. *Carlos Jorge Appel*: depoimento [nov. 2008]. Entrevistador: Everton Terres Cardoso. Porto Alegre: 2008.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. 3.ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

[10] Em 1970, o crítico literário José Fonseca Fernandes, do *Correio do Povo*, recebera o mesmo prêmio, mas individualmente. De acordo com o site oficial do Prêmio Jabuti. Disponível em: <http://www.cbl.org.br/jabuti/telas/edicoes-anteriores/>. Acesso em: 14 jul. 2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



DILLENBURG, Sérgio Roberto. *Correio do Povo*: história e memórias. Passo Fundo, RS: Ediupf, 1997.

EAGLETON, Terry. *A idéia de cultura*. São Paulo: UNESP, 2005.

GASTAL, P. F. *Cadernos de cinema de P. F. Gastal*. Porto Alegre: Unidade Editorial, 1996.

GIANUCA, Renato. *Renato Gianuca*: depoimento [ago. 2008]. Entrevistador: Everton Terres Cardoso. Porto Alegre: 2008.

MEIHY, José Carlos S. Bom. *Manual de história oral*. São Paulo: Ed. Loyola, 1996.

TREVISAN, Armindo. *Armindo Trevisan*: depoimento [dez. 2008]. Entrevistador: Everton Terres Cardoso. Porto Alegre: 2008.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2000.

## 3. Jornalismo e representação do sistema artístico-cultural nos anos 1980: um estudo do jornal Diário do Sul (Porto Alegre, 1986 – 1988)

*Cida Golin*

(cidago@terra.com.br)

*Ana Gruszynski*

*Priscila Muzykant (Bolsista PROBIC-CNPq) / UFRGS*

Esta pesquisa discute a relação entre a prática jornalística e a representação do sistema artístico e cultural a partir da análise dos elementos discursivos e gráficos da editoria de cultura do jornal *Diário do Sul* (Porto Alegre, 1986-1988), periódico do grupo *Gazeta Mercantil* que constituiu uma experiência editorial diferenciada na história da imprensa no Rio Grande do Sul. A pesquisa qualitativa e exploratória foi conduzida pelo método de análise de conteúdo e técnicas de História Oral. A cobertura de cultura do DS contemplou todas as instâncias do sistema cultural, dando ênfase à criação, difusão, preservação e análise. Destacou-se pelo registro minucioso do circuito local, descrito a partir de critérios como memória, contexto e valor econômico. A editoria de cultura enfatizou o cânone, os expoentes da área, a agenda de eventos, o tempo do

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



produto e do consumo, mas foi sensível aos processos culturais, sondando a economia, a política, os bastidores e as rotinas criativas.

**Palavras-chave**: Jornalismo e Sistema Artístico e Cultural; Jornalismo Cultural; Diário do Sul; História do Jornalismo.

## Introdução

A pesquisa "Jornalismo e representação do sistema artístico-cultural nos anos 1980: um estudo do jornal *Diário do Sul* (Porto Alegre, 1986 - 1988)", em andamento desde março de 2007 na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com recursos do CNPq, FAPERGS e UFRGS, discute a relação entre o jornalismo e a representação do sistema artístico e cultural, a partir da análise dos elementos discursivos e gráficos da editoria de cultura do extinto jornal *Diário do Sul*, periódico do grupo *Gazeta Mercantil* que circulou entre 04 de novembro de 1986 e 30 de setembro de 1988. Buscou-se compreender como a imprensa – e particularmente este jornal – documentou e avalizou o sistema cultural em meados dos anos 1980, período marcado pela redemocratização e pela economia inflacionada. O DS nasceu com a ambição de se constituir em uma revista diária, apostando na análise, na informação contextualizada e no perfil editorial que avançasse para além do regional. O periódico, até então inexplorado como objeto de pesquisa acadêmica sistemática, se constituiu em uma experiência editorial diferenciada dentro da história da imprensa no Rio Grande do Sul.[11]

## Procedimentos metodológicos

A pesquisa qualitativa e exploratória, de viés histórico-crítico, foi conduzida pelo método de análise de conteúdo (BARDIN, 2004; BAUER, 2002) e técnicas de história oral. (MEIHY, 1996; THOMPSON, 1992) Percorreu a fortuna crítica sobre

[11] A presente investigação insere-se nas atividades do Laboratório Eletrônico de Arte e Design (LEAD) da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Integra a linha de pesquisa *Jornalismo e Processos Editoriais* do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da UFRGS. Participam da investigação o Mestre em Comunicação Everton Cardoso e as Mestrandas PPGCOM UFRGS Ana Laura Colombo de Freitas e Sara Keller. Entre 2008 e 2009 trabalharam as bolsistas BIC-FAPERGS Sara Keller e Priscila Musykant, BIC/UFRGS Samantha Klein, Bruna Menezes e Rafael Glória, além do bolsista voluntário PROPESQ Tales Gubes Vaz; em 2007 foram bolsistas BIC-UFRGS Flávia Moraes e BIC-FAPERGS Raquel Hirai.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



teorias do jornalismo, história do jornalismo, jornalismo especializado em cultura, design gráfico e o referencial teórico sobre o campo de produção artística e cultural. A análise de conteúdo revelou uma panorâmica quantitativa da cobertura cultural e aspectos qualitativos no trato desse tipo de informação. A amostra quantitativa reuniu três meses alternados do primeiro semestre de existência do jornal (novembro 1986, janeiro e março de 1987) e três meses do último (maio, julho e setembro de 1988). Aplicou-se uma tabela para indexar 1.469 matérias em cerca de 150 edições, verificando gêneros narrativos, frequência dos segmentos culturais, abrangência geográfica da cobertura, áreas de texto e imagem, entre outras perspectivas. A amostra qualitativa foi composta por seis semanas alternadas (uma semana de cada mês da amostra quantitativa), identificando nos textos e imagens os seguintes pontos: título, autor, detalhamento da identidade das fontes, critérios para seleção das pautas e critérios de edição; temporalidade, detalhamento da tipografia, imagem e ilustração. O conjunto de cada semana foi compilado em torno dos eixos descritivos: conceito de cultura, público previsto, identidade das fontes, critérios de edição e seleção de pauta e retrato do sistema artístico e cultural.

Por meio de técnicas da história oral, entrevistas com 12 membros da equipe editorial permitiram, mesmo sob a distância temporal e com a reconstrução lacunar da memória, uma perspectiva sobre os processos editoriais peculiares à história desse periódico. Entre novembro de 2008 e junho de 2009, foram entrevistados o repórter e editor de Cultura, Luiz Carlos Barbosa; o principal mentor do projeto e diretor do *Diário do Sul,* jornalista Hélio Gama Filho; o repórter e crítico de cinema, Glênio Póvoas; a editora de imagem, Jaqueline Joner; os editores de cultura, Renato Lemos Dalto e Ana Barros Pinto; o autor do projeto gráfico, designer Jorge Gallina; o crítico de teatro, Antônio Hohlfeldt, a organizadora do Centro de Pesquisa do Diário do Sul, bibliotecária e professora Helen Rozados, o jornalista José Weiss e o crítico de cinema Luiz Carlos Merten. As entrevistas buscaram recuperar a memória sobre as rotinas de produção da editoria de cultura, critérios de pauta, tratamento jornalístico dos textos, entre outros aspectos, fornecendo subsídios importantes para as etapas analíticas da pesquisa. As entrevistas foram gravadas em arquivos digitais de áudio,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



decupadas para leitura e constituem um banco de dados para estudos futuros sobre este periódico.

**Fundamentação teórica**

Um sistema cultural pressupõe uma dinâmica de relações entre instituições, agentes, produtos, processos e produção de valor. Em linhas gerais, o campo cultural pressupõe zonas de competência, instituições e atores distribuídos em movimentos e momentos articulados que, segundo Albino Rubim (2008), podem ser identificados em: (1) criação, invenção e inovação; (2) divulgação, transmissão e difusão; (3) troca, intercâmbio e cooperação; (4) preservação e conservação; (5) análise, crítica, estudo, investigação, pesquisa e reflexão; (6) consumo; (7) organização.

Neste campo, o jornalismo assume a condição de intermediário: dinamiza, documenta, avaliza o sistema cultural, age na formação de públicos e fornece parâmetros interpretativos da cultura de um determinado período e local. Por meio dos limites de suas estratégias discursivas e das escolhas editoriais, cumpre uma função de mediação, aproximando o público da experiência da arte, do pensamento e da cultura. Dentro dos seus limites, e historicamente ligado ao projeto iluminista de vulgarização do saber, o jornalismo cultural contribui para a compreensão dos códigos artísticos, enfatizando a secular dimensão comunicativa do ato de criticar e interpretar. (LEENHARDT, 2000)

Várias instituições – escola, universidade, museus, galerias – asseguram a legitimidade do gesto artístico, mas a mediação jornalística torna-se crucial ao garantir a visibilidade das ofertas e produzir a sedução. Referenda a necessidade destes próprios objetos e sustenta a palavra dos críticos, autoridades que afiançam a consagração ou a descoberta dos novos. O jornalismo participa do mecanismo de criação de consensos sobre o que significa a cultura de uma época, consenso esse formado dentro do próprio sistema cultural. Nesse processo, o discurso jornalístico apropria-se de valores intrínsecos a esse universo, tais como o cânone, a respeitabilidade dos pares, além dos critérios mercadológicos.

Por meio de sua função comunicativa, o jornalismo produz um tipo específico de conhecimento sobre o campo cultural. Suas práticas culturais de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



enquadramento narrativo privilegiam critérios como atualidade e notoriedade, além das estratégias de construção editorial como a personalização ou a visualidade. Pautado pela dinâmica das indústrias culturais, pela sua estrutura de lançamentos e distribuição, as manifestações estéticas, no jornalismo cultural, são percebidas em geral a partir do espetáculo e do evento. A representação e interpretação do sistema artístico-cultural é constituída, geralmente, por uma cobertura de fatos pré-agendados pelos produtores. O trabalho da imprensa pode nos guiar na visualização de um retrato do sistema cultural de um determinado período, mas não teremos acesso, na versão final, a tudo o que foi excluído na rotina de edição. O jornalista faz uma triagem, atua como um filtro, produz perspectivas e abordagens parciais sobre a arte e a cultura de seu tempo histórico. (GOLIN; CARDOSO, 2010)

**Considerações finais**

No panorama do sistema cultural visualizado nas amostras quantitativa e qualitativa, percebeu-se o diálogo entre a ambição cosmopolita do *Diário do Sul* e o critério jornalístico da proximidade. Na abrangência geográfica, Porto Alegre (47%) é o local predominante da cobertura, perdendo para a soma das referências regionais (19%), nacional (19%) e internacional (15%). A quantificação dos segmentos culturais demonstrou que o cinema (18%) foi o tema predominante, seguido por música (15%), literatura (12%), agenda cultural (12%), artes plásticas (9%), teatro (8%) e televisão (6%). A cobertura de cultura do DS contemplou todas as instâncias do sistema cultural, dando especial ênfase à criação, difusão, preservação e análise. Herdeiro dos preceitos editoriais da *Gazeta Mercantil*, exerceu a função de mediação entre o público e a cultura alicerçado na construção da credibilidade, conquistada pela pauta técnica e pela confiabilidade da informação produzida. Com uma equipe de cinco tradutores, apostou alto no diálogo com publicações internacionais de referência como *El País*, *Rolling Stone*, *Le Monde*, entre outros. No entanto, a relevância de sua contribuição foi mesmo o registro minucioso das especificidades do sistema de cultura local, confirmando o depoimento dos editores sobre a concepção e os procedimentos de cobertura. (GOLIN, GRUSZYNSKI, 2009a)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A editoria de cultura do DS enfatizou a agenda de eventos, o cânone, a temporalidade dos produtos e a notoriedade dos sujeitos envolvidos, mas foi bastante sensível aos processos culturais, sondando a economia, a política, a produção e as rotinas criativas. O periódico registrou a economia da cultura, permitindo avaliar o quanto uma conjuntura recessiva interferiu na expansão e retração das atividades e da infra-estrutura do setor cultural em Porto Alegre entre 1986 e 1988. Destacaram-se, também, os dados sobre a institucionalização da cultura no Estado. Memória, contexto e valor econômico constituíram o tripé da construção desta proposta de jornalismo diário analítico. (GOLIN, GRUSZYNSKI, 2009b).

Percebeu-se o crescimento da visualidade da cultura na trajetória do DS, expansão coerente ao valor desse segmento na identidade do periódico. Durante a maior parte do tempo, a cobertura cultural participou do corpo principal do jornal, seguindo normas gráficas rígidas, disputando o prestígio da capa com as demais editorias e oferecendo somente a abertura de páginas como lugar de maior visibilidade. Ao final, o jornal rendeu-se ao modelo dos cadernos culturais autônomos, estratégia seguida pelos principais jornais brasileiros nos anos 1980. O encarte favoreceu a valorização dos eventos e produtos. A maior visibilidade propiciada pela capa e, em segundo plano, pela contracapa, potencializou o espaço de decisão e de julgamento jornalístico. Detectou-se, no conjunto, uma ênfase imagética na figura do artista, a consagração do espetáculo, mas também a sensibilidade editorial de que a política, a economia e os bastidores da criação eram perspectivas relevantes que, não raro, abririam graficamente um caderno cada vez mais associado ao consumo e ao serviço, com seus longos roteiros internos.

Fiel ao ideal de esclarecimento que acompanha o jornalismo desde a sua gênese, e em especial ao jornalismo cultural, concluiu-se que o DS buscou se constituir como espaço de referência e de consulta, referendando a arte e a cultura como elementos de distinção.

**Referências**

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2004.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



BAUER, M. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M.; GASKELL, G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

GOLIN, C.; CARDOSO, E. Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In: BOLAÑO, C; GOLIN, C; BRITTOS, V. *Economia da arte e da cultura.* São Paulo: Itaú Cultural, 2010. (no prelo da Coleção Observatório Cultural)

GOLIN, C.; GRUSZYNSKI, A. Cultura e processos editoriais: a representação do sistema artístico-cultural no Diário do Sul (1986-1988). In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba. *Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2009a.

_____. Parâmetros do sistema artístico e cultural no jornal Diário do Sul (1986-1988): a centralidade da economia na cobertura de cultura. *Revista FAMECOS*, v.40, pp.36-43, 2009b.

GRUSZYNSKI, A.; GOLIN, C. *O projeto gráfico e a visibilidade da cultura no jornal Diário do Sul (1986-1988).* 2010, (inédito).

LEENHARDT, J. Crítica de arte e cultura no mundo contemporâneo. In: M. H. MARTINS. (org.) *Rumos da crítica*. São Paulo: Editora Senac São Paulo: Itaú Cultural, 2000, pp.19-28.

MEIHY, J. *Manual de história oral*. São Paulo: Ed. Loyola, 1996.

RUBIM, A. Formação em organização da cultura no Brasil, *Revista Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, Itaú Cultural, n.6, jul.-set. 2008, pp.47-55.

THOMPSON, P. *A voz do passado*: história oral. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

## 4. A Coluna Social do Jornal Folha de São Borja nos anos 70

*Luciano Costa (Bolsista de Iniciação Científica)*

(lucianocostaal@gmail.com)

*Cárlida Emerim / UNIPAMPA*

(carlidaemerim@unipampa.edu.br)

Este projeto estuda a produção das colunas sociais publicadas no jornal Folha de São Borja no período compreendido entre 1970 e 1979, momento no qual a que a atividade remonta a um processo primário da imprensa, cujas características fundamentais baseiam-se na proximidade, na legitimação social e

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



no poder econômico. O presente estudo aponta as marcas discursivas das colunas deste período e, especificamente, o público a que se destina. Nos resultados parciais aqui apresentados, exibe-se uma amostragem da metodologia de análise que está sendo proposta, até esta fase da investigação.

**Palavras-chave**: História; Colunismo Social; Análise do Discurso; Jornalismo.

## Introdução

Desde o início da história da imprensa, as colunas sociais ocupam um espaço privilegiado nas publicações impressas. Para a investigação científica, elas se constituem num elemento fundamental para o entendimento do modo de funcionamento de uma sociedade, através, principalmente, da visibilidade coletiva que oferta e das seleções que opera – quem deve ser notícia.

Na atualidade, a coluna social é um gênero produtivo do jornalismo brasileiro, com influências nas práticas sociais e na formação da opinião pública. Sendo assim, estudar a constituição das colunas sociais publicadas num jornal do interior do Estado, em São Borja, significa estudar a própria sociedade da época, numa cidade que faz fronteira com um outro país, em plena ditadura militar.

Em referência direta à escrita e a função destas colunas, Marques de Melo aponta que *coluna social* vai além da visibilidade, pois ela ocupa um espaço de substituição de uma realidade insociável, ou seja:

> Já que a maioria das pessoas está excluída do reduzido círculo dos colunáveis (poder/estrelato), dá-se-lhe a sensação de participar desse mundo, através dos colunistas. Trata-se de uma forma de participação artificial, abstrata. Participam sem fazer parte. Acompanham à distância. (MELO: 1994, p.140)

Valendo-se dos apontamentos acima, o presente estudo dedica-se ao mapeamento do “como” se fazia o colunismo social na cidade de São Borja, no interior do Rio Grande do Sul, focando o interesse em quem as escrevia e para quem elas se dirigiam, na proposta de recuperar as marcas discursivas deste fazer jornalístico, num período inscrito entre 1970 e 1979, no jornal local Folha de São Borja.

## Fundamentação teórica

Em São Borja, os anos 70 marcam um período de poucas publicações jornalísticas e o fechamento de empresas de rádio na cidade que somente

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



retornariam em 1976. No campo do jornalismo impresso, muitas empresas que vinham atuando a partir dos anos 50 e 60 fecharam as portas alguns anos depois do Golpe Militar de 1964.

É neste contexto de turbulência de fechamento e acirramento dos meios repressivos de controle social que surge, em 24 de fevereiro de 1970, o jornal Folha de São Borja. Há questões muito relevantes a serem consideradas quando se fala em Ditadura Militar em São Borja.

A simples digressão histórica que fez para este estudo nos ajuda a encontrar três aspectos importantes para a reflexão. O primeiro deles está ligado ao fato de que o golpe militar de 1964 depôs um presidente são-borjense, João Goulart, que trazia uma proposta de governo diferenciada. O segundo remete à questão geográfica da cidade localizada na fronteira com a Argentina, portanto, zona de segurança nacional e, por isso, uma cidade extremamente militarizada, com pelo menos três quartéis e várias guarnições do Exército. O terceiro se refere à cultura econômica da cidade e região, eminentemente rural, agrícola e oligárquica, com o domínio de poucas famílias sobre a cultura do arroz.

Estes apontamentos prevêem, então, que neste jogo de visibilidade pública do poder e da influência que alimentava os acontecimentos noticiados pelas colunas sociais, que dependiam do estilo de seus autores para a definição do seu tom jornalístico, alternavam-se entre a publicização do consumo e do que não era "de acesso do povo" bem como pequenas notas informativas que demonstravam a inserção do próprio autor no espaço social.

Entendendo o contexto social onde se encontrava o objeto de estudo escolhido, propõe-se observar as marcas discursivas destas colunas escritas nos anos 70 no FSB mapeando os sentidos produzidos e suas variações. Para ajudar a entender estas marcas, traz-se o conceito de formação discursiva de Foucault (2001), que a conceitua como "os princípios de individualização de um discurso" para qual existe uma regularidade, uma organização que caracteriza um sistema de formação de enunciados.

Dentre os colunistas do Jornal Folha de São Borja, tanto os fixos como os eventuais e esporádicos, destaca-se Zely Espíndola que está desde o início da publicação e manteve durante toda a década de 70 como a colunista referência, visto que as festas recobertas por ela eram as que envolviam as pessoas de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



maior destaque ao longo dos anos 70 e, também, as que possuíam sobrenomes mais tradicionais na sociedade saoborjense. As temáticas mais comuns que obtinham maior repercussão na coluna de Zely Espíndola, de um modo geral, eram as que tratavam sobre os bailes dos clubes mais tradicionais da cidade: Clube Comercial e Clube Recreativo Saoborjense. Eventos de ocorrência constante que mobilizavam toda a sociedade em torno de seu acontecimento.

Para dar conta dessa proposta, a metodologia de análise a ser empregada imerge na Análise do Discurso de linha Francesa (ADF) que propõe uma metodologia de explicação de textos privilegiando a interdisciplinaridade e articulando a linguística, a semiótica, o materialismo histórico e, de vez em quando, a psicanálise. A ADF define o discurso escrito como objeto de uma análise estruturalista, com base na lingüística e na história, mas postula ser a linguagem indissociável da interação social e, sendo assim, insere o discurso como espaço de articulação entre linguagem e sociedade.

Serão articulados autores das bases fundantes da proposta ADF advinda de Pêcheux. Enfatiza-se, porém, que não se aprofundará os conceitos teóricos trazidos por esses autores, porque eles serão utilizados numa articulação operacional, sendo chamados a definir e conceituar princípios fundamentais da análise desses objetos.

Para Eni Orlandi (apud SILVA: 2004) a análise do discurso nascida no século XX é uma prática científica que articula sujeito, linguagem, história e sentido, pois “que a história “afeta” a linguagem de sentidos. Desse encontro resulta o texto, logo textualidade que é história, que faz sentido”. Ainda nas palavras de Eni Orlandi (2008):

> O discurso é moldado e restringido pela estrutura social no sentido mais amplo e em todos os níveis: pelas relações específicas em instituições particulares, como o direito ou a educação, por sistemas de classificação, por várias normas e convenções, tanto de natureza discursiva como não discursiva, e assim por diante (...). O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado. (ORLANDI, 2008, p.91)

Um dos focos a que se propõe esta análise vincula-se à articulação entre Linguística e Ciência Social Crítica, estabelecendo um quadro analítico que mapeie as relações de poder instauradas nos discursos. Nesse sentido, é

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



importante acrescentar que o discurso, a partir da ADC, pode ser compreendido como socialmente constitutivo, isto é, pelo discurso se constituem estruturas sociais, ou constituído socialmente, na medida em que os discursos variam de acordo com domínios sociais em que são gerados.

**Procedimentos metodológicos**

A proposta metodológica desta fase da pesquisa **As Colunas Sociais do Jornal Folha de São Borja** visa organizar os textos publicados nas colunas assinadas por Zely Espíndola ao longo da década de 70 com o propósito de selecionar um corpus de análise para entender, através do texto, da linguagem empregada nesses textos, **para quem** e **com quem** a coluna "fala", ou seja, para tentar mapear o seu público alvo discursivo.

Assim, por exemplo, o materialismo histórico, entendido aqui como "teoria das formações e transformações sociais" (FERNANDES, 2007, p.69), será chamado para esclarecer as situações nas quais o sujeito se insere como ator social pertencente a uma sociedade que é organizada em classes sociais, bem como entender e analisar os papéis que este sujeito assume nesse contexto. Pois é pela história "que observamos as condições de produção do discurso, ou seja, o porquê da aparição de um enunciado em dado momento e lugar e não em outro". (Idem) A partir dessa etapa analisar-se-á o discurso, entendido como o lugar de manifestação de sentido buscando no contexto em que ele é produzido, a relação com o sentido produzido.

Além destes conceitos mais gerais acima propostos, também se pretende verificar quais são as marcas discursivas utilizadas na construção desses discursos e quais os sentidos produzidos pelo uso desses nos textos analisados. Assim, por **marcas discursivas** entendemos os elementos constitutivos e configurativos dos discursos tais como, do ponto de vista interno, as palavras, as frases, o texto em si e, do ponto de vista externo, as relações que implicam na construção/configuração desses textos tais como o período da publicação, o estilo da produção, o próprio meio jornalístico, a sociedade no qual está inserido, entre outros.

**Etapas metodológicas da pesquisa**

- O corpus: Serão analisadas cerca de 500 edições do jornal Folha de São Borja, publicados entre 1970 e 1979, na cidade de São Borja, pesquisados

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



em museus e acervos particulares. Este material já foi digitalizado e está servindo de base para a análise empírica da pesquisa.

- Fase 1: Foi empreendida uma grande pesquisa histórica com vistas a entender o material a ser analisado. A primeira dificuldade foi a de reunir as publicações encontradas nos museus, depois, as que poderiam estar disponíveis em acervos particulares. O fruto desta primeira empreitada foi o restabelecimento da história do colunismo social no período dos anos 70 em São Borja e o aprimoramento da história dos fazeres da colunista referência do período, Zely Espíndola.
- Fase 2: Nesta fase em que se encontra a presente pesquisa, o objetivo é o de analisar os textos publicados nessas colunas para entender para quem e com quem a coluna ”fala”, com vistas a entender o período histórico e os modos de fazer da função Colunismo Social na imprensa nos anos 70.
- Fase 3: Nessa fase, futura, pretender-se-á fazer o fechamento desta pesquisa contribuindo não só para o restabelecimento da história da imprensa no interior do Rio Grande do Sul, no que tange a coluna social, bem como estabelecer um estudo sobre o modo de fazer colunismo no interior do Rio Grande do Sul, mais especificamente em São Borja, no período da ditadura militar.

Fase 2: empreendimentos metodológicos:

Com o objetivo de analisar as marcas discursivas e verificar para quem e com quem a coluna “fala”, ou seja, para tentar mapear o seu público alvo discursivo, efetuou-se uma sistematização das colunas a serem analisadas neste primeiro processo. Foram selecionados aleatoriamente uma nota de cada coluna em cada ano da década de 1970. As edições em que as colunas analisadas foram publicadas são: 05 de maio de 1970, 16 de fevereiro de 1971, 07 de setembro de 1972, 05 de julho de 1973, 01 de maio de 1974, 09 de outubro de 1975, 07 de setembro de 1976, 23 de março de 1977, 24 de junho de 1978 e 04 de agosto de 1979.

## Considerações finais

Zely Espíndola foi a colunista referência do jornal visto que as festas recobertas por ela eram as que envolviam as pessoas de maior destaque. Os

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



sobrenomes escolhidos para fazerem parte da "rotina de visibilidade" nas colunas sociais eram os amigos pessoais da colunista, a elite financeira da cidade, as relações institucionais do jornal Folha de São Borja e as famílias tradicionais, práticas, aliás, comuns à produção de colunismo social padrão no Brasil. A colunista construiu uma identidade afetuosa com a comunidade são-borjense que aparecia em sua coluna em forma de agradecimentos, de ações, cartas e/ou mimos recebidos. A análise das colunas de Zely reitera as figuras proeminentes da sociedade, que por poder simbólico, econômico e/ou afetivo destacavam-se na sua comunidade de pertencimento, uma elite cultural e econômica. O que não aparece são as camadas mais populares da sociedade.

Outra constatação dá-se pela estratégia de construção da intimidade com os leitores, visto que, a colunista não tinha espaço físico de trabalho dentro da sede do jornal: sua coluna era produzida ou em seu local de trabalho oficial (o cartório da cidade) ou em sua residência.

Zely Espíndola detinha alto conceito com os comandantes militares da cidade e região não só por ser funcionária pública e pelas inúmeras vezes em que enfatizava o seu patriotismo e seu nacionalismo como também a larga cobertura expedida às ações dos militares na coluna social. Esta relação harmônica beneficiou a colunista, que era a única colaboradora do jornal que não precisava submeter seus textos à censura prévia. A análise mostra que, em relação às temáticas, havia uma autocensura de conteúdos, pois a coluna tratava de assuntos mais "amenos", preterindo fatos polêmicos, sérios, que tratassem da realidade social.

Nesse ponto, relacionando ideologia e linguagem, o texto de Espíndola coaduna-se à perspectiva de "sentido a serviço do poder", tal como assevera o teórico inglês J. B. Thompson, uma vez que o discurso, nessa circunstância, serve, de certa forma, para a manutenção das relações de dominação, imposta pelo regime militar.

## Referências

FAIRCLOUGH, Norman. Discurso e Mudança social. MAGALHÃES, Isabela, coordenadora da tradução, revisão técnica e prefácio. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001, 2008 (reimpressão).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



FERNANDES, Cleudemar Alves. *Análise do discurso*: reflexões introdutórias. São Carlos: Claraluz, 2007.
FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

ROMANCINI, Richard & LAGO, Claudia. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 1994.
MELO, José Marques de. *Teoria do jornalismo*: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Discurso e Texto*: formulações e circulação dos sentidos. Campinas, SP: Pontes, 2º edição, 2005.

ROMANCINE, Claudia LAGO e Richard. *História do Jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

SILVA, Rosineide Guilherme da. *Análise do Discurso*; Princípios e Aspectos Gerais. Disponível em: <http://www.cce.ufsc.br/~lle/congresso/trabalhos_lingua/Rosineide%20Guilherme%20da%20Silva.doc>. Acesso em 16 de Março de 2010.

SODRÉ, Muniz. *Colunismo Social*: Gente boa e gente fina. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/fd260820031.htm>. Acesso em 29 de Maio de 2009.

SOUZA, Rogério Martins de. *A sedução do colunismo*: Uma análise das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0690-1.pdf>. Acesso em 27 de julho de 2009.

THOMPSON, J. B. Ideologia e cultura moderna. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

## 5. Imprensa local em municípios jovens e sua relação com o capital sinergético

*Fernanda Finkler / UNISC*

(finklerfernanda@gmail.com)

Este trabalho estuda a implantação e a evolução dos jornais impressos locais criados em municípios emancipados na década de 1990, na região que compõem o Conselho Regional de Desenvolvimento do Vale do Rio Pardo (Corede-VRP), no Rio Grande do Sul, Brasil. O período coincide com a solidificação da democratização que voltava a ser exercida no país, com a

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



expansão do ensino superior e com o avanço tecnológico na área da comunicação e informática. Ainda, a pesquisa pretende verificar se estes periódicos, atualmente, estão preparados estrutural e editorialmente para estimular o capital sinergético para o desenvolvimento desses municípios.

**Palavras-chave**: Emancipações; Jornal Local; Capital Sinergético; Desenvolvimento.

## Introdução

Na década de 1990, ocorreram 134 emancipações no estado do Rio Grande do Sul, destas, nove foram na região que compõe o Corede-VRP[12]. Anos após a criação dos novos municípios pode-se constatar que, em três, surgiu a imprensa local representada por jornais impressos: Tribuna Popular, criada em 1993, em Sinimbu; Folha Vale do Sol, implantada em 1995, em Vale do Sol; e Gazeta Popular, criada em 1998, em Passo do Sobrado. Estes se apresentam voltados para os acontecimentos desses municípios ou de sua microrregião[13]. Atentos às ações do Poder Público, propondo oferecer à sociedade circulação da informação e visibilidade, além de registrar características específicas da sociedade local e microrregional. Estes periódicos também podem ser vistos como um novo setor econômico que se desenvolveu nos municípios, sendo empreendimentos geradores de emprego, renda e estimuladores de negócios através da publicidade que veiculam.

Conforme Mueller (2007), quando a população de uma localidade se organiza para alcançar a emancipação há potencialização e geração de capital social, apesar do objetivo específico da mobilização ser o desenvolvimento local, em que a solução de problemas estruturais e melhoria em serviços públicos estariam em primeiro plano, vindo a seguir, o fomento do comércio e indústria local ou a criação de mais empresas e indústrias. Nesse sentido, o surgimento da mídia

---

[12] Os conselhos regionais foram criados em 1991, durante o governo Estadual de Alceu Colares, do Partido Democrático Trabalhista (PTB). O Corede – Vale do Rio Pardo (VRP) foi instalado em dezembro daquele ano, em Rio Pardo, sob coordenação do prefeito da época, Paulo Begnis. Este foi o 20º Corede instituído no Estado. Atualmente são 28. O Corede VRP é formado por 23 municípios: Arroio do Tigre, Boqueirão do Leão, Candelária, Encruzilhada do Sul, Estrela Velha, General Câmara, Herveiras, Ibaram, Lagoa Bonita do Sul, Mato Leitão, Pantano Grande, Passa Sete, Passo do Sobrado, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Segredo, Sinimbu, Sobradinho, Tunas, Vale do Sol, Vale Verde, Venâncio Aires, Vera Cruz.

[13] Entende-se microrregião como os municípios limítrofes onde o jornal circula e/ou atende editorialmente.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



impressa local representa mais um serviço alcançado para o desenvolvimento do município. E esta mídia pode se tornar ator relevante à constituição do espaço público municipal (COSTA, 2002) tendo capacidade de promover o capital sinergético[14], além de reforçar a democracia. Indo além, pode-se assediar a idéia de que a criação destes veículos de comunicação também é resultado do capital social fomentado ao longo do processo de emancipação, que pode seguir incentivando capitais intangíveis para o desenvolvimento, como o sinergético.

Está em investigação se os jornais impressos locais que surgiram nos municípios emancipados na década de 1990, no Corede – VRP, estão preparados estrutural e editorialmente para potencializar o capital sinergético para o desenvolvimento. Para tanto, os impressos selecionados através do recorte realizado serão mapeados em relação ao seu histórico, linha editorial, estrutura de produção e receita. Desse modo, pretende-se compreender a relação entre a criação desses jornais e a instalação dos municípios. Também será identificada e analisada a abrangência populacional e a circulação territorial dos jornais em estudo, para verificar se atingem de forma homogênea a população urbana e rural dos municípios.

Em relação à equipe que produz o periódico, será conferido se existe formação profissional (pessoas com curso técnico ou superior) nos distintos setores, especialmente na redação, visando verificar o profissionalismo com que os jornais são feitos. Já referente à receita, vai ser averiguado quanto desta depende da publicidade, diferenciando publicações institucionais (como editais do Poder Público), anúncios de empreendimentos do município e anúncios de empreendimentos de outros municípios. Ainda haverá análise dos jornais, por meio do projeto editorial, verificando as temáticas e os atores da sociedade presentes neles, para conferir a participação e representação do município e seus cidadãos na imprensa local.

---

[14] O conceito de capital sinergético utilizado neste trabalho foi desenvolvido por Boisier. Ele diz que este capital é “a capacidade social [...] de promover ações em conjunto dirigidas para fins coletivos e democráticos [...] buscando-se como produto final algo maior que a soma dos componentes”. (BOISIER, 1999, p.66, tradução da autora da pesquisa) Seria algo latente na sociedade, mas que ao receber estímulos aumenta e influencia a articulação de outros capitais, como o econômico, cognitivo, simbólico, cultural, institucional, psicossocial, social, cívico, humano e midiático. (BOISIER, 1999)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Procedimentos metodológicos**

Esta pesquisa tem abordagem qualitativa e se delineia como um estudo exploratório. Nesse sentido, foi realizado no segundo semestre de 2009, levantamento exploratório da imprensa local escrita entre os municípios do Corede – VRP. Através de ligações às Prefeituras se questionou quais jornais impressos circulavam no município. No mesmo período foram feitos contatos com as redações dos jornais e entrevistas informais com editores ou repórteres verificando que apenas três jornais tinham sede entre os nove municípios emancipados na década de 1990. Também foi realizada ida a campo para expor a proposta da pesquisa aos participantes, convidando-os para participar da mesma. Em 2010, além disso, está sendo feita a coleta das edições dos jornais para posterior análise.

Para efetuar o estudo estão sendo utilizadas cinco técnicas complementares: pesquisa bibliográfica; pesquisa documental; análise de temáticas do jornal; questionário para os proprietários dos jornais; e entrevista com proprietários e editores dos jornais em análise. Com isso, pretende-se reunir o máximo de informações e dados sobre a temática da pesquisa, além de ser uma maneira das técnicas se complementarem. Como afirma Gil (1995), algumas pesquisas, pelas características que apresentam, não se adequam apenas a um modelo.

Ao se empregar a pesquisa bibliográfica atende-se a um ponto importante para que o estudo tenha firmeza em sua base conceitual. A maioria dos trabalhos científicos solicita este tipo de técnica, pois permite verificar diferentes conceitos, informações e fenômenos relacionados à investigação proposta, como explica Gil (1995).

Como está planejada a conferência de relatórios empresariais, para se ter acesso aos números de assinaturas, renovações e cancelamentos dos últimos cinco anos, bem como, em quais localidades se encontram os assinantes, verificando dessa forma, se a distribuição do periódico é homogênea no município ou microrregião, optou-se pela pesquisa documental. Esta etapa da pesquisa está prevista para acontecer em abril de 2010.

A técnica denominada análise de temáticas do jornal, está em desenvolvimento. A intenção não é realizar a análise de conteúdo ou de discurso. Pretende-se verificar temáticas tratadas em todo o jornal - matérias, reportagens,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



seções, colunas, cadernos especiais, etc - para averiguar a participação e representação do município, dos cidadãos e de atores sociais na imprensa local. Também será uma maneira de conferir se o que será dito nos questionários enviados aos três proprietários dos jornais e entrevistas com os proprietários e editores-chefe, confere com o que é visto no jornal a respeito da linha editorial.

Os itens selecionados até o momento para a análise temática são: a) se há espaços - editorias, cadernos, seções, colunas, notas – onde os atores sociais estão contemplados; b) será conferido, através da leitura do jornal, se as notícias, cadernos, seções, colunas, notas abordam temáticas que têm ligação com o local ao qual o jornal pertence; e c) de todas as matérias publicadas, quantas são *press release* do Poder Executivo e Legislativo municipal ou de municípios vizinhos e quantos são de outras entidades ou empresas. Para realizar essa etapa do trabalho serão selecionadas as edições do mês de janeiro a junho de 2010 dos jornais em estudo.

Ao se empregar questionário com questões abertas como instrumento de pesquisa, almeja-se buscar mais rapidamente algumas informações. Este vai ser enviado por e-mail aos três proprietários do jornal, abordando questões com relação ao histórico, linha editorial, estrutura e receita da empresa jornalística. Também, é através dele que se procura identificar a área de circulação do jornal para mapear e examinar se atinge o município e os munícipes de forma homogênea, além de identificar se os jornais locais têm equipe com formação profissional trabalhando (pessoas com curso técnico ou superior) nos distintos setores, especialmente na redação. Ainda, pretende-se cruzar as respostas dos proprietários enviadas pelo questionário, com o que será dito nas entrevistas e com o que será observado na análise temática dos jornais.

Ainda vai ser utilizada a técnica de entrevista semiestruturada, porque permite haver um roteiro de questões a serem feitas, mas as respostas não estão pré-determinadas. Vão ser entrevistados os proprietários e os editores-chefe (quando tiver) de cada jornal em análise. Pretende-se estudar a fundo as experiências vividas pelos entrevistados em relação ao surgimento, estruturação do jornal e linha editorial, bem como as conexões com as emancipações e desenvolvimento do município.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Em relação à análise dos dados, haverá o agrupamento e ordenamento das informações coletadas referentes a cada jornal. Está planejada a conferência entre os dados presentes nos questionários e os dados coletados com as entrevistas. Então, será feita comparação entre os pontos em comum e as divergências apresentadas por cada caso. A partir dos dados verificados através da técnica a ser construída de *análise de temáticas do jornal*, pretende-se conferir se aquilo que é apresentado no jornal condiz com as informações existentes nos questionários e nas entrevistas.

Dessa forma, acredita-se ser possível verificar se os jornais impressos locais que surgiram nos municípios emancipados na década de 1990, estão preparados estrutural e editorialmente tendo condições de potencializar o capital sinergético para o desenvolvimento.

**Fundamentação teórica**

Esta pesquisa encontra-se em desenvolvimento, portanto sua fundamentação teórica ainda está em construção. Porém, até o momento, entre os principais autores utilizados está Hall (1997). Ele aponta o papel duplo da mídia para a sociedade moderna, sendo uma parcela crítica e, ao mesmo tempo, reforçadora, repetidora de ideias e conceitos que mantém o sistema. Hall lembra que a "mídia sustenta os circuitos globais de troca econômicas dos quais depende todo o movimento mundial de informação, conhecimento, capital, investimento, produção de bens, comércio de matéria-prima e *marketing* de produtos e idéias". (HALL, 1997, p.17)

Já Fadul (2007) surge apresentando a interligação que existe entre o consumo da mídia impressa e o nível educacional de uma região. Fala sobre a relação entre indicadores demográficos e econômicos, pois para um sistema midiático se desenvolver existe a dependência "tamanho da população, onde ela se localiza e quanto tem para consumir". (FADUL, 2007, p.28) Para trabalhar o conceito de "localismo", ou seja, quando um veículo local traz temáticas globais, mas abordadas de forma localizada, é importante a contribuição de Felippi (2007).

Também Costa (1997) é destacado, pois assinala que a partir da democratização do país no final da década de 1980, houve mudanças significativas no comportamento dos veículos de comunicação nacional. Estes

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



assumiram um posicionamento através do qual podem ser vistos como "veículos propulsores do processo de construção das esferas públicas locais" (s/n.). Apesar do autor reconhecer este ponto, não deixa de criticar fortemente as limitações que a mídia apresenta, sendo influenciada pelo capital financeiro, por políticos, instituições e grupos organizados, ou seja, acrescenta haver ainda limitações a serem superadas. Mesmo assim, ele não descarta a relevância da imprensa.

Melo (2006) reforça essa ideia ao dizer que, no Brasil, a mídia teve papel decisivo na consolidação da democracia após a ditadura de 1964, "investigando as mazelas da sociedade e denunciando publicamente os desvios praticados por pessoas ou entidades". (p.101) Também foi pelo retorno da democracia que criar e editar um jornal impresso já não representa perigo para os proprietários dos meios de comunicação ou repórteres, como represálias do governo. E com o surgimento de novos municípios, em especial, na década de 1990, instituir um jornal impresso além de ser uma oportunidade de negócio, com a captação de anúncios institucionais do Poder Público ou do comércio local e regional, venda de assinaturas, também foi uma forma de reforçar a identidade do novo município e de sua população, sendo mais um instrumento para estimular o desenvolvimento do local. Bem como passaram a ser mais um elemento a compor a esfera pública.

Ao mesmo tempo, é através da imprensa que se dão muitas disputas relacionadas à esfera pública e, em municípios onde não há rádio ou televisão local, elas acontecem, em especial, pelo jornal local, o qual tem a capacidade de influenciar a opinião pública. Esta, segundo Matos (2009), "só pode existir em contextos nos quais os cidadãos estabelecem diálogos, conversações e discussões, pois ela é fruto da publicização e do confronto de idéias e argumentos". (p.77)

Ainda é a partir do que expõe Matos que o capital sinergético passa a se constituir e, o jornal local pode ser um dos pontos por onde ele flui e se potencializa[15], principalmente, se o periódico seguir as premissas do jornalismo, entre elas: "o cidadão tem o direito de ser informado, de informar e de ter acesso à informação"; "a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios

[15] Através do discurso, das notícias, das reportagens, das colunas de opinião, das seções, dos anúncios e etc.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



de comunicação", e "a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público". (FENAJ, 2009) Apesar dessas premissas inúmeras vezes não serem respeitadas - seja intencionalmente, ou pelas dificuldades inerentes ao processo de produção do periódico - elas são, no plano teórico, os pilares da imprensa, aquilo que confere legitimidade e credibilidade ao veículo.

O conceito de capital sinergético utilizado é proposto por Boisier (2006). O autor explica que "a sinergia cognitiva é gerada a partir do uso da linguagem da palavra e do discurso entre e com os atores/agentes do desenvolvimento territorial. Ele é um propósito comum baseado num conhecimento científico compartilhado". (BOISIER, 2006, p.39) Para o autor, este capital seria o mais importante em uma comunidade, pois apresenta a capacidade de estimular e articular outros capitais. Boisier (2006) também destaca que a sua perspectiva a respeito do capital sinergético tem aspirações mais ambiciosas do que o conceito original trazido por James Coleman e que vai ao encontro do que Peter Evens chamou de relações sinergéticas.

**Considerações finais**

Por esta ser uma pesquisa em andamento, ainda não é possível apresentar conclusões. No entanto, espera-se com este estudo, obter mais dados e conhecer melhor o desenvolvimento da imprensa local em municípios emancipados na década de 1990, no Corede – VRP, no Rio Grande do Sul. Assim, busca-se superar as dificuldades inerentes a pesquisa em mídia impressa nas regiões, algo apontado por Fadul como dependente "de uma pesquisa rigorosa, uma vez que os dados existentes são conflitantes". (2007, p 29) Além disso, Melo observa que "a imprensa das cidades do interior constitui um território pouco explorado na bibliografia brasileira do Jornalismo" (MELO in DORNELLES, 2004, p.9), sendo importante campo de análise.

Nesse contexto, o conceito de capital sinergético insere-se tendo em vista estar presente e ser necessário para o desenvolvimento de uma dada região ou local. A medida que os jornais têm condições de potencializar esse capital, acredita-se que estão aptos a fomentar a participação social, a democracia, o pluralismo, a integração social, a consciência de cidadania e o desenvolvimento

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



econômico através da circulação da informação, de diferentes ideias de setores da sociedade. Almeja-se descobrir de que maneira os periódicos em estudo estão estruturados editorialmente para ter a capacidade de potencializar este capital para o desenvolvimento do município.

**Referências**

BOISIER, Sergio. El desarrollo territorial a partir de la contruccion de capital sinergetico. *Redes*, Santa Cruz do Sul, v.4, n. 1, pp.61-78, 1999.

_____. Capital Sinergético. *Dicionário: Desenvolvimento Regional*. SIEDENBERG. Diter Rugart (coord.). Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006.

COSTA, Sergio. Movimentos sociais, democratização e a construção de esferas públicas locais. *Rev. bras. Ci. Soc.* [online] 1997, vol.12, n.35 ISSN 0102-6909. doi: 10.1590/S0102-69091997000300008.

_____. *As cores de Ercília*: esfera pública, democracia, configurações pós-nacionais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

DORNELLES, Beatriz. *Jornalismo "comunitário" em cidades do interior*. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2004.

FADUL, Anamaria. Mídia Regional no Brasil: elementos para uma análise. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina. (orgs.) *Mídia e região na era digital*: diversidade cultural convergência midiática. São Paulo: Arte & Ciência, 2007.

FENAJ, Federação Nacional dos Jornalistas. 2009. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: 05 out. 2009.

FELIPPI, Â. C. T. Jornal: novos cenários, novas estratégias. In: FELIPPI, Ângela; PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio de Azeredo. (orgs.) *Metamorfoses Jornalísticas*: formas, processos e sistemas. 1 ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007, v.1, pp.113-139.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade* – Cultura Mídia e Educação. Porto Alegre: v.22, n.2, pp.5-244 jul./dez.1997.

MATOS, Heloiza. *Capital Social e comunicação:* interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



MELO, José Marques de. *Teoria do jornalismo*: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MUELLER, Airton Adelar. *Criação de novos Municípios, capital social e desenvolvimento.* 2007. 162 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2007.

## 6. A formação do gosto na crônica-crítica de Herbert Caro no Correio do Povo: uma análise da coluna *Os melhores discos clássicos*

*Ana Laura Colombo de Freitas / UFRGS*

(analaurafreitas@gmail.com)

O projeto de pesquisa aqui resumido tem o objetivo de analisar a formação do gosto do leitor pela música de concerto na crônica-crítica de Herbert Caro publicada no Correio do Povo, pensando-a como um espaço fértil de mediação no campo jornalístico. Ainda em fase de desenvolvimento, este trabalho pretende reconstituir um capítulo expressivo da história do jornalismo cultural gaúcho, a coluna *Os melhores discos clássicos*, publicada durante mais de vinte anos pelo principal impresso de sua época. Utilizando a análise de conteúdo, o estudo investigará, em uma amostra do período em que os textos foram publicados no suplemento Caderno de Sábado (1967-1981), as informações julgadas importantes para preparar a escuta dos discos clássicos, as estratégias usadas para aproximar essa música do leitor e os valores de boa música e bom gosto propagados pela opinião do colunista.

**Palavras-chave**: Jornalismo; Jornalismo Cultural; Crítica; Crônica; Música.

### Introdução

Em um passado não muito longínquo, os jornais gaúchos abrigaram críticas musicais de jornalistas, como Angelo Guido, Aldo Obino e Paulo Antônio, e também de músicos e acadêmicos, como Armando Albuquerque, Bruno Kiefer e Flávio Oliveira. Essa tradição se extinguiu. Neste contexto, a experiência de Herbert Caro (1906-1991), tradutor alemão radicado em Porto Alegre, é bastante singular para pensar essa transição. Ativo como crítico musical entre as décadas

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



de 1960 e 1970, ele presenciou a consolidação das indústrias culturais no Brasil (enquanto resenhava discos) e a transformação do próprio jornalismo, desde um modelo de francês, de crítica e reflexão, para o padrão norte-americano do factual e do serviço.

Pensar a coluna *Os melhores discos clássicos*, que Caro manteve no jornal Correio do Povo por mais de vinte anos, é, portanto, ensaiar um primeiro olhar em busca da construção de um conhecimento acerca desta larga experiência de crítica musical no estado – área ainda carente de estudos. Além disso, implica uma reflexão acerca das práticas jornalísticas contemporâneas e a extinção desse espaço de exercício do pensamento sobre as artes. Pretende-se, neste sentido, contribuir em alguma medida para o estudo, a reconstituição e interpretação do jornalismo cultural gaúcho praticado no passado em busca de uma maior compreensão da realidade corrente.

A relevância de pesquisar os textos de Caro tem início com o longo período de sua publicação (de 1959 até meados da década de 1980), tendo em vista a relação de fidelidade que uma coluna cria com o leitor. E esse valor atrelado ao tempo é intensificado quando se pensa no alcance do veículo em que estava inserido ao longo do século XX e, conforme Francisco Rüdiger (2003, p.103), especialmente no período de existência da coluna: "O *Correio do Povo*, que tirava 50 mil exemplares diários em 1950, viu suas tiragens crescerem à razão de mil por ano até meados da de 1970. […] A Caldas Júnior era então a sétima maior empresa do ramo em todo o País, dominando sem concorrente real o mercado de jornais do Rio Grande do Sul".

Além disso, este objeto está mergulhado na tradição do Correio do Povo, que, desde o princípio, dedicava especial atenção ao campo da cultura. Primeiro, por seu próprio envolvimento com o sistema artístico-cultural. O depoimento do crítico Aldo Obino (2002, p.20) dá uma dimensão disso quando lembra que o jornal mantinha uma galeria de arte e um piano dentro de suas instalações: "Todo artista que se apresentava em Porto Alegre passava na sala do piano [do Correio do Povo] antes de ir para o [Theatro] São Pedro". No que tange especialmente este estudo, o jornal desenvolveu forte tradição de crítica musical erudita. Ainda de acordo com as lembranças de Obino, o primeiro foi Olinto de Oliveira, que já atuava em 1895, ano de inauguração daquele impresso. Depois, seguiram-se

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Leonardo Truda, Fábio de Barros, Paulo Gouvêa, Miranda Neto, Maria Abreu e Paulo Antônio, além do próprio Obino (que também escrevia sobre teatro e as artes plásticas), de Caro e dos mais recentes Bruno Kiefer, Celso Loureiro Chaves, Flávio Oliveira.

Levando em conta este contexto, o presente projeto de pesquisa se volta para a crônica-crítica de Herbert Caro no Correio do Povo, pensando-a como um espaço fértil de mediação no campo jornalístico e objetivando analisar a formação do gosto do leitor pela música de concerto naquele espaço. Através dessa análise, pretende-se compreender os conteúdos/informações que Caro julgava importantes para preparar a escuta dos discos clássicos, as estratégias utilizadas pelo autor para aproximar essa música do leitor e os valores de boa música e bom gosto propagados pela opinião do colunista.

**Procedimentos metodológicos**

Para alcançar seus objetivos, este projeto propõe a utilização da análise de conteúdo (AC) como método e da análise categorial temática, conforme classificação de Laurence Bardin (1977), como técnica. No momento, a pesquisa encontra-se em fase de pré-análise. A leitura flutuante do universo dos documentos foi concluída. Em função do tempo exíguo de um mestrado acadêmico, o *corpus* de análise se restringirá ao período em que a coluna esteve inserida no Caderno de Sábado (1967-1981) do Correio do Povo. De um universo de 466 colunas, a amostra será constituída por 260 edições, eleitas de forma não probabilística, com base em critério de representatividade das diferentes configurações da coluna (um disco, nenhum disco, vários discos...), que interferem marcantemente no conteúdo e nas estratégias do autor.

A categorização dos temas que guiarão a análise desse *corpus* está em fase de definição e deve atender a três direções de interesse: valores de boa música e bom gosto, informações que o ouvinte deve ter (cabendo à coluna fornecer) para entrar em contato com o disco e aproximação com o leitor.

**Fundamentação teórica**

<u>Jornalismo e campos de produção cultural:</u>

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A idéia do jornalismo como uma forma de conhecimento (Meditsch, 2002) indica que, nem mais nem menos que a ciência, o jornalismo é uma maneira de conhecer diferente, marcada por suas condições de produção, focada na imediaticidade do real e alicerçada no senso comum. Ao contrário da linguagem científica formal de circulação restrita, o espaço jornalístico dissemina o conhecimento produzido tendo um público idealmente universal. Neste sentido, o jornalismo assume a delicada posição de mediador.

Atrelado à lógica comercial, o campo jornalístico exerce influência sobre outros campos sociais, impondo efeitos que estão associados ao nível da autonomia dos jornais e seus jornalistas em relação ao mercado, constituído por leitores e anunciantes. No caso dos campos de produção cultural, a imprensa faz frente à sua autonomia, inserindo-se como espaço de visibilidade que consagra produtos e produtores, na direção da conservação de valores estabelecidos e seguros. (BOURDIEU, 1997).

O jornalismo cultural, portanto, ao mesmo tempo em que reflete o conceito de cultura da sociedade em que está inserido, também ajuda a formatá-lo em sua prática cotidiana. Ao escolher, em meio à vasta produção cultural, o que vai aparecer nas páginas do jornal, assim como ao destacar determinados produtos e não outros, ele interfere no consumo dos bens culturais. Neste percurso, o jornalismo cultural “dinamiza e documenta o campo artístico e cultural, age na formação de públicos e fornece parâmetros de valor para a interpretação da cultura de um determinado local e época”. (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2008, p.71).

Faro (2006) e Rivera (1995) concordam que, por um lado, a imprensa cultural é um prolongamento das outras editorias, marcada por caráter noticioso e submetida à rotinização produtiva da empresa jornalística, mas, por outro lado, tem também um viés analítico, reflexivo, que se configura, nas palavras de Faro (2006), como uma plataforma interpretativa, um espaço de reflexão intelectual pública. Os suplementos culturais, que circulam nos finais de semana e são compostos por textos críticos e ensaísticos, mais aprofundados e longos, visto que os leitores dispõem de mais tempo livre, tornam-se fonte de pesquisa e referência, configurando-se como espaços paradigmáticos da especificidade do jornalismo cultural.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Em contradição com o intuito de venda massiva dos jornais, os suplementos têm público-leitor restrito. A pesquisa de Travancas (2001, p.150) com os suplementos literários *Idéias*, *Mais!*, *Les livres* e *Le monde des livres* sugere que a existência desses cadernos justifica-se pelo interesse dos jornais que os veiculam em associarem seus nomes à valorização da literatura e do livro. A conclusão de Travancas pode ser ampliada para os suplementos culturais em geral, remetendo a um projeto iluminista de formação do leitor, que confere prestígio à empresa jornalística, justificando sua publicação.

Essa idéia de prestígio está associada ao que Thompson (1995) chama de "concepção clássica" da cultura, entendida como as artes e as humanidades, que teve origem no Romantismo alemão do século XIX, em oposição ao conceito francês de "civilização". Este uso da palavra "cultura" está inserido no processo, descrito por Bourdieu (2007), em que o gosto e o consumo cultural atuam como forma de distinção social entre as classes. A disposição estética, como toda forma de gosto, teria a função de unir semelhantes e, ao mesmo tempo, distingui-los dos outros.

Tendo em vista esses valores sociais associados aos produtos culturais, Waldenyr Caldas (1988) adverte que o difundido provérbio "gosto não se discute" não faz mais que naturalizar a construção social do gosto cultural e suas relações de poder, defendendo que ele seja, sim, discutido e contextualizado. Essa questão alicerça as discussões em torno da prática da crítica cultural.

Crítica, "crise da crítica" e crônica:

Bourdieu (1997) aponta que a influência do campo jornalístico sobre os campos de produção cultural se dá especialmente através da atuação do que ele chama de "intelectuais-jornalistas", produtores culturais que ocupam um espaço de intersecção entre o campo jornalístico e o cultural. Em função de sua posição privilegiada entre os dois campos, eles teriam o poder de impor os parâmetros de avaliação das produções. Valendo-se de seu discurso legitimado como intelectual, os "intelectuais-jornalistas" teriam sua inclinação mercadológica eufemizada, reforçando o cânone e as listas de *best-sellers* com implicações sobre o consumo e a produção cultural.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A figura do “intelectual-jornalista” se adequa ao que se costuma chamar de crítico. Bornheim (2000) encontra a origem da crítica no processo de dessacralização da arte, quando esta transcende os domínios da Igreja. Conforme localiza Leenhardt (2000), na virada do século XVIII para o XIX, a transformação social levada a cabo pela ascensão da burguesia e a urbanização, entre outros fatores, tira o monopólio das artes da corte e da Igreja, trazendo-a para as salas de concerto e as discussões dos cafés. O surgimento da crítica está atrelado, neste sentido, a uma autonomização do artista (que, livre de seus mecenas, libera sua subjetividade e revoluciona as linguagens artísticas) e a um novo público consumidor. O público burguês leigo via-se sem base para fruir a produção transgressora que surgia – e negava os valores aristocráticos. O crítico aparece, então, como essa figura mediadora entre a obra e o público.

A crítica cultural, portanto, se consolida com um caráter pedagógico. Nas palavras de Leenhardt (2000), “uma escola do ver [no caso da artes visuais], uma pedagogia da sensibilidade”. Como aprendemos a ler e não a ver (ou ouvir), cabe ao crítico traduzir a obra em linguagem verbal. Na mesma linha, encontra-se a expressão usada por George Steiner (1988), que se refere à crítica como uma “alfabetização humanista”. Outras imagens associadas à atividade do crítico seriam a do “leitor que compartilha sua leitura”, um tradutor, um intérprete. (VASCONCELOS, 2000) Neste sentido, conforme Coelho (2000), a importância da crítica estaria no enriquecimento do “gostar” e do “não gostar” de uma obra, atuando na construção de uma leitura coletiva e social da produção artística.

Apoiado na origem etimológica da palavra (do grego *krinein* = quebrar), Nestrovski (2005, p.10) acredita que a crítica “quebra uma obra de pedaços, pondo em crise a idéia que se fazia dela”. Seria papel, portanto, do crítico “identificar o que compõe uma obra; questionar, onde necessário, nossos hábitos de compreensão; e situar suas interpretações no contexto mais amplo da cultura, sem perder o senso de urgência”. (NESTROVSKI, 2005, p.10) Essa concepção entende o alicerce da crítica no âmbito da compreensão da obra, e não no do gosto do crítico, em sua opinião pessoal. A história da crítica mostra, no entanto, que este não é um consenso, mas uma questão constante sobre quem deve ser o crítico e quais devem ser os seus propósitos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Percorrendo a formação da crítica moderna brasileira, percebe-se a alternância entre as figuras do diletante e do especialista. A crítica de rodapé, segundo Flora Süssekind (2003), triunfou nos anos 1940 e 1950, exercida pelos "bacharéis", não-especializados, autodidatas, defensores do impressionismo, os "homens de letras", também denominados "críticos-cronistas". Na década de 1950 o surgimento do crítico-scholar – especializado, não-personalista e baseado na pesquisa acadêmica – deslegitima o crítico-cronista. Em meados dos anos 1960, entretanto, dá-se o que a autora chama de "vingança do rodapé": os jornalistas criticam a linguagem acadêmica e seus jargões e rejeitam a lógica argumentativa dos críticos-professores, optando pela adjetivação abundante que passa a caracterizar o discurso jornalístico. Assim, a crítica entra em um período de confinamento na universidade. No âmbito jornalístico, a crítica passa a ser substituída pelas resenhas, mais adaptadas à lógica das indústrias culturais, em que a mediação entre público e obra artística é substituída, muitas vezes, pelo simples incentivo à compra.

Süssekind (2003) observa que há quem culpe os críticos-especialistas, que deslegitimaram os críticos-cronistas e não tiveram a habilidade de comunicar através do espaço jornalístico, pela diminuição do espaço da crítica nos jornais. Aceitando como sugestiva essa indicação, este projeto pretende contribuir para uma maior compreensão do papel exercido pela crônica-crítica, essa colaboração de diletantes que se apropriam das estratégias da crônica brasileira para comunicar no espaço jornalístico. Neste sentido, lança mão de formulações como as de Antonio Candido (1992), para quem a crônica tem a perspectiva da vida ao rés-do-chão, destacando a busca do diálogo com o leitor em um gênero textual que, ao longo de sua história, foi cada vez mais se aproximando do humor. Para Candido (1992, p.19), "aprende-se muito quando se diverte, e aqueles traços constitutivos da crônica são um veículo privilegiado para mostrar de modo persuasivo muita coisa que, divertindo, atrai, inspira e faz amadurecer a nossa visão das coisas".

## Considerações finais

Ainda não concluído, o projeto de pesquisa aqui resumido (que deve ser finalizado em março de 2011) obteve significativos avanços ao longo do primeiro

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



ano de desenvolvimento. Através de pesquisa bibliográfica, foi possível contextualizar o objeto de estudo e percebê-lo dentro de uma perspectiva histórica. Ficou indicada, por exemplo, a inserção de Herbert Caro na tradição dos críticos "homens de letras", não-especializados, empenhados em um projeto iluminista de formação cultural do leitor. Colaborou com isso uma maior aproximação com o objeto através do acesso ao espólio doado ao Departamento de Memória do Instituto Cultural Judaico Marc Chagall, de Porto Alegre, que reúne todo o material em papel existente no gabinete de Caro.

Depois de realizada a leitura flutuante do universo das colunas publicadas no suplemento Caderno de Sábado (1967-1981), foram percebidas certas regularidades e transformações do objeto de estudo, que viabilizam o processo, ora em andamento, de escolha das categorias que guiarão a análise de conteúdo. Com base na intimidade adquirida com o objeto, entende-se ser importante compreender como se articulou uma coluna publicada por tantos anos, em um veículo da projeção do jornal Correio do Povo, tendo em vista seu intuito de formação do gosto pela música de concerto e levando em conta a relação de fidelidade que uma coluna cria com o leitor e o espaço fértil de mediação que ali se institui. Neste sentido, este projeto tem como resultado esperado um maior entendimento sobre as informações e opiniões transmitidas pela coluna *Os melhores discos clássicos* à sua época, além da percepção de quais estratégias eram utilizadas por Herbert Caro para aproximar a música de concerto do leitor.

**Referências**

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BORNHEIM, Gerd. As dimensões da crítica. In: MARTINS, Maria Helena. (org.) *Rumos da crítica*. São Paulo: Editora Senac São Paulo: Itaú Cultural, 2000. pp.33-45.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção*: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

_____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

CALDAS, Waldenyr. *Uma utopia do gosto*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



CANDIDO, Antonio. A vida ao rés-do-chão. In: _____. et. al. *A crônica*: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil. Campinas: Ed. da Unicamp; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1992. pp.13-22.

COELHO, Marcelo. Jornalismo e crítica. In: MARTINS, Maria Helena. (org.) *Rumos da crítica*. São Paulo: Editora Senac São Paulo: Itaú Cultural, 2000. pp.83-94.

FARO, J. S.. *Nem tudo que reluz é ouro*: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. Disponível em: <http://www.jsfaro.pro.br/>. Acesso em 14 de junho de 2008.

LEENHARDT, Jacques. Crítica de arte e cultura no mundo contemporâneo. In: MARTINS, Maria Helena. (org.) *Rumos da crítica*. São Paulo: Editora Senac São Paulo: Itaú Cultural, 2000. pp.19-28.

MEDITSCH, Eduardo. O Jornalismo é uma forma de conhecimento? In: *Media & Jornalismo*, v.1, n. 1, 2002, pp.9-22. Disponível em <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em 30 jan. 2010.

NESTROVSKI, Arthur. *Notas musicais* – do barroco ao jazz. São Paulo: Publifolha, 2005.

OBINO, Aldo. *Aldo Obino*: notas de arte. Organização: Cida Golin. Porto Alegre: MARGS; Nova Prova; Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

RIVERA, Jorge B. *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós, 1995.

RÜDIGER, Francisco. *Tendências do jornalismo*. 3 ed. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

SEGURA, Aylton; GOLIN, Cida; ALZAMORA, Geane. O que é jornalismo cultural. In: Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural no Brasil em 2008: carteira professor de graduação. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. pp.70-80.

STEINER, George. *Linguagem e silêncio*: ensaios sobre a crise da palavra. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SÜSSEKIND, Flora. Rodapés, tratados e ensaios – a formação da crítica brasileira moderna. In: *Papéis colados*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. pp.15-36.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TRAVANCAS, Isabel. *O livro no jornal* – os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



VASCONCELOS, Sandra Guardini T. Apresentação de Jacques Leenhardt: crítica de arte/arte da crítica. In: MARTINS, Maria Helena. (org.) *Rumos da crítica*. São Paulo: Editora Senac São Paulo: Itaú Cultural, 2000. pp.13-17.

## 7. Entre a lança e a prensa: conhecimento e realidade no discurso do jornal O Povo (1838-1840)

*Camila Garcia Kieling / PUCRS*

(camila.kieling@gmail.com)

Nossa pesquisa apresenta uma análise das relações entre *conhecimento* e *realidade* através do discurso do jornal O Povo, o primeiro periódico oficial da República Rio-Grandense, que circulou de 1838 a 1840, na cidade de Piratini e depois em Caçapava, no Rio Grande do Sul. A publicação do jornal está inserida no contexto da Revolução Farroupilha, uma das revoltas provinciais que marcaram o período regencial brasileiro. Para tanto, nossos referenciais teóricos são a Sociologia Fenomenológica de Alfred Schutz, em seu interesse nas relações entre consciência e realidade, a noção de *dispositivo*, apresentada por Maurice Mouillaud, e a Análise do Discurso de Patrick Charaudeau, através da sua teoria da enunciação.

**Palavras-chave**: Comunicação; História da Imprensa Brasileira; Revolução Farroupilha; Análise do Discurso; Sociologia Fenomenológica.

A pesquisa teve início com a vontade de estudar os discursos jornalísticos e literários do século XIX que tivessem como tema a Revolução Farroupilha, interesse surgido durante as aulas de um pós-graduação em Literatura Brasileira. A idéia era realizar um estudo interdisciplinar, já que nosso campo de origem é a Comunicação, com o objetivo de entender as relações entre os modos de produção e os efeitos discursivos nas manifestações jornalísticas e literárias sobre o tema.

O primeiro passo foi pesquisar o *corpus*, e então entramos em contato com o jornal O Povo, primeiro periódico oficial da República Rio-Grandense. Com as aulas e a convivência no programa de Pós-Graduação da Famecos, e também com a necessidade de reduzir o foco do trabalho, a pesquisa mudou,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



principalmente porque uma dificuldade mostrou-se constante: justificar o estudo de um objeto que não se insere na perspectiva de comunicação de massa. Afirmação controversa, que fez surgir outras perguntas: o que se produziu nos periódicos da primeira metade do século XIX pode ser classificado como jornalismo ou constituía-se apenas de opinião e propaganda política? Quais parâmetros podem ser utilizados para essa definição? Ao aprofundar o contato com o jornal O Povo, surgiram ainda outras dúvidas: qual o papel de um periódico oficial naquele momento histórico? Como o discurso oficial foi articulado com as idéias e com a realidade cotidiana da época?

Centrando-nos nesses questionamentos, optamos por deixar de lado o cruzamento com a literatura, pois entendemos que aí já estava estruturada a pesquisa. Com a revisão bibliográfica, descobrimos outros pesquisadores interessados em um olhar cultural sobre jornais do século XIX, e que circulam com naturalidade pela Comunicação e pela História, como Ana Paula Goulart, Marcello Basile, Marco Morel, Marialva Barbosa e Tânia Regina de Luca. Estes primeiros referenciais teóricos foram essenciais no delineamento da pesquisa, já que nos permitiram entender que nossas desconfianças e perguntas têm fundamento e relevância científica. Das perguntas iniciais, mais genéricas, centramos nossa pesquisa nos seguintes problemas:

- Como articular Jornalismo e História de forma a perceber os periódicos em sua dimensão cultural, e não entendê-los apenas como uma *fonte da verdade* ou apenas reflexo de uma infra-estrutura sócio-econômica?
- De que forma o dispositivo do jornal O Povo revela noções de procedimentos jornalísticos característicos da primeira metade do século XIX?
- Em vista do referencial metodológico de Alfred Schutz, de que forma o discurso presente no jornal O Povo desempenha um papel de articulador entre conhecimento e realidade?

Estimulados por esses questionamentos, nossos objetivos são:

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



- Tensionar alguns conceitos que articulam Jornalismo e História, buscando entender de que forma esses discursos são construídos no intuito de produzir "palavras para crer", na expressão de Pesavento (2006);
- Elaborar um levantamento acerca da Sociologia Fenomenológica de Alfred Schutz e descrever a técnica de Análise do Discurso de Patrick Charaudeau;
- Promover um levantamento histórico e historiográfico a respeito da Revolução Farroupilha (1835-1845);
- Conectar o jornal O Povo ao seu *dispositivo*, de acordo com as teorias de Patrick Charaudeau e Maurice Mouillaud, a fim de analisar as particularidades da construção de um periódico da primeira metade do século XIX;
- Examinar de que forma *conhecimento* e *realidade*, e as *relevâncias* e *tipificações* estão articuladas nos textos do jornal.

A fim de atingir esses objetivos, estruturamos nosso trabalho em quatro capítulos: três deles teóricos, e um último, de análise. No primeiro capítulo, dedicamo-nos à contextualização histórica do período regencial, destacando o preponderante papel dos periódicos nessa etapa da história brasileira. Também aprofundamos algumas características dos jornais da primeira metade do século XIX e, finalmente, tensionamos a relação entre Jornalismo e História, em suas semelhanças e diferenças na ligação com o tempo e os fatos. São referenciais importantes para este capítulo os autores interessados no olhar cultural sobre os periódicos do século XIX, citados anteriormente.

No capítulo 2, apresentamos um panorama da vasta produção historiográfica sobre a Revolução Farroupilha, apoiando-nos, principalmente, nas obras de Ieda Gutfreind e Moacyr Flores. Este último também é a fonte principal de um breve levantamento de características do cotidiano da República Rio-Grandense. Na etapa final, elencamos alguns dos principais episódios da Revolução Farroupilha (1835-1845), trazendo a perspectiva de diferentes historiadores, como Alfredo Varela, Dante de Laytano, Sandra Pesavento e Moacyr Flores.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



No capítulo 3, realizamos a descrição das opções teóricas e metodológicas que norteiam nossa pesquisa. A Sociologia Fenomenológica, sedimentada por Alfred Schutz, serve de guia, preocupada com o terreno da sociabilidade, da intersubjetividade e da ação da consciência na interpretação do mundo cotidiano. Essa abordagem, aplicada pelo autor português João Carlos Correia (2005) no terreno da comunicação, vê os discursos midiáticos como mediadores das subjetividades e articula noções da teoria do jornalismo, como os *valores-notícia*, com o sistema de *relevâncias* e *tipificações* de Schutz. O discurso presente nas páginas do jornal é a ponte para entender a *província de significados* dos republicanos rio-grandenses e, para acessá-la, optamos por utilizar como técnica a Análise do Discurso, tal como proposta por Patrick Charaudeau. Aplicada ao campo da Comunicação, a Fenomenologia vê os fenômenos midiáticos como mediadores das subjetividades, reforçando ou confrontando os significados construídos na vida cotidiana. Através dos meios de comunicação, é possível entrar em contato com as *relevâncias* e *tipificações* presentes em determinada sociedade. Nosso objeto de análise foi o discurso presente no jornal, visto como uma *situação de comunicação*, ou seja, o encontro de quatro sujeitos da fala submetidos a um contexto de expectativas, onde determinados *contratos* e *estratégias* estão em jogo.

No capítulo 4, chegamos à análise propriamente dita, onde discutimos em profundidade as principais características do *dispositivo* do jornal O Povo, enquadrando-o em uma *situação de comunicação* e destacando algumas das principais *relevâncias* e *tipificações* presentes em suas páginas. Destacamos, nesta etapa, a realização de um levantamento, em forma de tabela, de todas as 160 edições do jornal, apresentada como Apêndice da pesquisa. As 160 edições d'O Povo, jornal Político, literário e ministerial da República Rio-Grandense, permitem analisar alguns dos significados partilhados pelos revolucionários republicanos na vida cotidiana, como a questão da legalidade, a influência do pensamento liberal, a participação dos escravos, a constituição dos símbolos pátrios, a visão do papel feminino na sociedade, as relações com os países do Prata. Além disso, a pesquisa revela procedimentos e características específicos dos jornais brasileiros da primeira metade do século XIX, um momento em que houve, nas palavras de Morel (2003), uma verdadeira "explosão da palavra pública".

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Na Conclusão, articulamos o levantamento realizado na análise d'O Povo com seus *status* midiático, procurando desvendar seu sistema de relevâncias e seu papel como mediador de subjetividades. Nesse sentido, destacam-se alguns elementos da constituição d'O Povo como aparato midiático, como a multiplicidade de sujeitos enunciadores, a noção de acontecimento, o papel do periódico, do jornalista e das fontes.

**Referências**

ALVES, Francisco das Neves. *Imprensa gaúcha*: História, historiografia & política. Rio Grande: Fundação Universidade Federal de Rio Grande, 2000.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo: Ática, 1990.

BARBOSA, Marialva e RIBEIRO, Ana Paula Goulart. "O que a história pode legar aos estudos de jornalismo*". Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro, setembro de 2005.

BARBOSA, Marialva. "Como escrever uma história da imprensa*". Anais do II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho*. Florianópolis, abril de 2004.

_____. "Meios de comunicação e história: Um universo de possíveis". In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart e FERREIRA, Lucia Maria Alves. *Mídia e memória*: A produção de sentidos nos meios de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BASILE, Marcello. "Projetos de Brasil e contrução nacional na imprensa fluminense (1831-1835)". In: NEVES, Lúcia Maria Bastos, MOREL, Marco e FERREIRA, Tania Maria Bessone. (orgs.) *História e Imprensa* – Representações culturais e práticas de poder. Rio de Janeiro: DP&A / Faperj, 2006.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1991.

BONES, Elmar e REVERBEL, Carlos. *Luiz Rossetti*: O editor sem rosto e outros aspectos da imprensa no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Copesul/L&PM, 1996.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. *Linguagem e discurso*: Modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2006.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



CORREIA, João Carlos. *A teoria da comunicação de Alfred Schutz*. Lisboa: Horizonte, 2005.

FLORES, Moacyr. *A Revolução Farroupilha*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2004.

_____. *Dicionário de História do Brasil*. Porto Alegre: Edipucrs, 2008.

_____. *Historiografia* – Estudos. Porto Alegre: Nova Dimensão: 1989.

_____. "Historiografia de Dante de Laytano". *Revista de Estudos Ibero-Americanos*. PUCRS, v.XXVI, nº 1, pp.7-22, julho de 2000.

_____. *Modelo Político dos Farrapos*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1978.

_____. *República Rio-Grandense: Realidade e utopia*. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

GUTFREIND, Ieda. *A historiografia rio-grandense*. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1998.

HARTMANN, Ivar. *Aspectos da guerra dos farrapos*. Novo Hamburgo: Feevale, 2002.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera. (orgs.) *Teorias da comunicação*: Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2002.

LAYTANO, Dante de. *História da República Rio-grandense*: 1835-1845. Porto Alegre: Globo, 1936.

_____. *História da República Rio-grandense*: 1835-1845. Porto Alegre: Sulina/ARI 1983.

MACEDO, Francisco Riopardense de. *Imprensa farroupilha*. Porto Alegre: IEL/Edipucrs, 1994.

_____. *Rossetti e a imprensa farroupilha*. Porto Alegre: Corag/Secretaria de Estado da Cultura, 1990.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2002.

MELO, José Marques de. *Teoria do jornalismo*: Identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MOREL, Marco e BARROS, Mariana Monteiro de. *Palavra, imagem e poder*: O surgimento da imprensa no Brasil do século XIX. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



MOREL, Marco. *A imprensa periódica no século XIX*. Rede da memória virtual brasileira. Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: <http://catalogos.bn.br/redememoria/periodico xix.html>. Acesso em 27 de outubro de 2008.

MOREL, Marco. *O período das regências (1831-1840)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

Museu e Arquivo Histórico do Rio Grande do Sul. *Documentos interessantes para o estudo da grande revolução de 1835-1845*. Porto Alegre: Dep. de História Nacional, 1930. 2 v.

NAVARRO, Raúl Fuentes. "La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construccíon de um marco epistemológico para los estudios de la comunicación". In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. (org.) *Epistemologia da comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

NEVES, Lúcia Maria Bastos, MOREL, Marco e FERREIRA, Tania Maria Bessone. (orgs.) *História e Imprensa* – Representações culturais e práticas de poder. Rio de Janeiro: DP&A / Faperj, 2006.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *A Revolução Farroupilha*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. "Farrapos, liberalismo e ideologia". In: DACANAL, José Hildebrando (org.) *A Revolução Farroupilha*: História e interpretação. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1997.

_____. "Fronteiras da história: Uma leitura sensível do tempo". In: SCHÜLER, Fernando, AXT, Gunter e SILVA, Juremir Machado da. (orgs.) *Fronteiras do pensamento* – Retratos de um mundo complexo. São Leopoldo: Unisinos, 2008.

_____. "Palavras para crer. Imaginários de sentido que falam do passado". *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, Debates, 2006. Disponível em: http://nuevomundo.revues.org/ index1499.html. Acesso em 5 de abril de 2009.

RÜDIGER, Francisco. *Tendências do jornalismo.* Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1998.

SCHUTZ, Alfred. *Fenomenologia e relações sociais*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil.* Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

VARELA, Alfredo. *História da grande revolução*. Porto Alegre: Globo, 1933. 6 volumes.

VELLINHO, Moysés. *Capitania D'El-Rei*. Porto Alegre: Globo, 1970.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



VIANNA, Lourival. *Imprensa gaúcha (1827-1852)*. Porto Alegre: Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa, 1977.

WAGNER, Helmet. "A abordagem fenomenológica da sociologia". In: SCHUTZ, Alfred. *Fenomenologia e relações sociais*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979

## 8. Memória do setor coureiro-calçadista através do Jornal NH (1960/2006)

*Claudia Schemes*

(claudias@feevale.br)

*Denise Castilhos de Araújo / Feevale*

(deniseca@feevale.br)

Este projeto de pesquisa pretende investigar e compreender do papel que o Jornal NH teve como veículo que contribui para a construção da memória do setor coureiro-calçadista, através de suas produções discursivas, desde sua fundação (1960), aos dias atuais (2006). A problematização da pesquisa está baseada nas questões: qual a periodicidade e quais foram as notícias relacionadas ao setor que apareceram no jornal (análise de conteúdo); como foram construídos ao longo dos anos os conceitos relativos ao processo de estruturação da memória do setor, bem como quais foram os indivíduos e em que momentos foram mencionados pelo jornal (análise do discurso e semiótica). A escolha do veículo justifica-se pela abrangência que o mesmo tem no Vale dos Sinos, e pelo comprometimento que o grupo tem manifestado em relação à comunidade.

**Palavras-chave**: Jornal NH; Análise de Discurso; História Local.

### Introdução

O Jornal NH é a fonte básica desta pesquisa em função da sua importância, principalmente para a cidade de Novo Hamburgo. O jornal foi fundado e circula há 26 anos, estando no ranking nacional como décimo maior jornal em assinaturas do país. Atualmente, tem circulação diária em 45 cidades pertencentes à região do Vale do Rio dos Sinos e Paranhana.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O NH tem a mesma estrutura editorial dos jornais Zero Hora e Correio do Povo, de âmbito estadual, porém com uma cobertura local e regional bem mais intensa que os jornais da capital, que, de maneira geral, dão pouca cobertura aos acontecimentos de fora da capital gaúcha.

De acordo com os teóricos da comunicação, especialmente os frankfurtianos, os meios de comunicação de massa determinam a construção da realidade dos seus públicos. Sob esta perspectiva, sem tratar-se de um determinismo, pode-se afirmar que, de alguma forma, a percepção que a comunidade de Novo Hamburgo construiu/constrói do tema a ser investigado é fortemente influenciada pelo jornal referido. Com este estudo, será possível identificar a forma como o jornal tratou das questões relacionadas ao setor coureiro-calçadista durante o período analisado, bem como caracterizar os momentos em que as questões referentes ao assunto foram tratadas. Outro aspecto relevante é a identificação da forma como o jornal construiu a memória do setor coureiro-calçadista na região, questão essa ligada à análise do discurso do jornal e à análise de conteúdo existente nos textos estudados.

A memória do setor coureiro-calçadista é um tema relevante para o Vale dos Sinos, visto que é nesse setor que toda a economia da região se baseia desde o século XIX. Entretanto, a história local é pouco privilegiada nas pesquisas acadêmicas, o que traz como consequência a falta de subsídios para uma análise aprofundada do cenário atual e de cenários futuros para a região. Além disto, são poucos os livros que existem acerca da memória deste município, apresentando-se, esta pesquisa, como um estudo de grande relevância social, pois pretende organizar as informações presentes no NH.

## Procedimentos metodológicos

Para a realização desta pesquisa, optou-se em trabalhar, primeiramente, com a metodologia conhecida como “análise qualitativa de conteúdo” baseada em Roque Moraes (1999) e Laurence Bardin (1977), a fim de identificar, quantitativamente, os discursos publicados pelo periódico, no prazo estabelecido pela pesquisa, bem como o estabelecimento de categorias desses mesmos discursos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



De posse desses textos, o estudo será baseado nas teorias de Análise de Discurso e Semiótica, a partir da pesquisa documental, a fim de verificar a construção de certos conceitos pela mídia, já citados ao longo deste projeto.

A etapa final da pesquisa será constituída da elaboração de artigos e realização de palestras que possam divulgar os resultados obtidos, bem como a organização de um arquivo digital com notícias do setor coureiro-calçadista dos anos 60 até os dias atuais, a fim de que alunos, pesquisadores e comunidade possam utilizar essas informações em pesquisas posteriores.

**Fundamentação teórica**

A análise quantitativa de conteúdo, desenvolvida por Moraes (1999) e Bardin (1977), sugere as seguintes etapas para a pesquisa: 1º. Leitura de jornais para identificar as informações a serem analisadas e a codificação dos materiais; 2º. Definição das unidades de análise (tema) e de contexto (referência); 3º. Categorização (válidas, exaustivas, homogêneas, exclusivas, objetivas) construída ao longo do processo de análise; 4º. Descrição das categorias analisadas e 5º. Interpretação a partir da produção de teoria a partir dos materiais em análise.

Se, por um lado, a Análise de Conteúdo procura extrair o sentido dos textos, respondendo a questão: o que este texto quer dizer? Por outro lado, como a Análise de Discurso considera que a linguagem não é transparente, busca-se, então, com tal análise, a resposta para a questão: como este texto significa?

Para realizar as análises, optou-se pelo uso da Análise de Discurso, baseada nos estudos de Pêcheux (1997) e de Orlandi (2003), pois esta ferramenta permite a identificação do processo de construção dos sujeitos envolvidos com o discurso, bem como a possibilidade do reconhecimento da produção de sentido realizado nas produções estudadas.

A palavra discurso, etimologicamente tem a idéia de curso, percurso, de movimento, ou seja, a palavra em movimento, a prática de linguagem; o homem relacionando-se com a linguagem, estabelecendo relações, significações. “Na análise de discurso procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e de sua história”. (ORLANDI, 2003, p.15)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A análise de discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social, e não a trabalha enquanto um sistema abstrato, mas, sim, a língua no mundo, como maneiras de significar, como homens falando, considerando a produção de sentidos enquanto parte de suas vidas, sejam como sujeitos ou como membros sociais. Pela análise estabelecida pela língua, avalia-se como o sujeito relaciona-se à fala e às situações que proporcionam esta fala.

Além disso, com a análise de discurso é possível, também, identificar a materialização da linguagem, bem como a presença e manifestação da ideologia na linguagem, pois considera que esta não é transparente, procurando, então, a resposta para a questão: como este texto significa? Este estudo produz um conhecimento a partir do próprio texto, porque o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica: ela concebe em sua discursividade.

O discurso não se trata apenas de transmissão de informação, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, tem-se um complexo processo de construção desses sujeitos e produção de sentidos, e não meramente transmissão de informação.

A análise de discurso procura compreender como o objeto simbólico produz sentido. O primeiro passo é a transformação da superfície lingüística em um objeto discursivo. Inicia-se o trabalho de análise pela configuração do *corpus*, fazendo recortes na mesma medida que se vai inserindo um primeiro trabalho de análise, retomando conceitos e noções.

Quando se fala historicidade, refere-se à história refletida no texto, o acontecimento como discurso, o trabalho dos sentidos nele. De tal forma que o texto não é definido pela sua extensão, podendo ter desde uma só letra a muitas frases.

O texto como objeto simbólico é objeto de interpretação, e cabe ao analista compreender como ele produz sentidos, o que implica saber como ele pode ser lido e como os sentidos estão presentes nele.

Ao falar de sujeito e autor, o sujeito está para o discurso assim como o autor está para o texto. A função autor é uma função discursiva do sujeito que se estabelece paralelamente com outras funções enunciativas, que são o enunciador e o interlocutor. O autor é considerado como princípio de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



agrupamento de discurso, como unidade de origem de suas significações, como fulcro de sua coerência.

**Considerações finais**

Este estudo produziu conhecimentos a partir do próprio texto, porque o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica, que é concebida em sua discursividade. Através da Análise do Discurso verificou-se as significações implícitas e explícitas presentes nos materiais selecionados, identificando, assim, a maneira como a memória do setor coureiro-calçadista é/foi retratada pela mídia.

Considerando-se os períodos estudados, pode-se identificar algumas questões específicas, as quais podem ser divididas nas seguintes décadas: 1960, 1970, 1980, 1990, 2006.

Durante a primeira década de estudo, 1960, a preocupação do jornal baseou-se em promover a FENAC, uma feira destinada a compradores de calçados. O NH procurou envolver toda a comunidade na realização dessa feira, intentando, assim, o crescimento econômico da região.

No período seguinte, 1970, o jornal enfatizou em suas matérias a intenção dos empresários da região em se tornarem exportadores. Assim, vários textos foram publicados promovendo as ações realizadas pelo empresariado, inclusive o acompanhamento dos caminhões até o porto para o primeiro despacho de cargas para o exterior.

A década de 1980 foi marcada por um movimento operário mais combativo e por uma série de greves de trabalhadores, e o jornal publicou várias matérias que privilegiavam a idéia da harmonia e do consenso que havia nas negociações dos dissídios salariais dos sapateiros, principal categoria de trabalhadores da cidade.

Em 1990 o período evidenciou a séria crise pela qual as empresas da região passaram, levando o leitor a crer que, muitas vezes, a “culpa” dessa crise foi do governo, que não dava condições necessárias para os empresários desenvolverem suas atividades, do que a incompetência da classe.

A última fase do projeto, os anos 2000 estão em andamento, ou seja, ainda há a coleta de matérias, o que se pretende terminar até julho deste ano.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Referências**

BAKHTIN, M. M. *Marxismo e filosofia da linguagem*: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 9. ed. São Paulo, SP: Hucitec, 1999.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Rio de Janeiro: Edições 70, 1977.

FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. 11. ed. São Paulo, SP: Contexto, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

_____. *Os exercícios do ver*: hegemonia audiovisual e ficção televisiva.

MORAES, Roque. Análise de Conteúdo. *Educação*, Porto Alegre: Faculdade de Educação - PUCRS/Curso de Pós-Graduação, 1999.

MORIN, Violette. *Aplicação de um método de análise da imprensa*. São Paulo: ECA, 1970.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Discurso e leitura*. 6. ed. São Paulo, SP: Campinas, SP: Cortez, Universidade Estadual de Campinas, 2001. 118p.

SCHEMES, Claudia et alii. *Memória do Setor Coureiro-Calçadista*: Pioneiros e Empreendedores do Vale do Rio dos Sinos. Novo Hamburgo: Feevale, 2005.

VAN LEEUWEN, Theo. A representação dos atores sociais. In: PEDRO, Emília Ribeiro. (org.) *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho, 1997.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA – GRUPO 2

Jornalismo, literatura, educação, memória da imprensa e acervos.

**Coordenação: Beatriz Dornelles / PUCRS** (biacpd@pucrs.br)

### 1. Rotinas produtivas da redação do Correio do Povo

*Maria Alice Bragança*

(alice_braganca@hotmail.com)

*Donaldo Hadlich*

*Juliano Martins Soares (acadêmico) / Feevale*

Este estudo busca registrar, através de entrevistas e da fotografia, as rotinas produtivas da redação do **Correio do Povo** em sua fase atual. Do jornalismo político partidário ao informativo – passando pelo literário - e assim formando o surgimento do conceito de jornalismo no Rio Grande do Sul, está a figura do jornalista como agente social legitimado, após a ascendência do jornalismo noticioso. Está também posto o aparecimento das redações como locais de exercício do jornalismo, o que informa e se preocupa com o direito da sociedade de ter acesso aos acontecimentos, puro e simples, sem juízos de valor ou cunho partidário. Nesse contexto, a imagem da redação mudou e a figura do jornalista também, assim como os processos e a dinâmica da apuração e da construção da notícia. A técnica do jornalismo noticioso parece ser a mesma, mas a tecnologia permeou o processo com uma estrondosa velocidade. É com esse norte que se pretende registrar os momentos de trabalho dentro da redação moderna, em que máquinas de datilografia e laudas foram trocadas por computadores potentes e softwares de diagramação que exigem especialização para serem operados. Quer-se mostrar também o processo pelo qual passa o repórter para realizar uma matéria e verificar o que se agregou no procedimento ou o que se perdeu. Neste estudo, a entrevista alia-se a fotografia como forma de documentação de um processo que está acontecendo.

**Palavras-chave**: Jornalismo; Rotinas Produtivas; Fotografia.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## Introdução

Estudos de rotinas produtivas são cada vez mais importantes para desvendar como de fato as mudanças tecnológicas operam mudanças no cotidiano das redações e na sua produção.

## Procedimentos metodológicos

Além da observação do cotidiano da redação do **Correio do Povo**, pretende-se utilizar entrevistas em profundidade e registro fotográfico das tecnologias utilizadas atualmente pelos jornalistas. A fotografia, enquanto extensão da nossa capacidade de ver, constitui-se naturalmente em um instrumento da observação e, conforme Milton Guran, a função dela é a de destacar "um aspecto de uma cena a partir do qual seja possível se desenvolver uma reflexão objetiva sobre como os indivíduos ou os grupos sociais representam, organizam e classificam as suas experiências e mantêm relações entre si". (2002, p.103) O seu papel mais importante como método de observação, de acordo com Guran, "não é apenas expor aquilo que é visível, mas, sobretudo, tornar visível o que nem sempre é visto..." (2002, pp.103-104) As fotografias permitem, segundo o autor, "que aspectos apenas percebidos ou intuídos pelo pesquisador sejam *vistos* - e se transformem em dados - a partir dos comentários do informante sobre a imagem". (GURAN, p.104)

A coleta de informações parte de uma primeira entrevista em profundidade realizada com o chefe da redação do Correio do Povo, jornalista Telmo Flor, que acompanhou as mudanças ocorridas na empresa em 1987 e em 2007, quando a empresa Caldas Júnior foi comprada pelo Grupo Record.

## Fundamentação teórica

Ao tomar uma decisão em uma sequência de decisões, uma pessoa realiza muitas escolhas, passa por vários estágios, momentos. Nessa perspectiva, Nelson Traquina assinala que o processo de processo de produção da informação é "concebido como uma série de escolhas". (2001, p.69) O fluxo de notícias tem de passar, conforme Traquina, por diversos "portões", que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista tem de decidir se vai escolher essa ou não. "Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo 'portão',

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua morte, porque a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação". (2001, p.69)

É difícil delimitar os limites das rotinas de produção num jornal. Os diversos cargos ou funções que repórteres e editores ocupam na hierarquia de uma empresa jornalística. Sobre isso, o pesquisador e jornalista, José Marques de Melo identifica um verticalismo na seleção das informações. "As decisões fluem de cima para baixo... é uma relação de ordem e obediência, na qual as chefias decidem o que os seus subordinados vão fazer e cobram o cumprimento integral da execução". (1985, p.60) Conforme o autor, os proprietários das empresas jornalísticas exercem uma forma de vigilância sobre o andamento das atividades jornalísticas e, que no dia-a-dia, controlam o produto final.

O pesquisador português Nelson Traquina define as notícias como "o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)". (1993, p.169) Os acontecimentos fazem parte, segundo ele, de um imenso universo de matéria-prima. Para engendrar sentido, é necessário fazer-se uma seleção do que irá ser tratado, ou seja, escolher o que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia. Em poucas palavras, o que é noticiável.

No jornalismo, a cobertura dos acontecimentos notícia é feita de "escolhas, de edições: o ângulo da notícia a cobrir, o que enquadrar, o que editar". (LIMA, 1989, p.38) As escolhas são feitas, também, de acordo com a ocasião que a notícia representa em termos de alinhamento editorial. Ou seja, uma determinada notícia que comova a opinião pública, pode ser escolhida por outra com base em seu potencial de lucro representado pelo o aumento das vendas.

Por sua vez, Mário Erbolato assinala que os critérios de validação sempre primam o impacto, a importância, a proximidade, o interesse humano, a raridade, a verdade e a objetividade. O leitor, segundo Erbolato, "[...] quer saber novidades. Deseja saber o que ainda desconhece, ou que sabia apenas superficialmente, por haver assistido ao jornal transmitido pelo rádio ou televisão [...]". (1991, p.53)

O produto final do processo comunicacional é a notícia. Contudo, na cobertura dos fatos, a notícia não vai se constituir em um elemento puro, livre de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



influências ou isenta de enfoques ou recortes. No relato de algo noticioso, o universo jornalístico compreendido, aqui, pelas coberturas, pelo sistema editorial e gráfico, pelo tratamento dado ao cruzamento de fontes e informações que a notícia se origina. O processo informativo vai se compor de diversas fases que variam segundo a organização do trabalho de cada redação e de cada meio de comunicação. De acordo com Mauro Wolf (2001, p.218), essas fases são três: a coleta, a seleção e a apresentação das notícias, e cada uma delas dá lugar a rotinas articuladas e a processos de trabalho, dos quais só alguns aspectos são tratados. Em suma, um universo de informações que competem entre si e com as outras, que cabe às rotinas produtivas das mídias impressas, de transformar um fato noticioso na condição de notícia.

No interior das rotinas produtivas é que se faz, mostra, revela, expõe, denuncia, opina. E, numa apropriação das palavras do pesquisador português Jorge Pedro Souza (2004, p.09), "dá informação e ajuda a credibilizar a informação textual". A noção de jornalismo, como a atividade orientada para a produção de textos e/ou fotografias jornalísticas, também é entendida, no seu sentido amplo como a atividade de realização de textos informativos, interpretativos, documentais ou 'ilustrativos' para a imprensa ou outros projetos editoriais ligados à produção de informação de atualidade.

## Considerações finais

A informação, a atualidade, a objetividade e a veracidade constituem o objeto material das mensagens veiculadas pelas mídias impressas, na esfera do jornalismo. Esses elementos que, em um nível instrumental, compõem um *fazer jornalístico*, que preconize o papel fundamental como útil para a informação de atualidade. É com esse norte que se pretende registrar os momentos de trabalho dentro da redação moderna, em que máquinas de datilografia e laudas foram trocadas por computadores potentes e softwares de diagramação que exigem especialização para serem operados. Quer-se mostrar também o processo pelo qual passa o repórter para realizar uma matéria e verificar o que se agregou no procedimento ou o que se perdeu. A análise poderia ser mais aprofundada, com novos exemplos. Entretanto, ao demonstrarmos a presença de alguns elementos que sinalizam para uma prática singular das rotinas de redação, num contexto de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



pós-modernidade, acreditamos, termos colaborado para a percepção de um novo olhar. E, por fim, com um olhar otimista, cremos que o texto contribua com o jornalismo brasileiro, ao propor uma reflexão maior sobre o seu papel e a sua prática funcional, suas rotinas de produção, de informação no relato dos acontecimentos cotidianos.

**Referências**

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo*: redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 1991.

GURAN, Milton. *Linguagem Fotográfica e informação*. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Gama Filho, 2002.

LIMA, Ivan. *Fotojornalismo brasileiro*: realidade e linguagem. Rio de Janeiro: Fotografia Brasileira, 1989.

MARQUES DE MELO, José. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.

SOUSA, Jorge Pedro. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Chapecó: Grifos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

_____. *Fotojornalismo*: Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis, SC: Letras Contemporâneas, 2004.

TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo*: Questões, teorias e “estórias”. Lisboa, Portugal: Vega, 1993.

_____. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa, Portugal: Presença, 2001.

## 2. A questão (ou distorção) da reportagem em matérias sensacionalistas

*Fábio Rausch / PUCRS*

(fabiorauschcol@yahoo.com.br)

Este trabalho revisa aspectos teóricos da notícia e da própria fundamentação do jornalismo enquanto campo de estudo. São utilizados conceitos primordiais do fazer jornalístico, como a pirâmide invertida e o texto

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



objetivo, baseados nas definições, muito especialmente, de Mário L. Erbolato, em Técnicas de codificação em jornalismo, e de Nelson Traquina, em dois volumes da obra Teorias do jornalismo. Busca-se avaliar como a prática sensacionalista, na imprensa, pode distorcer as regras básicas do gênero reportagem. Com base em duas reportagens dos jornais Diário de Notícias e Última Hora, a respeito das investigações policiais em torno do Caso Kliemann, está-se a apontar, inclusive, a quebra do viés informativo em prol de angulações opinativas. Prática esta que é incoerente com a essência de uma reportagem, estrito senso.

**Palavras-chave**: Teoria do Jornalismo; Sensacionalismo; Gêneros Jornalísticos; Reportagem; Caso Kliemann.

## Introdução

O presente trabalho resulta de experimentações teóricas que o pesquisador vem fazendo, com o intuito de estruturar a sua dissertação de mestrado. No momento, está-se a revisar a literatura sobre sensacionalismo e imprensa, a fim de melhor conceituar o campo de estudo e de traçar uma evolução das práticas sensacionalistas na história do jornalismo sul-rio-grandense, a partir do exame das temáticas e das formas de tratamento que essa vertente jornalística vem recebendo ao longo do tempo. A etapa empírica vindoura deverá se propor a analisar quatro coberturas jornalísticas de relevo, por assim dizer, que apresentem o que se entende por teor sensacionalista, sobretudo devido ao fato de não haver, no Estado, um periódico que se intitule como veículo sensacional.

Pelo relativo intervalo de tempo e repercussão que tiveram quando dos seus acontecimentos, optou-se, preliminarmente, por se debruçar sobre o *Açougue Humano da Rua do Arvoredo* (FREITAS, 2002), do terceiro quartel do século XIX; o *Caso Maria Degolada* (ARQUIVO PÚBLICO DO RS, 1994), final do século XIX; o *Caso Kliemann*[16], dos anos 1960; e o Caso Daudt (COIMBRA, 1993; ELMIR, 2005), do final dos anos 1980.

[16] Quanto ao Caso Kliemann, está-se a auxiliar o também jornalista Celito De Grandi em projeto de pesquisa paralelo ao de mestrado, o qual visa a reconstruir, historicamente, o crime dos anos 1960, envolvendo a senhora Margit Kliemann, esposa do então deputado estadual pelo PSD, Euclides Kliemann. No prelo, o livro, resultante de mais de dois anos de levantamentos no Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa, em Porto Alegre, e de dezenas de entrevistas, deverá ser lançado no corrente ano.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Neste artigo, contudo, pretende-se apenas apontar, por meio de duas reportagens dos jornais Diário de Notícias e Última Hora, publicadas no liminar dos anos 1960, elementos textuais que possam ter distorcido o gênero reportagem, no sentido de inserir vieses opinativos, ao invés de informativos, em meio à cobertura ao Caso Kliemann.

**Procedimentos metodológicos**

A dissertação de mestrado vindoura está voltada ao problema de apontar que variação temática e / ou de tratamento jornalístico têm recebido as coberturas sensacionalistas ao longo da história da imprensa sul-rio-grandense. De posse disso, acredita-se ser possível cumprir com o maior objetivo dessa pesquisa, o de verificar como elementos de teor opinativo podem distorcer o viés informativo de uma reportagem.

A sistemática de pesquisa seguirá orientação exploratória, baseada no que Gil (2008, p.27) define como "finalidade [de] desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores". O princípio técnico da busca de dados, da aplicação e da análise posterior seguirá o caminho dedutivo, estabelecido por Santaella (2001): parte-se de premissas gerais, teorias e leis, para se predizer a ocorrência de fenômenos particulares.

Vale ressaltar que o campo de pesquisa em torno da temática da imprensa sensacionalista ainda não tem sido desenvolvido com objetivos de pensar o seu contexto conceitual, ou seja, a partir de análises das suas coberturas ao longo do tempo. Na maioria das vezes, a bibliografia disponível vem procurando se ater a estudos de casos isolados. Além disso, como apontou Amaral (2006), por vezes, encontra-se ultrapassada e carente de novos estudos que examinem as suas características.

Este é o processo de codificação sugerido por Fonseca Júnior (2005): a) o recorte — escolha das unidades de registro e de contexto (elementos que tratem do Caso Kliemann no decorrer das investigações policiais à procura do assassino de Margit); b) a enumeração — escolha das regras de enumeração (palavras-chave como culpado, assassino, Kliemann, Euclides, Margit, investigação, dama, esotérica, polícia, deputado, esposa, caso, etc); c) a classificação e agregação —

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



categorias (estabelecer blocos temáticos entre duas reportagens): 1) *Diário de Notícias*; 2) *Última Hora*; subcategorias: a) *Objetivo da matéria*; b) *Questão da objetividade jornalística*; e c) *Questão (ou distorção) do gênero reportagem*.

Do pondo de vista quantitativo, a primeira etapa de pesquisa consistiu em coletar dados nos próprios objetos estudados, os jornais que trataram do assunto à época da primeira cobertura sensacionalista estudada. Entre agosto de 2007 e fevereiro de 2008, realizou-se completo levantamento nos principais jornais que cobriram o Caso Kliemann, desde a morte de Margit até a de Euclides, também assassinado pouco mais de um ano depois do ocaso da esposa, em debate político. De 21 de junho de 1962 a 1º de setembro de 1963, foram encontradas, no acervo do Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa, em Porto Alegre, 245 edições que trataram desse assunto, em Correio do Povo (9), Diário de Notícias (92), Folha da Tarde (6), Jornal do Dia (7) e Última Hora (131).

Em Diário de Notícias e Última Hora, as coberturas quase que diárias extrapolaram o nível de importância dado pelos demais veículos de imprensa, pois ambos, a cada dia, geravam novos capítulos para o mistério sobre quem assassinara Margit, no perfeito estilo melodramático dos antigos romances de folhetim[17].

Mesmo tendo perfil diverso ao de Última Hora, dentro do regime jornalístico de *organização empresarial* estabelecido por Rüdiger (2003), em que concorria com o Correio do Povo, por meio da imparcialidade informativa, entende-se que o Diário de Notícias, no Caso Kliemann, não foi muito menos sensacionalista que a Última Hora.

**Fundamentação teórica**

O *fait-divers*, notícia que causa impacto ao leitor, como crimes envolvendo pessoas conhecidas (ERBOLATO, 2008), apresenta caráter quente e circunstancial (MAFFESOLI, 1988). Relatos assim abastecem a imprensa sensacionalista com ingredientes insólitos e extravagantes, para a manchete de capa. Segundo Hohlfeldt (2003), ao contrário da notícia, que remete a outros discursos e realidades, o *fait-divers* possui estrutura fechada, cujas chaves para

[17] Conforme Hohlfeldt (2003), o romance de folhetim apresenta, entre outros aspectos, enredo complexo, melodramaticidade, diversos personagens e ações eletrizantes que se multiplicam através de capítulos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



compreendê-lo estão nele mesmo, entendido como "informação total ou imanente". (p.243) Ele apresenta carga suficiente de interesse humano, para causar a "tênue sensação de algo vivido no crime, no sexo e na morte". (AGRIMANI, 1995, p.26)

A produção da matéria capaz de emocionar e escandalizar é a tônica dramática do jornalismo sensacionalista, que contém noticiário de *fait-divers*, para representar uma cena, a ponto de o leitor, como observador *voyeur*, sentir-se presente ao quadro exposto. (HOHLFELDT, 2002) O veículo com essas características "opera como um meio de liberação da culpabilidade do ato, que o leitor realiza na imaginação, sobre as personagens dos acontecimentos". (PEDROSO, 2001, p.51)

Segundo Marcondes Filho (1986), a prática sensacionalista está aliada ao nutriente psíquico, desviante ideológico e à descarga de pulsões instintivas. Cabe à manchete vender aparência chocante. Conforme o autor, esta frase vem carregada de apelos às carências psíquicas das pessoas e explora-as de forma sádica, caluniadora e ridicularizadora.

Na falta de conceituação definitiva acerca de jornalismo sensacionalista, procura-se, contudo, fornecer o entendimento inicial de que essa prática tem potencial para, possivelmente, distorcer o gênero reportagem. Ou seja, munido de *fait-divers*, e por meio de suítes[18], um veículo pode alimentar, por assim dizer, reportagens de teor sensacional. Tal prática, a nosso ver, pode comprometer o viés informativo que caracteriza a reportagem, estrito senso. Contribui, para isso, "critérios de intensificação de exagero gráfico, temática, lingüístico e semântico". (PEDROSO, 2001, p.52)

A construção da notícia, portanto, segundo síntese conceitual formulada por Traquina (2005; 2005a), através de revisões bibliográficas em obras de Teoria do Jornalismo, será feita mediante aplicação dos saberes de reconhecimento, de procedimento e de narração do jornalista. Respectivamente, trata-se de reconhecer quais acontecimentos possuem valor de notícia, segundo critérios como notoriedade, proximidade geográfica, etc; saber que dados escolher para

[18] "Suíte: sequência de um assunto, em edições subsequentes do jornal, sempre que houver novas informações a respeito". (ERBOLATO, 2008, p.250)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



elaborar o texto noticioso; e, com base nos recursos do *lead* e da *pirâmide invertida*, saber como elaborar a narrativa da notícia.

A propósito disso, cabe ressaltar a lógica do texto jornalístico, em que o *lead*[19] traz para o primeiro parágrafo da matéria os elementos mais importantes do texto, organizando-o dentro do conceito corrente daquele meio, a *pirâmide invertida*, disposta sequencialmente (ERBOLATO, 2008): a) entrada ou fatos culminantes; b) fatos importantes ligados à entrada; c) pormenores interessantes; d) detalhes dispensáveis.

Pereira Júnior (2006) conta que, na metade do século XIX, devido a dificuldades técnicas no envio de reportagens via telégrafo, as agências de notícias, caso da americana Associated Press, fizeram uma solicitação a seus repórteres correspondentes: concentrar os elementos mais importantes no primeiro parágrafo. No Brasil, nos anos 1950, o Diário Carioca apreenderá dos norte-americanos o *lead* e a *pirâmide invertida* e introduzirá essas técnicas na imprensa brasileira. (LAGE, 2006)

Agora, eis as reportagens:

*Diário de Notícias* — Reportagem sob o título “Carta escrita em alemão (de Santa Cruz) confirma depoimento da médium à polícia” — 23 de julho de 1962. Estas são as subcategorias analisadas:

a) *Objetivo da matéria*: Informar a respeito do surgimento de carta que dá suporte à versão de uma das fontes ouvidas nas investigações da morte de Margit Kliemann. Além disso, a matéria sustenta versão da médium esotérica Alda Marina Lopes Saraiva, de que haveria uma testemunha do crime, amiga íntima e confidente da assassinada;

b) *Questão da objetividade jornalística*: Os trechos “conforme noticiamos” e “soubemos de fonte digna” contrariam a própria natureza do gênero reportagem. Quebra-se o princípio da objetividade jornalística, pautada pela terceira pessoa, e abre-se margem para a primeira pessoa, característica mais condizente com editoriais e outros formatos opinativos. Ademais, a própria não identificação de quem informou sobre a chegada da carta à polícia e a ausência da identidade do

[19] O tradicional *lead* corresponde à técnica utilizada pelos jornalistas na abertura de suas matérias. A rigor, ele deve responder aos seguintes questionamentos: o quê; quem; quando; onde; como; e por quê.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



tal "missivista alemão" quebra outro princípio não só do gênero, mas da própria finalidade do jornalismo, qual seja: informar baseando-se em fontes;

c) *Questão (ou distorção) do gênero reportagem*: A sustentação à versão da esotérica, por meio de fontes não identificadas, dá margem a exercícios textuais que extrapolam o próprio viés interpretativo, até possível em uma reportagem genérica.

*Última Hora* — Reportagem sob o título "Polícia insiste com Kliemann" — 23 de julho de 1962. Estas são as subcategorias analisadas:

a) *Objetivo da matéria*: Ao invés de informar, o jornal faz uma reflexão em torno do trabalho da polícia nas investigações do Caso Kliemann. Não obstante, sem apontar fontes, tampouco bases para as informações citadas, formula uma premissa taxativa logo no início da matéria, para que, ao longo de toda a construção textual, consiga fornecer elementos que lhe dêem embasamento.

b) *Questão da objetividade jornalística*: Na sequência, o texto emprega adjetivos e um acúmulo de interrogações. A essas, responde com novas interrogações ou ironias, com evidente teor opinativo.

c) *Questão (ou distorção) do gênero reportagem*: A matéria sustenta, com base em inferências próprias, sem qualquer menção a fontes, o que denomina de teoria do triângulo: uma dama que presencia o crime, a que é assassinada e o cavalheiro. E assevera: "O assassino só pode ser o cavalheiro". E questiona: "E quem?". E responde: "Nem é preciso responder". Dada a sua posição editorial, procura transferir a responsabilidade pela [des]informação: "No entanto, a polícia insiste em dizer que não está acusando o deputado Euclides Kliemann".

**Considerações finais**

A ironia de SILVA (2003, p.106), de que a verdade do jornalismo seria a de "*espetacularizar*, em graus variados, para vender e garantir a audiência (acumulação de ganhos ao menor custo)", encontra consonância nas reportagens analisadas, até porque ambos os periódicos (Diário de Notícias e Última Hora) reproduziram autêntica inversão do princípio de uma cobertura jornalística, a de cobrir para descobrir.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Em que pese essas considerações acerca da objetividade e da preponderância do viés informativo sobre o opinativo, é arriscado afirmar, categoricamente, que os textos analisados não se enquadram na classificação da reportagem. Cabe lembrar que nem todo texto segue, prototipicamente, as características de determinado gênero, embora não deixe de receber essa classificação genérica. (COSCARELLI, 2007)

**Referências**

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

AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo popular*. São Paulo: Contexto, 2006.

ARQUIVO PÚBLICO DO RS. *Maria Degolada*. Porto Alegre: EST, 1994.

COIMBRA, David. Dexheimer. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1993.

COSCARELLI, Carla Viana. "Gêneros textuais na escola". In: *Revista Veredas On Line*, Juiz de Fora: UFJF, n.2, 2007, pp.78-86. Disponível em: <http://www.revistaveredas.ufjf.br/volumes/21/artigo05.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2009.

ELMIR, Cláudio Pereira. *A democracia reconquistada (1983-2004)*. Porto Alegre: Corag, 2005.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo: Ática, 2008.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. "Análise de conteúdo". In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (orgs.) *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

FREITAS, Décio. *O maior crime da terra*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2008.

HOHLFELDT, Antonio. *Deus escreve direito por linhas tortas*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

_____. *Última Hora*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LAGE, Nilson. *A reportagem*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

MAFFESOLI, Michel. *Une forme d'agrégation tribale*. Paris: Autrement, 1988.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



MARCONDES FILHO, Ciro. O capital da notícia. São Paulo: Ática, 1986.

PEDROSO, Rosa Nívea. A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista. São Paulo: Annablume, 2001.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. *A apuração da notícia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

RÜDIGER, Francisco. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: EDUFRGS, 2003.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa*. São Paulo: Hacker, 2001.

SILVA, Juremir Machado da. *As tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2005, v.1.

_____. *Teorias do Jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2005a, v.2.

## 3. Autoritarismo e Nacionalismo: o discurso oficial sobre o envolvimento do Brasil na Segunda Guerra Mundial através das páginas da revista "Cultura Política"

*Fernanda dos Santos Bonet / PUCRS*

(fernanda_bonet@yahoo.com.br)

O Estado Novo, através do Departamento de Imprensa e Propaganda, desenvolveu inúmeros instrumentos de comunicação visando propagar os valores e os ideais do regime. A revista "Cultura Política" foi uma dessas ferramentas, sendo seu objetivo a produção do discurso, servindo como ponto de referência para intelectuais incumbidos de divulgar o regime e para o corpo burocrático do Governo, pois nela encontravam-se as justificativas dos planos e das ações do Estado nos diversos setores. Este periódico foi publicado entre os anos de 1941 e 1945, período que corresponde ao envolvimento gradual do Brasil na II Guerra Mundial. Assim, a pesquisa desenvolvida tem por objetivo analisar o discurso oficial, presente nesta revista, sobre o envolvimento do Brasil no conflito mundial.

**Palavras-chave**: Estado Novo; Cultura Política; Segunda Guerra Mundial.

### Introdução

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O resumo expandido que ora apresentamos baseia-se na dissertação desenvolvida entre 2008 e 2009 no programa de pós-graduação em história da PUCRS e que será avaliada em março de 2010. Essa pesquisa apresenta como foco o estudo da história política brasileira entre os anos de 1941 e 1945 visando verificar como a participação do Brasil na II Guerra Mundial foi documentada nas páginas da revista "Cultura Política". O período conhecido na história nacional como Estado Novo teve seu início no dia 10 de novembro de 1937, quando o Congresso Nacional foi fechado e uma nova Constituição foi promulgada. Sob o comando de Getúlio Vargas, essa nova forma de governo foi imposta e justificada como a mais adequada para a realidade e para as necessidades do país (Vianna, 1939), além de proteger a unidade e a segurança nacional do perigo representado pela liberdade política. (FARIAS; BARROS, 2001) A nova Constituição centralizava o poder nas mãos do presidente, fortalecia a intervenção estatal na economia e estimulava a organização sindical em moldes corporativistas.

A criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939, demonstra a preocupação do governo em se comunicar com a população, transmitindo as idéias e os valores do regime. (OLIVEIRA, 1982) O Departamento era dividido em diversos setores e seus objetivos visavam difundir a imagem do Estado Novo e combater a veiculação de todas as mensagens contrárias ao novo regime. "[...] o órgão deveria ser um grande mecanismo de promoção da figura do chefe do Estado, das autoridades que o cercavam e das iniciativas políticas então implementadas, produzindo e divulgando o noticiário oficial e supervisionado todos os instrumentos de comunicação de massa". (GOMES, 1999, p.126) O DIP, assim, coordena a comunicação social do Governo, propagando os valores do novo regime, censurando e eliminando as idéias indesejáveis, buscando realizar a uniformidade da mensagem.

Eram responsabilidades do DIP, também, algumas publicações oficiais, dentre elas a revista "Cultura Política" - fonte para a realização da presente pesquisa. Este periódico foi editado na seção Imprensa, de acordo com a proposta desse departamento de editar materiais que transmitissem as idéias e os valores do Estado Novo. Conforme coloca Gomes (1999, p.127), "a revista nascia como a voz oficial da proposta estado-novista". Publicada mensalmente, entre os anos de 1941 e 1945, era vendida nas bancas de revistas do Rio de Janeiro e de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



São Paulo (VELLOSO, 1982), estando disponível também para assinatura, conforme informação contida na folha de rosto da revista. Durante todo seu período de existência, Almir de Andrade foi quem a dirigiu, tendo sido escolhido diretamente pelo presidente para essa atribuição. A publicação trazia estudos de diversos intelectuais, tendo como objetivo explicar as mudanças que estavam ocorrendo no país, além de acompanhar os feitos governamentais. A revista "Cultura Política", portanto, foi "a de maior fôlego, reunindo em número significativo a nata da intelectualidade oficial" (GOULART, 1990 p.89), voltada diretamente para a produção do discurso, visava informar a elite intelectualizada, que a estudava sistematicamente.

Desde o inicio dessa publicação observamos textos que explicam a política externa brasileira desenvolvida por Getúlio Vargas e que apresentam algumas medidas que deveriam ser tomadas para que o país se protegesse e realizasse a defesa da sua soberania, tendo em vista as lições que a Guerra, iniciada em 1939 na Europa, estaria oferecendo para todos os países que queriam continuar livres. Quando o conflito mundial chegou nas Américas, fica notório o aumento de textos em Cultura Política sobre a política externa brasileira, sobre questões militares e sobre a política interna do Regime relacionada à conflagração mundial e ao paulatino envolvimento do Brasil. Nesse sentido, algumas seções são exclusivamente dedicadas à questão da guerra, como, por exemplo, "Política Internacional", "O Brasil e a Guerra" e "O Brasil no exterior". Outras, que não falavam do conflito mundial diretamente, muitas vezes abordavam os assuntos sob o ponto de vista da guerra. Além disso, em agosto de 1943 foi lançado um número extraordinário que apresenta exclusivamente textos relacionados ao envolvimento do Brasil na Guerra.

Nesse sentido, nossos objetivos consistem em identificar os assuntos abordados em relação a política externa brasileira, sobre a política interna relacionada com a Guerra e sobre as forças armadas nacionais; verificar os principais elementos desse discurso oficial; analisar se ocorreria, nesses textos, a divulgação dos princípios e dos valores do Estado Novo, como o autoritarismo e o nacionalismo, e como isso aconteceria. Sob nosso ponto de vista, através desses textos a revista Cultura Política realizaria a propaganda do regime, explicando, justificando e legitimando suas ações, mas também atualizaria os princípios do

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Regime de acordo com as necessidades trazidas pelo contexto da Guerra, a fim de promover a manutenção dessa forma de governo no poder.

**Procedimentos metodológicos**

Para atingirmos tais objetivos e verificarmos nossa hipótese escolhemos o método da análise de conteúdo de acordo com a proposta de Laurence Bardin (2004). Segundo a autora, esse método consiste em "um conjunto de técnicas de análise das comunicações" (p.37) que possibilitam ao pesquisador realizar inferências através de procedimentos sistemáticos de discrição do conteúdo pesquisado. Bardin (2004) divide o método em três fases: a pré-analise; a exploração do material; e, por fim, a inferência e a interpretação dos resultados.

Na pré-analise realizamos o levantamento de todos os textos, desde a primeira até a última edição da revista, que faziam referência a qualquer questão sobre à guerra, o que totalizou 263 textos, dedicamo-nos, então, à leitura sistemática destes, de modo a classificá-los por temas ou tipos de abordagem sobre o conflito. A partir disso, selecionamos 116 textos que fazendo relação com o envolvimento do Brasil na II Guerra Mundial, definem, explicam ou justificam a política externa e interna do Estado Novo, ou seja, os princípios e os pressupostos que fundamentam as ações políticas do regime; definem e explicam o que o governo esperava da sociedade; e mostram o que estava sendo feito ou como deveria ser a organização militar e social do país, de forma que esses se constituíram no corpus, ou no conjunto de documentos que foram submetidos a análise.

Cumprindo a segunda fase, apresentada por Bardin (2004), ou seja, a exploração do material, realizamos a categorização dos textos a partir de características comuns. A partir disso, no presente trabalho, classificamos nosso material em três grandes categorias temáticas. A primeira, denominamos de "Política interna", pois é composta por textos que apresentam as ações do Estado Novo, no âmbito interno, em função do envolvimento do Brasil na Guerra; a segunda categoria agrupou textos que versavam sobre as forças armadas brasileiras, sendo denominada de "Discurso militar"; por fim, a terceira categoria recebeu o título de "Política externa" por agrupar textos que apresentavam as ações do Estado Novo no âmbito externo e da diplomacia brasileira.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O próximo passo da exploração do material realizado foi a codificação dos textos, quer dizer, a transformação, segundo Bardin (2004), dos dados brutos a fim de representar o conteúdo do material analisado. Formulamos, então, uma detalhada ficha de leitura, onde destacamos as ideias principais dos textos e os argumentos que sustentavam essas ideias. Após esse levantamento qualitativo em cada texto agrupamos as ideias principais dos temas em outra ficha. Com esse levantamento qualitativo dos dados, foi possível realizar a quantificação, o que oportunizou cruzar os dados e definir os assuntos principais da categoria. Com isso foi possível realizar a terceira fase do método de análise de conteúdo, onde interpretamos os dados e realizamos inferências.

**Fundamentação teórica**

A análise do material selecionado e explorado buscou verificar os aspectos do discurso oficial e os elementos que o compõem, relacionando-os com os princípios e com as ideias desenvolvidas pelos ideólogos do Regime – Oliveira Vianna, Azevedo Amaral, Francisco Campos e Almir de Andrade – de forma a identificar quando a revista estaria divulgando esses conceitos e quando estaria os atualizando e os adaptando de acordo com o contexto de Guerra.

Em linhas gerais, esses autores criticavam a liberal-democracia implantada no país, que teria enfraquecido o poder do governo federal e estimulado os regionalismos; bem como a inoperância do legislativo nacional e a inexistência de partidos que representassem os interesses reais do país. Por isso, propõem, em suas obras, a instauração de um Regime autoritário e nacionalista, ou seja, uma forma de organização estatal que estivesse, segundo eles, adequada à realidade e às tradições nacionais. Isso significaria um governo forte, cujo centro do poder fosse o executivo federal, mais especificamente o presidente da República, a fim de que fosse possível coordenar e organizar a vida do país. Para eles, então, o Estado Novo estaria realizando as aspirações nacionais e teria desenvolvido um caráter democrático diferente da liberal-democracia, pois não haveria organizações partidárias e eleições, mas o Governo atenderia às necessidades do povo e agiria visando o bem estar, a honra, a independência e a prosperidade de todo o país, o que consistira, para esses autores, na verdadeira democracia.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Oliveira Vianna (1939, p.124), por exemplo, justifica a necessidade da instauração do Estado Novo apresentando o que seria seu objetivo: "salvar a soberania da Nação, o prestigio do governo central, os interesses fundamentais da ordem publica e da integridade nacional, ameaçadas pela sublevação dos Estados em imminencia de secessão". Para Francisco Campos (2002[20]) o Estado Novo brasileiro é o resultado da necessidade de salvação nacional e do imperativo de integrar às instituições na realidade política, social e econômica do país. Com isso, a nova constituição não teria sido uma criação, uma imitação ou uma experiência, como dizia referindo-se às constituições anteriores, mas a união dos princípios da formação brasileira, sendo o instrumento mais adequado para efetivar os desejos brasileiros de unidade e de poder. Assim, diz Campos (2002 p.279) "das profundas raízes da vontade nacional do Brasil de perseverar em ser, cada dia mais, uma nação, isto é, uma unidade territorial, política e moral, surgiu o Estado Novo, expressão dos anseios populares e criação da nossa própria história". Por isso, o regime de então não se filiaria a nenhuma ideologia estrangeira e, portanto, seria uma legitima criação nacional e não exatamente uma ruptura com seu passado, mas um amadurecimento, uma continuação das tradições brasileiras.

Azevedo Amaral (1938), por sua vez, explica a inexistente contradição entre a adoção de um sistema democrático com princípios autoritários. Segundo ele "sòmente uma forma de governo autoritário é capaz de permitir o desenvolvimento normal da democracia e das suas instituições, de modo a torná-las adequadas às soluções dos problemas cada vez mais complexos que surgem em todos os setores da vida das nações contemporâneas". (p.175) Para ele o Estado Novo era democrático, pois teria organizado hierarquicamente a sociedade, dando igualdade de oportunidades aos cidadãos; e nacionalista, pois teria resgatado o real sentido da democracia brasileira devolvendo, assim, o sentido nacional às instituições de acordo com as necessidades e a realidade brasileira.

Assim, para Azevedo Amaral (1938) existia claramente a diferença entre o regime brasileiro e as formas de organização política estrangeiras. Por isso, esforça-se para demonstrar que o Estado Novo não estaria contaminado com nenhuma influência de regimes totalitários, nem de regimes liberal-democratas,

[20] Versão para e-book disponível em http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/chicocampos.html.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



sendo uma “democracia autêntica”, pois estava baseada nas expressões coletivas e sincronizada com os mais puros e elevados pensamentos democráticos. Segundo ele os regimes totalitários entendiam os indivíduos como unidades, sem liberdade, que deveriam ser organizadas pelo Estado. Já o regime instituído no Brasil obrigaria que o cidadão pertencesse efetivamente à coletividade, embora não interferisse na sua consciência e nos seus interesses pessoais. Esse mesmo argumento serve, também, para diferenciar o cooperativismo adotado pelo Governo brasileiro daquele instituído na Itália. Assim, o regime brasileiro realizaria o equilíbrio entre a liberdade de manifestação e expressão cultural, prevista na Constituição, e a intervenção, seja com a finalidade de coordenar e adequar as atividades de indivíduos e grupos sociais, seja com o objetivo de proteger e completar, através da assistência estatal, deficiências que deveriam permanecer sob responsabilidade do indivíduo.

Por fim, a função democrática do Estado Novo era, para Almir de Andrade (1940), a de racionalizar todas as forças políticas e econômicas, morais e intelectuais do país e de socializá-las. Assim, o Estado interviria para evitar a desorganização oriunda do egoísmo e do individualismo assegurando para todos as mesmas oportunidades de crescimento e a mesma proteção jurídica e administrativa. Dessa forma a pessoa humana seria o essencial em um regime democrático, por isso, para o Estado Novo, bem-estar, cultura, alegria, felicidade da população são mais importantes que interesses puramente políticos. Com isso os valores básicos da doutrina política do Brasil seriam democráticos em sua essência, pois visariam amparar a pessoa humana oportunizando seu progresso, aproximando o governo do povo e visando o bem comum contra as ideias individualizantes e de partidos.

## Considerações finais

Em relação aos textos sobre o envolvimento do Brasil na Guerra publicados na revista Cultura Política foi possível verificar, a partir da análise realizada, que essa publicação divulgava os princípios que baseavam o Regime e que haviam sido desenvolvidos por Oliveira Vianna, Azevedo Amaral, Francisco Campos e Almir de Andrade. Identificamos, ainda, que Cultura Política ao publicar os textos sobre a política interna brasileira em relação à Guerra, sobre a política

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



externa e sobre as forças armadas apresentava um caráter dinâmico de atualização e complementação do pensamento intelectual, de acordo com o momento político e as necessidades do Regime.

As adaptações que essas ideias sofrem referem-se, de um modo geral, à explicação da necessidade do Brasil ter um Regime forte, autoritário e nacionalista, em função das necessidades do conflito mundial, principalmente a de realizar a defesa da soberania nacional, ou seja, justifica-se a forma de ser e de agir do Estado Novo devido a uma ameaça externa, e não somente em função de uma demanda interna e própria do Brasil, como faziam os ideólogos. Além disso, a revista Cultura Política apresenta como novidade no discurso oficial a defesa da coerência do Regime com as tradições nacionais e com as necessidades do país em relação a sua política externa, de forma que as decisões do Governo brasileiro diante da Segunda Guerra Mundial são explicadas e justificadas através da coerência com a tradição brasileira.

Nesse sentido, identificamos o autoritarismo e o nacionalismo como os principais elementos presentes nos textos analisados e que, portanto, compõem o discurso oficial sobre o envolvimento do Brasil na Segunda Guerra Mundial. O primeiro fica expresso na defesa e na justificativa das medidas centralizadores e intervencionistas que, segundo Cultura Política, o Governo estaria tomando ou deveria realizar, principalmente em relação a sua política interna. O segundo refere-se à capacidade que o Regime teria de adaptar as instituições nacionais a realidade brasileira e de agir de acordo com a tradição do país. Com isso, sob o nosso ponto de vista, através da apresentação da política interna e externa do Regime ao longo da Guerra e das questões militares, a revista Cultura Política visaria defender o Estado Novo, ratificando a importância de um governo autoritário e nacionalista que faria o país crescer e ter condições de realizar a defesa de sua soberania.

**Referências**

AMARAL, Azevedo. *O Estado Autoritário e a realidade nacional*. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1938.

ANDRADE, Almir. O presidente, o Brasil e a guerra. *Cultura Política*, n. 33, out. 1943.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



BARDIN. Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2004.

CAMPOS, Francisco. *O Estado Nacional*: sua estrutura. Seu conteúdo ideológico. Versão para *e-book.* Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/chicocampos.html>. Acesso em: 21 jan. 2010.

FARIA Antonio A. da Costa; BARROS, Luiz Edgarg. *Getúlio Vargas e sua época*. 9 ed. São Paulo: Global, 2001.

GOMES, A. M. C. *História e historiadores*: a política cultural do Estado Novo. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1999.

GOULART, Silvana. *Sob a Verdade Oficial*: Ideologia, propaganda e censura no Estado Novo. São Paulo: Marco Zero, 1990. 175p.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. Apresentação e Introdução. In: OLIVEIRA, Lúcia Lippi. (org.) *Estado Novo*: Ideologia e Poder. Rio de Janeiro: Zahar, pp.7-31, 1982

VELLOSO, Mônica Pimenta. Cultura e poder político. In: OLIVEIRA, Lúcia Lippi. (org.) *Estado Novo*: Ideologia e Poder. Rio de Janeiro: Zahar, pp.72-108, 1982.

VIANNA, Oliveira. *O idealismo da constituição*. 2 ed. Companhia Editora Nacional, 1939.

## 4. Representações da redemocratização no jornalismo impresso de São Borja

*Mara Regina Rodrigues Ribeiro / UNIPAMPA*

(bebeiro@terra.com.br)

Este projeto estuda as representações do processo de redemocratização no Brasil, no final da década de 70 e início dos anos 80, período que marca o momento de abertura política que propiciou o ressurgimento dos movimentos sociais com demandas que extrapolam as relações de trabalho/capital. O presente estudo explicita as repercussões desse processo no jornalismo do interior, mais especificamente, no jornal *A Folha de São Borja.* Escolheu-se este jornal impresso porque a pesquisa está vinculado aos estudos sobre a história da mídia na Fronteira Oeste do Rio Grande Sul. No ano de 2009 realizou-se um trabalho em que se mapearam as representações de política na década de 70 no mesmo jornal. Dando continuidade, estuda-se, no ano de 2010, os

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



desdobramento da redemocratização no país e como esse acontecimento é noticiado e representado no jornal.

**Palavras-chave**: Representação; Democracia; Jornalismo Impresso.

**Introdução**

Mouillaud (2002) aponta que o jornal diário tornou-se o substituto do espaço público e nele se articulam e se reproduz o discurso de outros enunciadores, eco de diversas e diferentes vozes públicas, mas também a voz do próprio jornal. “Esta duplicidade está na origem das estratégias pelas quais o jornal manipula, seja por identificar-se com ele, seja por distanciar-se do mesmo, o discurso de outrem”. (2002, p.27)

O discurso, do outrem ou da própria voz do jornal, está envolvido em dispositivos que consistem, conforme Mouillaud (2002, p.34), em “os lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem os textos (despachos de agências, jornais, livros, rádio, televisão...) e os textos são compreendidos como “qualquer forma (linguagem, icônica, sonora, gestual) de inscrição”. Para o autor dispositivo não é suporte, mas uma matriz que impõe forma ao texto. A relação entre texto e dispositivo é dinâmica, pois um gera o outro. “O jornal se inscreve no dispositivo geral da informação e contém, ele próprio, dispositivos que lhe são subordinados”. (2002, p.35) Além disso, o dispositivo prepara para o sentido.

A dinamicidade – dispositivo/texto - coloca em relevo a informação, figura da visibilidade, que tem profundidade e destaque, ou seja, “o que vêm a frente com relação a um fundo sem imagem”. (Mouilland, 2002, p.37) A informação visível é o enquadramento, ressaltando o focalizado, unificado em uma cena. “Os cenários da vida privada, assim como aqueles da vida pública são, em sua maioria, pré-construídos. Os jornalistas trabalham com baterias de informações preparadas”. (2002, p.43) Por isso, a visibilidade não é ser ou um fazer (visível) simplesmente, possui modalidades de poder, um duplo sentido da capacidade e da autoridade. Como indica Foucault (2001), a visibilidade é limitada, fixada a um sentido que foi determinado e leva a um direcionamento. Toda e qualquer informação engendra o desconhecido, um invisível que não pode ser mais destacado do visível. “A informação é o que é possível e o que é legítimo mostrar,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido". (Mouilland, 2002, p.38)

Considerando esses apontamentos teóricos o presente estudo quer mapear as representações sobre o processo de redemocratização no Brasil na década de 80. Além disso, analisa-se se a produção jornalística impressa corrobora uma compreensão de democracia e participação para o momento histórico. Ademais, objetiva-se indicar se o discurso contido nas páginas do jornal revela não só o poder que se institui, mas também permite perceber os conflitos e a inclusão e/ou exclusão de outros sujeitos integrantes da sociedade.

**Fundamentação teórica**

A década de 80 no Brasil traz mudanças significativas no cenário político. O avanço da democratização, produto de lutas históricas, cria condições de livre organização e expressão. Segundo Stern *apud* Kliksberg (2000, p.39),

> Ao longo do mundo, a participação funciona: as escolas operam melhor se os pais participam, os programas de irrigação são melhores se os camponeses participam, o crédito trabalha melhor se os solicitantes participam. As reformas dos países são mais efetivas se forem geradas nos países e dirigidas pelo país. A participação é prática e poderosa.

Historicamente, o fortalecimento de uma atitude mais participativa se dá quando os fundamentos do Estado social entram em crise. Há uma sensível mudança após a eclosão da grande crise do modelo econômico do pós-guerra, em 1974. Até este período se trabalhava com as medidas de solidariedade social promovidas pelo Estado. A partir de então se estabelece uma releitura das funções do mesmo, feita por teóricos, que ainda na década de 40, lançam as bases e fundamentam um liberalismo econômico, de mínima intervenção estatal. Entre estes teóricos citam-se: Friedrich August von Hayek, Maurice Allais, Milton Friedman, Walter Lippman, Salvador de Madariaga, Wilhelm Röpke e Lionel Robins. Para estes o "igualitarismo promovido pelo Estado de Bem-Estar é destruidor da liberdade dos cidadãos e da vitalidade das competências, duas qualidades das quais depende a prosperidade de todos. Acreditavam que a desigualdade é um valor positivo - de fato indispensável em si - do qual têm necessidade as sociedades ocidentais". (Sader, 1995:14-15).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



As teorias esses teóricos são reforçadas pela crise dos anos 80, quando alguns países capitalistas desenvolvidos entram em uma profunda recessão. Pela primeira vez combina-se uma taxa de crescimento baixa e uma inflação elevada. A solução para a crise estava em manter um Estado forte em alguns aspectos, capaz de romper a força dos sindicatos. Por outro lado, este Estado deveria ser mínimo no domínio das despesas sociais e se abster de intervenções econômicas.

No Brasil essas ideia chegam na década de 80. Esse período no país apresenta uma conjuntura problemática, tendo em vista o processo de reabertura política no final dos anos 70 – fim do regime autoritário – conjugado com o desmantelamento econômico, que a caracterizou como a "década perdida". Já os anos 90, foram marcados pelo predomínio na política da idealização do Estado mínimo, onde este não tendo recursos para investimentos incentiva a descentralização, tanto econômica, quanto social e política.

É nesse contexto que surgem atitudes mais participativas que propõem mudanças. A constituição de 88, por exemplo, traz grandes avanços nas questões sociais, ampliando os acessos, universalizando direitos e expandindo benefícios, sendo que o gerenciamento dessas conquistas não está mais nas mãos do Estado, porque nesse período, o discurso baseava-se na descentralização administrativa e na participação dos indivíduos que necessitavam buscar alternativas. No entanto, as conquistas não se efetivam rapidamente e algumas nunca se concretizaram realmente, marcando um distanciamento entre o discurso e a prática, principalmente no cenário político-administrativo.

Com isso, diz-se que a sociedade civil mobiliza-se em grupos, associações, organizações entre outros. Esses sujeitos se constituem em mediadoras entre a comunidade em geral e o governo e propõem uma forma de participação diferenciada, preenchendo o vazio político produzido pelas tradicionais estruturas partidárias e governamentais. Assim, buscam construir uma sociedade mais inclusiva.

Também os grupos buscam ampliar a democracia, em um sentido mais pluralista, possibilitando a participação de diversos setores da sociedade e sustentam que a crise de representação que se expressa na atualidade é fruto de uma crise nas formas de participação tradicional.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Essas transformações, conforme indica Tétu (2002, p.431), as questões nacionais, as mudanças e as crises da sociedade são, inicialmente, vividas no âmbito local. E repercutem nas conversas do dia-a-dia e são temáticas da imprensa local O autor enfatiza que, embora o largo processo rumo à centralização Estatal que se vivenciou no país, a imprensa conseguiu manter um forte caráter regional, constituindo-se em base de distintas vozes nos discursos das regiões brasileiras. Assim, o trabalho de 2010 é identificar como é refletida a redemocratização no Brasil a partir das páginas do jornal local. Visto que é possível compreender que os meios de comunicação se articulam a um sistema social e ocupam um lugar privilegiado de produção e reprodução do real. Segundo Chaparro (2000), jornalismo é processo social da ação consciente – controlados ou controláveis – que combina fazer e intenções, sendo estas inspiradas nas razões éticas que dão sentido social ao processo. A intenção, no entanto, precisa de um princípio ético ou de um valor moral para escolher e administrar criativamente as técnicas do fazer estético. Sem intenção, que se constituem o controle consciente do fazer, o jornalismo não se concretiza nem como ação social nem como criação cultural.

**Procedimentos metodológicos**

Para efetivar o propósito da pesquisa busca-se fontes jornalísticas, mais especificamente artigos, editoriais e reportagens do jornal *A folha de São Borja*, com o intuito de observar a representatividade lingüística dos enunciados, assim como das estruturas argumentativas mais utilizadas no jornal para articular as representações do processo de redemocratização nos anos 80 no país.

Para a realização deste projeto, a metodologia utilizada está focada na pesquisa de campo qualitativa no jornal impresso da cidade de São Borja. Esta estrutura-se no sentido de tornar explícito o entendimento sobre participação e democracia que se veiculava no jornal naquele momento. O mapeamento restringe-se a um período de tempo que se inicia nos últimos 5 anos da década de 70 e se estende até o final dos anos 80.

O projeto começou no ano de 2009 com a análise da temática sobre o autoritarismo no Brasil, nos anos 60 e 70, com o intuito de construir o referencial teórico básico. Em 2010, levam-se em conta as discussões sobre democracia e

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



os desdobramentos teóricos do tema. O reflexo dessa perspectiva conceitual e teórica na realidade exigirá também a revisão de aspectos relativos ao fazer jornalístico, a produção do discurso, visto que estes são marcos teóricos que contribuem para o entendimento da relação entre produção de sentido e poder.

Para analisar o material será utilizada a análise de conteúdo, porque, segundo Triviños (1995, p.159), é um método que se "presta para o estudo das motivações, atitudes, valores, crenças, tendências e, acrescentamos nós, para o desvendar das ideologias que podem existir nos dispositivos legais, princípios, diretrizes etc., que à simples vista, não se apresentam com a devida clareza".

Também se escolheu essa metodologia, porque, conforme Bauer & Gaskell (2002, p.192), "podemos distinguir dois objetivos básicos da análise de conteúdo ao refletir sobre a natureza tríplice da mediação simbólica: um símbolo representa o mundo; esta representação remete a uma fonte e faz apelo a um público. Através da reconstrução de representações, os analistas de conteúdo inferem a expressão dos contextos (...)". Assim, embora tenha predominado na análise de conteúdo clássica um formalismo estatístico – descrição numérica de algumas características do texto – tem-se utilizado este método, mais contemporaneamente, para aprender os elementos qualitativos do material.

**Considerações finais**

Espera-se com este trabalho, conhecer as representações do processo de redemocratização que foram reproduzidas pelo jornal *A Folha de São Borja,* tendo em vista o posicionamento de apoio e reforço da política autoritária que se manteve no Brasil ao longo da década de 70, enquanto vigorou o regime militar. Esse projeto está vinculado ao Grupo de Pesquisa História da Mídia da Unipampa, campus de São Borja que objetiva mapear a história dos veículos e das pessoas que fizeram e fazem a história da imprensa no Brasil. Para tanto o grupo propõe estudos entre os campos da comunicação e política visando compreender os diferentes aspectos das relações entre público e privado e como estas relações refletem na sociedade como um todo e na mídia a partir da perspectiva histórica.

As décadas de 70 e 80 no Brasil são importantes para a compreensão do desenvolvimento dos meios de comunicação no país. Os processos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



comunicacionais nesse período trazem as marcas da interferência do governo. Para Smith (1997, p.36) "o regime acreditava que uma imprensa fidedigna seria um instrumento importante para garantir o êxito do seu empenho em legitimar-se. [...]".

Diante desse contexto tem-se a implementação de atitudes no fazer jornalísticos que, conforme Romancini & Lago (2007, p.134), foram de prudência e pragmatismo, "para minimizar os eventuais prejuízos da censura ou perseguições da ditadura, empresas como o Jornal do Brasil e a Editora Abril elaboraram, em determinados momentos, normas que, na prática constituíram uma efetiva auto-censura".

Para Abreu (2005) os meios de comunicação no Brasil sofreram interferência do governo não só na sua atuação, impedindo a divulgação de determinadas temáticas, mas também na sua e expansão como veículos de circulação de massa, isto porque foi adotada uma política deliberada de modernização do setor. É diante dessa perspectiva contraditória na sociedade brasileira nos assuntos da comunicação que na cidade de São Borja, no ano de 1970 surge a *Folha de São Borja*, que para a época era o jornal mais estruturado sob o ponto de vista do fazer jornalístico, apresentando regularidade na periodicidade, na tiragem e no projeto gráfico.

**Referências**

ABREU, Alzira. *A mídia na transição democrática brasileira*. Sociologia, Problemas e Práticas, n.º 48, 2005, pp.53-65.

ALVES, Maria Helena. *Estado e oposição no Brasil*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

AQUINO, Maria Aparecida de. *Censura, Imprensa, Estado autoritário (1968-1978)*. Bauru: Edusc, 1999.

BASBAUM, Leôncio. *História sincera da República*: de 1930 a 1960. Vol. 3. São Paulo: Alfa-ômega, 1991.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*: história da imprensa brasileira. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990. V.1.

BAUER, Martin e GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto*: imagem e som: um manual prático. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do jornalismo*: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3. Ed. São Paulo: Summus, 2000.

FAORO, Raymundo. *Os donos do poder*: a formação do patronato político brasileiro. 3. ed. Porto Alegre: Globo, 1976. V.2

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio*: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

IANNI, Octavio. *A ditadura do grande capital*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981. (Retratos do Brasil)

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa.* São Paulo: Scritta Editorial, 1991.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao Sentido. *In:* PORTO, Sérgio. (org.) *O jornal*: da forma ao sentido. Brasília: UNB, 2002.

MOTTA, Marly. *JK e as eleições presidenciais de 1960*. Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv.br/nav_jk/htm/O_Brasil_de_JK/JK_e_as_eleicoes_presidenciais_de_1960.asp>. Acesso: 30 de nov. de 2008.

RESENDE, Lino. *A censura contra a cidadania: o caso do Brasil*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=17>. Acesso: 23 de ago. de 2008.

ROMANCINI, Richard & LAGO, Claudia. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

SCHWARTZMAN, Simon. *Bases do autoritarismo brasileiro*. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1988.

SKIDMORE, Thomas. *Brasil*: de Castelo a Tancredo. 4.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

TÉTU, Jean-François. A informação local: espaço público local e suas mediações. *In:* PORTO, Sérgio. (org.) *O jornal*: da forma ao sentido. Brasília: UNB, 2002.

TRIVIÑOS, Augusto. *Introdução à pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: Atlas, 1995.

## 5. As páginas da resistência. Mayoría: Imprensa engajada pela liberdade.

*Marco Antônio Vargas Villalobos / PUCRS*

(marco.villalobos@pucrs.br)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Durante doze anos, a partir de 27 de junho de 1973, o Uruguai viveu sob uma severa ditadura. A partir da Escandinávia a resistência utilizou outros métodos além da luta armada. No âmbito de reação à ditadura, tendo como objetivo: informar e mobilizar grande parte da população que voltava às ruas em protestos, publicações oposicionistas cumpriram importante missão. Entre elas, destaca-se o quinzenal Mayoría, editado por uruguaios. Neste contexto, desde a Suécia, o jornal agiu como um propagandista importante para oposição levando informação para os milhares de uruguaios exilados nos cinco continentes bem como revelando situações proibidas pela censura para os leitores do país onde entrava clandestinamente procedente da Argentina e do Brasil.

**Palavras-chave**: Ditadura; Uruguai; Jornalismo de Resistência; Exílio.

## Introdução

De 1973 até 1985, o Uruguai enfrentou uma violenta ditadura. O regime cívico-militar interrompeu um longo período de respeito à Constituição e estado de bem-estar social vividos pelo país desde o início do século XX. Milhares de pessoas foram presas, torturadas[21] e pelo menos 10 % da população, viu-se obrigada a partir para o exílio.[22]

Internamente, no período conhecido como a "ditadura constitucional" entre 1968 e meados de 1973, os militares que sustentaram o sistema e os Tupamaros que representaram a resposta radical da oposição, travaram uma luta violenta, embora, ao longo do caminho, tivesse havido algumas situações e mesmo, negociações, que poderiam ter levado a algum tipo de entendimento.

---

[21] Segundo dados da Anistia Internacional, somente entre 1972 e 1976, mais de 40 mil pessoas foram detidas em prisões e quartéis. Um habitante em cada 100 foi torturado, e um em cada 500 processados pela justiça militar. Um levantamento do Servicio de Paz y Justicia do Uruguay (Serpaj) demonstra que, em 12 anos de ditadura, comprovadamente, 32 pessoas morreram vítimas de procedimentos criminais por parte do estado, na prática, morte sob tortura, além disso, pelo menos 48 uruguaios morreram em choques armados com as forças de segurança (SCOTT, Myers. *Los años oscuros. 1967-1987*. 1997, p.152).

[22] Observam-se variações nos dados sobre o êxodo de uruguaios. As pesquisas apontam que, por motivos econômicos, e posteriormente, por questões políticas, 218 mil pessoas deixaram o país entre 1963 e 1975. Mas existem pesquisas que apresentam números mais impressionantes, garantindo que, entre 1970 e 1985, até 390 mil uruguaios deixaram o país. Qualquer que seja, no entanto, o levantamento utilizado, o certo é que aproximadamente 10% da população uruguaia abandonaram o país neste período (WONSEWER, Israel et al. *La emigración uruguaya-1963-1975*. 1985, p.52. FORTUNA, Juan Carlos et al. *Uruguay y la emigración de los 70.* 1988, p.15).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Mas a resistência utilizou outros métodos além da luta armada. No âmbito de reação à ditadura, tendo como objetivo: informar e mobilizar grande parte da população que voltava às ruas em protestos, publicações oposicionistas cumpriram importante missão. Entre elas, destaca-se Mayoría, um quinzenal editado na Suécia que atingiu agudamente as bases do regime.

**Imprensa Calada. Imprensa Engajada.**

A metodologia utilizada para elaboração deste trabalho implicou:

- Levantamento e estudo de uma bibliografia básica sobre as questões históricas, políticas e sociais do Uruguai e América Latina.
- Exame, na hemeroteca da Biblioteca Nacional em Montevidéu, das principais publicações periódicas do período ditatorial.
- Análise das 46 edições do jornal quinzenal *Mayoría*, editado na Suécia, a fim de cruzar as suas matérias com os acontecimentos internos uruguaios, de 1982 a 1984.
- Coleta de depoimentos de protagonistas do período em tela, quer na oposição até mesmo armada, quer na base de sustentação político militar dos mais de 12 anos de ditadura. A utilização do recurso à história oral visou estabelecer um contraponto à pesquisa empírica.

Em Outubro de 1976, o diário La Mañana de Montevidéu teve sua edição confiscada por um dia pelas autoridades. O motivo escancara o tipo de controle enfrentado pelos veículos de comunicação. Dessa vez, nada era relacionado a declarações de oposicionistas. Para o Conselho de Segurança Nacional, nem mesmo o Presidente da República estava livre de um férreo controle. A declaração de Aparício Mendez era uma crítica ao Partido Democrata americano e suas lideranças "con Kennedy a la cabeza, es el mejor aliado de la sedición".

O cerco sobre a informação se fechava e nem mesmo as agências estrangeiras foram poupadas. Em outubro de 1973 um decreto exigiu que os escritórios radicados no país que remetiam notícias para o exterior, deveriam entregar todos os despachos que se referissem ao Uruguai ao Ministério do Interior.

O significado dessas medidas sobre a imprensa pode ser medido ao constatar-se o que sempre representou a liberdade de expressão no Uruguai:

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



> La libertad de pensamiento por medio de la prensa tiene raíces muy antíguas en el país. Ya un decreto de 26 de octobre de 1811- antes del surgimiento institucional de la nación, consagraba el princípio de la libertad de escribir. Las sucesivas Constituciones a partir de la de 1830 recogieron y perfeccionaron este derecho y el más amplio de la libertad de opinión.[23]

No Uruguai onde a previsão do tempo causava problemas com a censura[24] era praticamente impossível a existência da imprensa de oposição. Restavam, para furar o bloqueio, publicações que denunciavam ao mundo a ditadura em um país que fora denominado um dia de Suíça da América Latina.

**Do Uruguay para o mundo. A trajetória de um jornalista libertário.**

Em 9 de julho de 1973, jornalistas do Diário Comunista, El Popular completavam 12 dias de greve geral em protesto contra o golpe. Em frente ao antigo prédio localizado na principal avenida de Montevidéu, a 18 de Julio, acontecia a primeira manifestação pacífica de repúdio ao novo regime, dispersada após a repressão das forças de segurança. Um pouco depois a redação dos jornais transformou-se no alvo dos militares. Ao cair da noite começaram a chegar veículos blindados e tropas que cercaram e invadiram todas as dependências do diário. Após a invasão, El Popular enfrentou a suspensão de pelo menos 30 edições antes de seu fechamento definitivo em 28/11/1973.

Rodolfo Porley Corbo era um dos jornalistas que se encontrava na redação invadida pelos militares. Natural de Durazno onde nasceu em 1946, começou a trabalhar na imprensa com 17 anos, fazendo parte da ANI, primeira e única agência noticiosa nacional uruguaia. A partir de 1966 entrou para os quadros de El Popular onde pouco depois criou a crônica jurídico-policial.

Em 26 de dezembro de 1975, o cronista passou a fazer parte da assustadora estatística dos seqüestrados por motivos políticos. Um comando militar invadiu sua casa levando-o à força para o galpão do Servício de Material y

---

[23] LERIN et al. *Historia política de la dictadura uruguaya. 1973-1980.* 1987, p.85.

[24] O jornalista Alberto Silva, que até 1974, antes de partir para o exílio trabalhava na rádio CX 30, a única que se colocava abertamente em oposição ao regime, havia momentos baixava ao nível da galhofa, como as chamadas proibições às informações consideradas como de mentalidade negativa: Por ejemplo: "Sí alguien dijese en la radio que hoy estaba demasiado frio, esto podría ser interpretado como una medida negativa que podría provocar el mal humor de la población. Entonces, por las dudas, era necesario decir: frio, pero no mucho. Hay países que están peores". (Depoimento prestado ao autor em 28/04/2009)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Armamento do Comando General del Ejército. Ali Porley foi mantido com os olhos vendados sofrendo torturas durante 149 dias:

> Yo sufrí torturas desde el submarino, plantones colgados con choques eléctricos en los testículos, h as ta largos períodos tirados sobre viejos ponchos militares en el piso,. Sufrí una especie de parálisis o omposibilidad de estar de plantón o caminar casí todo esse período,en que deben de haber haber desfilado cientos de otros torturados.[25]

Três anos e cinco meses após a prisão, em 22/04/1979, Porley foi libertado tendo como única opção, deixar o país rumo à Suécia.

A nova fase profissional do jornalista exilado estava intimamente ligada ao que ocorria a milhares de quilômetros no Uruguai. Para garantir informação aos milhares de compatriotas espalhados pelo mundo, foi criado o jornal Mayoría com uma equipe que não superava dez pessoas.

Tecnicamente, o jornal poderia ser definido como um periódico quinzenal com espírito de diário. Compacto, regular, com 20 páginas e média, e eventualmente com extras de 4 a 8 páginas. A publicação era em formato tablóide, fotocomposto e editado em off-set na oficina, em Estocolmo. O jornal com tiragem de 4 a 10 mil exemplares por edição teve alcance internacional com envio via aérea para assinantes em 84 cidades de 45 países dos cinco continentes.

Do ponto e vista político, apresentava-se como uma publicação de expressão democrática antifascista. Participavam comunistas e aliados, mas nem um grupo poderia ditar as regras ideológicas. Mayoría procurava oferecer a informação máxima que vinha do país através de denúncias, de apoio às lutas populares, valorizando a reflexão sobre os elementos de valores democráticos, incorporando notícias do mundo e de todo esforço organizado contra a ditadura. Todas as forças que lutaram contra a exceção tinham espaço garantido, até mesmo os partidos tradicionais.

> En el mayor puerto atlántico en el sur de Suecia, Mälmo, fue registrada expériencias de tripulantes uruguayos de mercantes que expresaban conmoción y sopresa por la riqueza del panorama uruguayo que presentabanos, al que no tenían acceso completo por ningún otro medio.[26]

---

[25] Análisis del expediente de la Justicia Militar sobre tres años y cuatro meses de malos tratos físicos y sicológicos en cuatro establecimientos militares.

[26] Depoimentos prestados ao autor (Montevidéu, 27/07/2009).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Mayoría surgiu no momento em que a crise econômica, somada ao inconformismo de grandes setores da população com a falta de liberdade, ajudavam a enfraquecer o esforço do regime militar para ambientar uma nova sociedade. O projeto político-econômico dava sinais inequívocos de que estava desgastado.

Esta situação projetava-se para as ruas. Como se fosse um gás, a insatisfação começava a se expandir. O espaço encontrado forma as ruas, especialmente as de Montevidéu. Neste contexto, desde a Suécia, Mayoría agiu como um propagandista importante para oposição levando informação para os milhares de uruguaios exilados nos cinco continentes bem como revelando situações proibidas pela censura para os leitores do país onde entrava clandestinamente procedente da Argentina e do Brasil.

Três dias antes da primeira grande manifestação popular depois de 10 anos, no dia do trabalho de 1983, o jornal apresentou como manchete:

EL PUEBLO A LA CALLE EL DIA PRIMEIRO[27]

Dois dias depois do protesto, mesmo sendo um quinzenal, deu um exemplo de agilidade jornalística abrindo uma edição extra com a manchete:

EL PUEBLO GANÓ LA CALLE EL 1.ro DE MAYO EN URUGUAY.

EL MAYOR MITIN DE LA HISTORIA.[28]

Sempre acompanhando de perto a situação uruguaia em suas sucessivas edições, o jornal realiza sua maior cobertura quando chega 27 de novembro de 1983, e com ele o fim de qualquer dúvida sobre o estado de espírito da população. Na maior concentração humana vista até então no Uruguai, 400 mil pessoas reuniram-se em frente ao obelisco existente no início da avenida 18 de Julio, a principal de Montevidéu, para exigir a volta da democracia.

O desgaste da política governamental fazia com que houvesse abrandamento da repressão. A ditadura afrouxava o controle e a população a cada dia ganhava as ruas. A confiança da oposição aumentava e, contrariando as diversas advertências do Ministério do Trabalho, o Plenario Intersindical de Trabajadores (PIT) convocou uma greve geral de 24 horas no dia 18/01/1984.

O sucesso da greve pôde ser associado ao trabalho crítico-jornalístico de Mayoría que atingiu seu grande momento, obtendo a certeza de estar cumprindo

[27] Mayoría, n.6, na edição de 28/04/1983, Estocolmo.
[28] Mayoría, edição extra de 03/05/1983, Estocolmo.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



sua missão. O reconhecimento de sua importância, ao contrário do que possa se pensar, não partiu de setores da oposição e sim do próprio governo.

Com a intenção de diminuir a mobilização para greve geral, o Ministro do Trabalho, Coronel Néstor Bolentini, convocou uma rede de rádio e televisão. Na ocasião acusou a orquestração de vários protestos contra o regime promovido no exterior pelo periódico. À noite, durante 25 minutos, os uruguaios ficaram sabendo que a pequena publicação, editada na Suécia, causava grandes preocupações para ditadura. No outro dia, Mayoría virou notícia na grande imprensa uruguaia:

> Referiéndose a la huelga general el Coronel dice que no era con violencia que debían solucionarse los problema salariales y sin con diálogo y comprensión. El Ministro señalo que este tipo de manifestación sindical era programado desde el exterior. Y sobre eso citó una publicación editada en Suecia en el mes de noviembre. "En una publicación de Estocolmo – se digo bien, de Estocolmo- del 24 de noviembre de 1983 que se denomina MAYORÍA, número 20, se esta adelantando en noviembre lo que está pasando para el próximo 18, es un paro general a que estudió,organizó, y se decidió en el extranjero. Dice así esa publicación Mayoría: Cuarta jornada con partidos legales y el Frente Amplio unidos, com sindicatos, obreros y gremios estudantiles.[29]

Mayoría teve a prova de sua eficácia, ao trazer a ditadura para arena da discussão pública. Foi assim até um mês antes da vitória do candidato Julio Maria Sanguinetti nas eleições presidenciais de 25/11/1984. Com a volta do poder civil eleito diretamente, Mayoria considerou concluído seu ciclo Na guerra contra ditadura, o jornal serviu como o fio condutor de informações esperanças para milhares de uruguaios espalhados por todo mundo e também os que viviam amordaçados pela censura reinante no país.

Por paradoxal, este foi o jornal que teve seu fechamento comemorado. Para o jornalista argentino Mario Quintana:

> Este cierre de Mayoría es una maravilla. Jamás vi un cierre tan festejado como este, espléndido, com la alegria de tener cercano el momento de volver, com los titulos que el exílio há dado para poder aportar en nuestros países.[30]

---

[29] El País, edição de 17/01/1984, Montevidéu.
[30] Boletim da Agência Nueva Voz, edição de 18/10/1984.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O jornalista uruguaio Hector Vernego, da equipe da Rádio Latina, que funcionava no sul da Suécia, também destacou com alegria o enceramento das atividades de Mayoría:

> A todos, especialmente a los que han trabajado nos queda un sabor muy dulce de saber que esa prédica de Mayoría ya há sido estar de cara al Uruguay y de frente al Uruguay.Es una de las pocas veces que los periodistas nos reunimos para festejar el cierre de un periódico.[31]

O fechamento de Mayoría, muito mais do que marcar apenas o fim das atividades de um jornal, representou um novo momento; o reencontro de milhares de uruguaios com seu país, abandonado há muitos anos em função do flagelo do exílio. A importância dessa volta pode ser medida pela própria manchete na qual a publicação comunicou a seus leitores que a missão estava cumprida: CERRAR PARA VOLVER ES EXISTIR PARA SIEMPRE.

**Referências**

ALFONSO, Alvaro. *El reves de la trama*. La historia secreta de la salida de la dictadura. Montevidéu: Fin de Siglo, 2001.

ASTORI, Danilo. *El Uruguay de la dictadura (1973-1985)*. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1996.

BRUSCHERA, Oscar. *Las décadas infames*. Analisis políticas. Montevidéu: Linardi y Risso, 1986.

CAETANO, Gerardo; RILLA, Jose. *Breve historia de la dictadura*. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1991.

_____. *Historia contemporanea del Uruguay*. De la colonia al mercosur. Montevidéu: Fin de Siglo, 1994.

FORTUNA, Juan Carlos et al. *Uruguay y la enmigración de los 70*. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1988.

GERARDO, Caetano; RILLA, José. *Breve historia de la dictadura*. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1991.

HUIDOBRO, Eleutério. *Historia de los Tupamaros*. Tomo 1: Las orígenes. Montevidéu: TAE, 1986.

[31] Boletim Rádio Latina, edição de 19/10/1984.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



_____. *Historia de los Tupamaros*. Tomo 2: El nacimiento. Montevidéu: TAE, 1986.

_____. *Historia de los Tupamaros*. Tomo 3: El MLN. Montevidéu: TAE, 1996.

LA REPÚBLICA. *A 20 años de la oscuridad*. El pueblo oriental a la humanidad. Montevidéu: Editora la República, 1993.

LERIN, François; TORRES, Cristina. *Historia política de la dictadura uruguaya*. 1973-1980. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1987.

LESSA, Alfonso. *Estado de guerra*. De la gestación del golpe de 73 a la caída de la democracia. Montevidéu: Fin de Siglo, 1996.

LEV, Leon et al. *La huelga general*. El 9 de julio. El asalto a el Popular. Montevidéu: Popular, 1990.

NAHUM, Benjamín et al. *El fin del Uruguay liberal*. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1997.

_____. *Manual de historia del Uruguay*. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1999.

PANIZZA, Francisco. *Uruguay*: Batllismo y después. Pacheco, militares y Tupamaros en la crisis del Uruguay Batllista. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1990.

QUIJANO, Carlos. *Los golpes de estado (1973)*. Montevidéu: Editora da Camara de Representantes, 1987.

RICO, Alvaro et al. *La caida de la democracia*. Cronologia comparada de la historia reciente del Uruguay. 1967-1973. Montevidéu: Fundación de Cultura Universitaria, 1991.

_____. *La resistencia a la dictadura*. 1973-1975. Montevidéu: Editorial Problemas, 1989.

SCOTT, Myers. *Los años oscuros*. Montevidéu: Editorial Latina, 1979.

WONSEWER, Israel et al. *El desarrollo económico nacional*. Montevidéu: Edictora de la Universidad de la República, 1960.

_____. *La enmigración uruguya*. Montevidéu: Ediciones de la Banda Oriental, 1985.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 6. Imprensa e partidarismo no RS: Ideais da Monarquia e da República em A Reforma e A Federação

*Luiz Antônio Farias Duarte / UNISINOS e PUCRS*

(lafduarte@hotmail.com)

Este trabalho busca refletir sobre os papéis desempenhados pelos jornais porto-alegrenses A Reforma e A Federação como instrumentos de duas facções em luta pelo poder nos anos finais do Século XIX – a monarquista, liderada por Gaspar Silveira Martins, e a pró-República, por Júlio Prates de Castilhos. Surgidas na segunda metade dos anos 1800, ambas publicações alinham-se ao chamado jornalismo publicista, que antecedeu sua prática informativa hoje hegemônica.

**Palavras-chave**: Jornalismo; Mídia e Política; História da Imprensa; Imprensa no RS.

### Introdução

Parte-se, neste trabalho, da ideia compartilhada por diversos pesquisadores e historiadores de que A Reforma e A Federação constituem no conjunto um marco do período de consolidação da imprensa gaúcha. Para tais fontes[32], essa fase, intermediária, sucedeu a iniciada com o surgimento da primeira publicação, o Diário de Porto Alegre (1827), encerrada com os jornais pós-Revolução Farroupilha; e antecedeu a fase moderna inaugurada com o Correio do Povo (1895).

Da Silva, Clemente e Barbosa (1986), proponentes da periodização[33] acima descrita, desenvolveram aprofundado estudo sobre cada uma das publicações surgidas no Rio Grande do Sul a partir de 1827. Com base nesse levantamento, eles indicam o ano de 1852 como o inicial da fase de consolidação, em que aparecem os jornais O Grátis (Pelotas), Der Colonist (Porto Alegre), Correio do Sul (Porto Alegre), A Voz do Povo (Porto Alegre) e A União (Porto Alegre). Esses autores dividem a consolidação em três subfases, a segunda delas

[32] Como Bahia (1990) e Sodré (2004), nacionalmente; e Hohlfeldt (2006) e Rüdiger (2003) em âmbito regional.

[33] Fase inicial: 1827 a 1844; fase de consolidação: 1852 a 1884 e fase moderna: 1896 à atualidade.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



limitada exatamente pelas datas dos aparecimentos de A Reforma, em 16 de junho de 1869 e de A Federação, em 1º de janeiro de 1884[34].

Concentrando a atenção do presente estudo no espaço de tempo intermediário da fase de consolidação da imprensa gaúcha, importa ressaltar que no de 1869, em que apareceu A Reforma, vivia-se no Brasil sob o regime monárquico, com Dom Pedro II de imperador e chefe de Estado; e conservadores e liberais alternando-se na condução do Governo. É na condição de oposição à administração federal que os liberais implantaram A Reforma em Porto Alegre, sob a liderança de Gaspar Silveira Martins[35], figura já então proeminente e em ascensão na vida pública nacional. Assim apresenta-se a nova publicação:

> Esta província, pela sua riqueza, ilustração e sacrifício de sangue gloriosamente derramado pelo honra e integridade nacional, tem dirigido a posição que deve assumir nestes movimentos de dolorosas provações que atravessa o Brasil (...). A Reforma ou a Revolução! A este trabalho inspirado no patriotismo ante as angústias da pátria e a aflição da alma popular, ao sentir a pressão do poder que despedaçou as instituições, que farão conquistados pelos antigos patriotas à custa de tantos sacrifícios, de tantas provocações, de tantos infortúnios, responde o partido liberal d'esta nobre província conclamando: - A Reforma!

Embora desde 1860 o ideal republicano já circulasse com crescente adesão pelo Brasil, seus adeptos não passavam então de uma força emergente na política nacional e estavam ainda muito restritos aos segmentos militares e estudantis. A Reforma apareceu e cresceu, assim, pelos 15 anos seguintes, dedicada ao diletantismo liberal, passando, no período, de oposição à situação, com a substituição de gabinetes de governo e a condução de Silveira Martins ao Ministério da Fazenda e ao Governo da Província.

Em 1883, porém, o congresso do ascendente Partido Republicano Rio-Grandense decidiu pela implantação de uma publicação própria. Surgia assim A Federação em 1º de janeiro do ano seguinte, tendo entre seus idealizadores o

---

[34] A terceira subdivisão da fase de consolidação proposta pelos três autores abrange os anos de 1885 a 1895, tendo como marco final a implantação do Correio do Povo.

[35] Silveira Martins (1834-1901): Deputado, senador, grande tribuno. Foi ministro da Fazenda da Monarquia e era o presidente da Província quando da proclamação da República, sendo extraditado para a França. Liderou a Revolução de 1893. Morreu no exílio, em Montevidéu.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



jovem político Júlio Prates de Castilhos[36]. O Império era o adversário a ser combatido, e isso incluía liberais e conservadores, desde que monarquistas. O confronto entre republicanos e monarquistas fez-se pelas páginas de ambos jornais pelos cinco anos seguintes, até a República ser proclamada em 15 de novembro de 1889, tendo continuidade a partir da mudança do regime, apenas com a inversão de posições.

O novo jornal regia-se pelo programa aprovado no congresso do ano anterior, contendo no total seis artigos, o primeiro dele dividido em quatro parágrafos definidores da "missão principal" da "folha oficial do Partido Republicano Rio-Grandense" – incluindo discutir e sustentar o programa republicano para o Brasil, operar dentro da legalidade para a vitória do partido, expor, sustentar e promulgar ideias filiadas ao sistema federativo e "representar na publicidade o partido republicano e produzir sempre a defesa de seus atos" (citado em BAKOS, 2006, p.17).

**Procedimentos metodológicos**

Como se pode observar da abordagem já descrita na Introdução deste estudo, se está trabalhando aqui com uma metodologia que aproxima as pesquisas bibliográfica e documental, acrescida da contextualização sócio-histórica tal como proposta por Thompson (2002) em sua Hermenêutica de Profundidade. Neste último caso, como instrumento de associação dos conteúdos sob exame com a realidade de tanto tempo atrás, para que sua interpretação não seja por demais contaminada.

Conforme Thompson (2002), a Análise Sócio-Histórica reconstrói as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas; examina regras, convenções, relações sociais, instituições, distribuição de poder, recursos e oportunidades. Para o autor do método da Hermenêutica de Profundidade, chega-se à Análise Sócio-Histórica examinando:

- As Situações Espaço-Temporais – locais em que as formas simbólicas são produzidas, circulam e são recebidas; tempo e modo como isso acontece.

[36] Júlio de Castilhos (1860/1903). Principal liderança republicana gaúcha, presidiu o Estado entre 1891 e 1898, período no qual foi destituído, enfrentou a Revolução de 1893 e voltou ao poder. Morreu aos 43 anos, durante traqueotomia para retirada de tumor da laringe.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



- Os Campos de interação – espaços, posições, trajetórias determinantes das relações pessoais.
- As Instituições sociais – conjuntos relativamente estáveis de regras e recursos juntamente com as relações sociais estabelecidas por eles.
- A Estrutura social – assimetrias, diferenças e divisões entre as instituições sociais e suas relações.
- Os Meios técnicos de construção e transmissão de mensagens – proporcionadores de intercâmbio de formas simbólicas entre as pessoas: voz no contato face a face, meios impressos, telégrafo, ondas de rádio, televisão, rede de computadores, etc.

A partir dos ensinamentos de Thompson (2002) e tendo A Reforma e A Federação como objetos de estudo, elaborou-se a Análise Sócio-Histórica identificada no quadro a seguir, como ponto de partida para a posterior interpretação dos fatos. O conteúdo abaixo tem por referência o surgimento de A Federação – com A Reforma, portanto, já completando uma década e meia de existência.

| Análise sócio-histórica | Brasil | A Reforma | A Federação |
|---|---|---|---|
| **Situações espaço-temporais** | Monarquia, Porto Alegre. | Surge em 1869 como órgão do Partido Liberal do RS. | Surge em 1884 como jornal de sustentação partidária. |
| **Campos de interação** | Lideranças políticas. | Posicionamento partidário. | Posicionamento partidário. |
| **Instituições sociais** | Monarquia, Palácios, órgãos legislativos no Brasil e no RS. | Buscando legitimar-se como órgão de oposição aos conservadores – e, mais tarde, à República. Reconhecimento x enfrentamento. | Buscando legitimar-se como órgão de oposição à Monarquia. Reconhecimento x enfrentamento. |
| **Estrutura social** | Domínio masculino, população rural e predominantemente analfabeta. | Sem proposta transformadora, luta por espaços no poder. | Proposta de ruptura. Ditadura dos esclarecidos (Positivismo). |
| **Meios técnicos de transmissão** | Imprensa como mídia exclusiva. | Espaço próprio já consolidado. | Buscando espaço próprio. |

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Fundamentação teórica**

Sustentam teoricamente este exercício acadêmico os estudos sobre as relações entre a Comunicação e a Política, aqui tratados em sua relação com a História.

Imprensa e poder estão relacionados no Brasil desde a sua gênese como Estado Nacional (ALVES, 2000, p.9), inclusive no tardio aparecimento de periódicos no País[37], como efeito do temor da Coroa por agitações na Colônia.

No Rio Grande do Sul o aparecimento Diário de Porto Alegre teve patrocínio do Governo Estadual. Na sequência surgiram dezenas de publicações, levando os já citados Da Silva, Clemente e Barbosa a afirmarem que "a história da imprensa gaúcha não deixa de ser (...) a história da evolução política e também social do Rio Grande do Sul". (1986, p.124) Quando da implantação d'A Reforma e d'A Federação, os gaúchos já haviam percorrido um período histórico marcado pelo Movimento Farroupilha (1835/1845)[38], com publicações pró e contra a revolução, dentro do que se convencionou chamar *jornalismo publicista* – de propaganda de ideais. (RÜDIGER, 2003)

A propósito do período farroupilha, Alves (2000) considera que os conflitos de ideias, alimentado através dos jornais da época, foi fundamental para o desenvolvimento da imprensa gaúcha. A polêmica entre legalistas e revolucionários de 1835 a 1845 deu origem a futuras publicações vinculadas a partidos políticos ainda na província, argumentam Da Silva, Clemente e Barbosa: "O Partido Conservador, com um jornal de mesmo nome; o Partido Liberal Histórico, com A Reforma; e o Partido Republicano Rio-Grandense, com A Federação". (1986, p.67)

"Entre as províncias que, primeiro, sentiram os bafejos do jornalismo militante, é sabido que se sobressaiu a do Rio Grande do Sul", avalia SCHNEIDER. (1962, p.85) Para o autor, entre os gaúchos essa tendência se expandiu "como uma válvula de segurança e à guisa de enseada do proselitismo político, galvanizado pela crescente efervescência democrática". (Idem)

---

[37] O oposicionista Correio Braziliense e a oficial Gazeta do Rio de Janeiro são os primeiros jornais brasileiros, ambos surgidos em 1808, ano em que a família real portuguesa se transferiu para o Brasil. A imprensa brasileira apareceu, assim, com quase três séculos de atraso.

[38] Movimento armado de oposição ao Governo Central, que se prolongou por 10 anos e foi marcado pela proclamação da República Rio-Grandense, revogada em 1845 com a pacificação das facções.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Ainda que integrantes do que aqui se está abordando como parte da fase de consolidação da imprensa no Rio Grande do Sul, os jornais do Partido Liberal[39] e do Partido Republicano mantiveram-se alinhados à vocação publicista, priorizando os interesses particulares - das agremiações a que estiveram vinculados - aos interesses públicos. Em nome dessa fidelidade, ambos valorizaram o que consideravam méritos próprios e os defeitos dos adversários, para realçá-los em benefício próprio.

Foi assim sempre para ambas publicações, mas especialmente nos momentos cruciais da disputa política, como nos casos da Proclamação da República, em 1889 – razão de ser d'A Federação – e da chamada Revolução Federalista de 1893/95 – tentativa dos partidários de Silveira Martins de voltarem ao poder, ainda que sob novo regime.

**Considerações finais**

A Reforma nasceu em 1869 como órgão do Partido Liberal do Rio Grande do Sul e instrumento de disputa pelo poder. Desenvolveu essa vocação, primeiro, internamente, na Monarquia, enfrentando o Partido Conservador, ora na Oposição, ora assumindo o Governo.

Em 1884, 15 anos após o seu surgimento, o jornal liberal passou a sofrer a competição da A Federação, órgão do Partido Republicano Rio-Grandense, força coadjuvante que gradualmente foi se tornando protagonista da cena política regional.

O advento da República encontrou o principal líder do Partido Liberal gaúcho no exercício do poder máximo – o governo da Província – e, portanto, A Reforma como jornal oficioso e A Federação como veículo de oposição.

A ruptura político-institucional no País refletiu-se no Rio Grande do Sul, com a inversão de posições entre os dois partidos e seus respectivos órgãos de imprensa. Começam as disputas internas pelo poder entre os republicanos gaúchos.

A prisão e o exílio de Silveira Martins tiveram tratamento diverso das duas publicações, com A Reforma considerando-os um ultraje e A Federação defendendo a sua legalidade.

[39] Após a República o Partido Liberal passou a chamar-se Partido Federalista.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Com a assunção de Júlio de Castilhos ao poder no Rio Grande do Sul, os liberais, contando com o reforço de seu jornal, acentuaram sua oposição e lograram destituí-lo, ainda que temporariamente. Quando de seu retorno ao Governo, organizaram a Revolução de 1893, marcada por muita violência entre as duas facções, período em que as discussões pelas páginas dos dois diários naturalmente concentraram atenções.

Consolidada a República, inclusive com adesões entre os antigos monarquistas, tornou-se inviável a manutenção de A Reforma pelo sistema anterior de subvenções partidárias e o jornal deixou de circular definitivamente em 1912. O jornal e o Partido Liberal haviam perdido em 1901 Silveira Martins, sua principal liderança, com evidentes reflexos sobre sua viabilidade.

A Federação, após sustentar seu embate com A Reforma por quase três décadas, concentrou sua atuação nas disputas internas entre os republicanos nos âmbitos regional e nacional. Dissidências internas tornaram antigos "amigos" em "traidores".

Tal como A Reforma adaptou-se aos tempos evoluindo de órgão do Partido Histórico Liberal no Século XIX para órgão do Partido Republicano Liberal nos anos 1900, A Federação também alterou sua denominação original. De órgão do Partido Republicano no período das disputas com a Monarquia, passou a órgão do Partido Republicano Liberal, composição tornada possível a partir de 1930, com a aproximação das facções gaúchas em torno da candidatura de Getúlio Vargas à sucessão presidencial, o que incluiu eleições uma nova revolução.

À luz do que foi levantado nas pesquisas bibliográfica e documental e consolidado com a metodologia e a fundamentação teórica, permite-se considerar que tanto A Reforma quanto A Federação entregaram-se a esse jogo de interesses, fazendo predominar os particulares sobre os públicos, para cujo objetivo não hesitaram em valorizar as ações próprias e ignorar e até ridicularizar as dos adversários. Tal comportamento, porém, não apenas era frequente na imprensa brasileira da época, como justificado pelos seus patrocinadores e aceito pelos leitores.

**Referências**

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



ALVES, Francisco das Neves. *Imprensa gaúcha*. História, historiografia & política Rio Grande: FURG, 2000.

_____. (org.). *Imprensa & história no Rio Grande do Sul*. Rio Grande: FURG, 2001.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. História da Imprensa Brasileira. S. Paulo: Ática, 1990.

BAKOS, Margaret. (org.). *Júlio de Castilhos*. Positivismo, Abolição e República. Porto Alegre, Edipucrs, 2006.

DA SILVA, Jandira M. M; CLEMENTE, Elvo e BARBOSA, Eni. *Breve histórico da imprensa sul-rio-grandense*. Porto Alegre: Corag, 1986.

HOHLFELDT, Antonio. *A imprensa sul-rio-grandense entre 1870 e 1930*. Disponpivel em: <www.compos.org.br/e-compos>. Acesso em: dez. de 2006.

RÜDIGER, Francisco. *Tendências do Jornalismo*. Porto Alegre: Editora da Universidade, 2003.

SCHNEIDER, Edgar Luiz. *Imprensa Sul-Rio-Grandense nos Séculos XIX e XX* – Separata de Fundamentos da Cultura Rio-Grandense. Porto Alegre: Gráfica da URGS, 1962.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

THOMPSON, John. *Ideologia e cultura moderna*. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 2002.

## 7. As práticas jornalísticas e a legislação eleitoral

*Lucélia Schirrmann*

(luceliasschirrmann@hotmail.com)

*Maria Alice Bragança*

(alice_braganca@hotmail.com)

*Paula Casari Cundari / Feevale*

(paulacc@feevale.br)

Este estudo pretende contribuir para uma maior compreensão sobre as práticas jornalísticas, focalizando a pesquisa nas questões que envolvem a imprensa e o poder judiciário, especificamente, o exercício das liberdades da

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



comunicação social e a legislação eleitoral. A finalidade foi compreender os limites impostos aos conteúdos jornalísticos pela legislação eleitoral. Os casos analisados revelam aspectos da relação dos conteúdos jornalísticos com a interpretação da legislação eleitoral e definições desta lei para os meios de comunicação. O estudo seguiu a metodologia qualitativa, buscando apoio na interlocução entre Comunicação e Direito, com o suporte teórico de Carlos Eduardo Lins da Silva (2002), Neusa Demartini Gomes (2000), Edilsom Pereira de Farias (2000) e Francisco Gaudêncio Torquato do Rego (1985), entre outros autores.

**Palavras-chave**: Liberdades da Comunicação Social; Conteúdos Jornalísticos; Legislação Eleitoral.

## Introdução

O tema principal está relacionado às práticas jornalísticas e a legislação eleitoral. O interesse em pesquisar sobre Comunicação e Direito tem seu fundamento na sinergia entre as áreas fundamentais em uma sociedade democrática, responsáveis por garantir o acesso social à informação.

Além disso, 2010 é um ano de eleições presidenciais e a observação sistemática dos fenômenos das duas áreas do conhecimento justifica-se pela relevância da questão, tendo como ponto de partida as dúvidas surgidas nas eleições municipais de 2004. Havia um clima de desorientação, devido à ausência de especificidade sobre que tipo de conteúdo jornalístico e até mesmo publicidade era possível publicar ou difundir antes do período da campanha eleitoral - especialmente nos meses que antecedem o período de campanha autorizado por lei, o qual se inicia em 05 de julho de cada ano. No ano 2008, em razão da maior aplicabilidade da legislação eleitoral, assim como aumento de fiscalização entre os próprios candidatos e intensiva preocupação por parte dos meios de comunicação social, especialmente os meios impressos, esta realidade ficou mais grave ainda, ao ponto de se gerar autocensura.

Na capital do estado de São Paulo, foram encontrados casos emblemáticos que subiram até o TSE, durante pesquisa na página oficial que a instituição jurídica TSE mantém na internet. Lá, na véspera do pleito de 2008, a candidata Marta Suplicy, e os meios de comunicação social impressos Folha de São Paulo e revista Veja São Paulo tiveram que travar uma batalha judicial para

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Marta não ser cassada antes mesmo que iniciasse o período de campanha eleitoral e para que todos eles não tivessem que honrar o pagamento das multas de altos valores a que foram condenados na primeira instância. Dessa forma, entendeu-se que examinar o conflito entre esses dispositivos seja uma questão de relevância acadêmica.

**Breve histórico da legislação eleitoral**

A abertura política trouxe maior número de partidos e, por consequência, mais candidatos, a partir daí, aumentou a concorrência durante a disputa eleitoral para a ocupação de cargos eletivos. Com essa nova realidade, surgiram os profissionais do marketing político. Eles trouxeram inovações no processo de comunicação entre eleitor e candidatos durante campanhas políticas e, muitas vezes, até mesmo prometeram milagres. De tal forma que

> de 1985 em diante, já com a democracia restaurada, solidificou-se no imaginário coletivo da opinião pública brasileira a convicção de que o marketing ganha eleição. Isso, apesar de a campanha para a prefeitura de São Paulo naquele ano, entre outros casos, ter demonstrado o contrário.

A partir da Carta Magna de 1988, o presidente da República, assim como os governadores e prefeitos de municípios com mais de duzentos mil habitantes passaram a ser eleitos com a maioria absoluta dos votos ou em dois turnos quando nenhum dos candidatos atingisse esse resultado na primeira votação.

Sob a luz da aprovação da Lei 9.504/97, surgiu a possibilidade de iniciar uma nova fase da legislação eleitoral no Brasil, em que as normas sejam duradouras. A cada pleito, as resoluções do TSE estão inovando, sem fugir da essência trazida pela Lei 9.504/97, trazem novos atos e proibições para conseguir acompanhar a evolução da sociedade, assim como a convergência tecnológica, que a todos os momentos traz novas opções de comunicação social, que precisam ser limitadas. Em 2000, todos os eleitores utilizaram o sistema eletrônico para votar. Atualmente, a Justiça Eleitoral é responsável por todos os trâmites dos pleitos.[40]

---

[40] Disponível em: <http://www.tse.gov.br/institucional/eleicoes-no-brasil.html>. Acesso em: 18 jun. 2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A campanha eleitoral apenas acompanhou a evolução tecnológica e se profissionalizou. Não poderia ser diferente. Meio são meios, com a ciência e a tecnologia apenas ganharam novas formas, mas nada que altere o processo em sua essência. (SILVA, 2002, p.79).

A Lei 9.504/97 trouxe diversas interpretações, algumas, inclusive, parecem ser equivocadas. A interpretação equivocada parece existir porque nos meses que antecedem as eleições, os meios de comunicação social, assim como inúmeros profissionais que atuam nesta área, ficam receosos e confusos no que se refere à orientação de quais conteúdos jornalísticos é possível publicar ou difundir. Essa dificuldade começou a partir da maior aplicabilidade da legislação eleitoral – Lei 9.504/97, pois esta lei limita o espaço para propaganda nos meios impressos, proíbe propaganda paga na radiodifusão, proíbe a propaganda, paga ou gratuita, nas páginas da *internet*, de empresas públicas ou privadas, permite até dez (10) anúncios na versão *on line* dos jornais, entre outras definições. Nas eleições de 2008, esta lei ainda limitava o espaço da *internet* para os candidatos em uma página oficial, e isso, desencadeou uma série de dificuldades para os envolvidos.

## Considerações finais

Através do estudo da evolução das leis eleitorais brasileiras, verificou-se a relevância da lei eleitoral 9.504/1997, pois foi a partir da criação desta lei que o processo eleitoral tem se modernizado. Presentemente, a preocupação do legislativo em manter a lei eleitoral atualizada é constante. As falhas, brechas e omissões da lei, de um modo geral, constatadas num pleito, são analisadas, corrigidas e supridas para o pleito seguinte. Para o pleito de 2010, por exemplo, a legislação eleitoral foi atualizada com a lei Nº. 12.034, de 29 de setembro de 2009. O ponto forte desta lei é a liberação do uso da internet nas campanhas eleitorais, em especial nas redes sociais, que antes eram proibidas e geravam forte polêmica.

Considerando a possibilidade de os jornais da atualidade enfrentarem a censura prévia togada[41] e, além disso, um maior nível de exigência do leitor, que

[41] A censura prévia togada é praticada pelo Judiciário em suas diferentes instâncias. Pode ser determinada judicialmente a qualquer momento - algo comum quando estão em pauta os interesses políticos – proibindo a veiculação de determinados conteúdos jornalísticos, tanto para

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



tem ao seu dispor inúmeras opções midiáticas, surgiu o interesse em pesquisar sobre Comunicação e Direito.

Atualmente, apesar da lei não definir o que caracteriza propaganda eleitoral antecipada e publicidade antecipada - apenas define o que não caracteriza propaganda eleitoral antecipada - a lei eleitoral traz uma orientação mais ou menos satisfatória para os interessados: candidatos, partidos, profissionais e meios de comunicação social, os quais estavam desorientados no processo eleitoral de 2008, conforme apresentado no estudo de caso das entrevistas de Marta Suplicy para o jornal Folha de S.Paulo e revista Veja São Paulo. Na véspera do pleito de 2008, a legislação eleitoral foi atualizada novamente e eliminou as desorientações que causavam autocensura e ensejavam representações eleitorais.

Conclui-se, destacando a relevância do livre fluxo das informações, ressalvando os abusos. Os meios de comunicação social devem atuar com competência e ética. Apesar dos abusos, observando que o sistema jurídico brasileiro de defesa dos direitos políticos, envolvendo os meios de comunicação, funciona *a posteriori*, acredita-se na inconstitucionalidade da censura, defendendo-se a necessidade de uma legislação atualizada - de limitação e orientação - que também consiga ser classificadora das informações.

**Referências**

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. São Paulo: Saraiva, 2008.

CUNDARI, Paula Casari: BRAGANÇA, Maria Alice. Da proibição das prensas à mediação pelo Judiciário: os 200 anos da liberdade de expressão na Imprensa brasileira. In: Congresso Nacional de História da Mídia, 6. *Anais*. Niterói, 2008. CD.

FARIAS, Edilsom Pereira de. *Colisão de direitos* – a honra, a intimidade, a vida privada versus a liberdade de expressão e informação. 2. ed. Atual. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Editor, 2000.

GODOY, Cláudio Luiz Bueno de. *A liberdade de imprensa e os direitos da personalidade*. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Neusa Demartini. *Formas persuasivas de comunicação política* – propaganda política e publicidade eleitoral. Porto Alegre: Edipucrs, 2000.

---

proteger os direitos de personalidade (honra, imagem, intimidade e privacidade), quanto para não ferir a legislação eleitoral e outras tutelas legais.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



GUERRA, Sidney Cesar Silva. *A liberdade de imprensa e o direito à imagem*. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. *Marketing político e governamental* – um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação. São Paulo: Summus Editorial, 2ª edição, 1985.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O marketing eleitoral*. São Paulo: Publifolha, 2002.

## 8. Um nobre bufão no reino da grande imprensa: a construção do personagem Barão de Itararé na paródia jornalística do semanário *A Manha* (1926-1935)

*Rodrigo Maciel Jacobus / UFRGS*

(rodrigojacobus@gmail.com)

A presente dissertação aborda a construção do personagem Barão de Itararé pelo jornalista Apparício Torelly (1895-1971) na paródia à grande imprensa que caracterizou o seu semanário humorístico *A Manha* (1926-1959). O período selecionado compreende a gênese do personagem, entre o surgimento da publicação em meados de 1926, no Rio de Janeiro, e a prisão do jornalista pela repressão do governo Vargas no final de 1935. Este personagem popularizou-se como uma espécie de projeção de Torelly nas páginas do semanário, por meio do qual o jornalista desenvolveu uma contundente sátira às oligarquias nacionais. O Barão foi uma fantasia metafórica que Apparício vestiu nas páginas do seu periódico, transfigurando-se em uma espécie de bufão-mor da cena política brasileira.

**Palavras-chave**: Paródia Jornalística; Grande Imprensa; Apparício Torelly; Personagem Barão de Itararé; Jornal *A Manha*.

### Introdução

O jornalista e humorista Apparício Fernando de Brinkerhoff Torelly (1895-1971) é um fenômeno cultural interessante no cenário da história da imprensa no Brasil. Resgatá-lo representa reconstituir um significativo antecedente do jornalismo de humor praticado a partir de sua experiência. Aliás, estudar o humor praticado por Apporelly no seu semanário independente, o jornal *A Manha* (1926-1959), não significa apenas compreender *a priori* o jornalismo humorístico em si,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



é também resgatar traços da linguagem de uma época. Apparício popularizou-se na figura do personagem Barão de Itararé, através do qual se projetou nas páginas d'*A Manha*. Ao encarnar o Barão, Apparício tornava-se um verdadeiro herói, titereando os acontecimentos nas narrativas de suas "pseudonotícias". Nas entrelinhas de sua obra, soube apropriar-se da linguagem cotidiana da época e alinhar-se ao interesse do público, valendo-se do ambiente propício para atiçar o imaginário popular – apesar de sua independência, *A Manha* vendia bem, e conquistou um relativo sucesso comercial para os padrões de então. Assim, constituiu patrimônio relevante para a cultura popular de ontem. Mas também do hoje, se considerarmos que os traços do seu humor ainda persistem na mídia, mesmo após tanto tempo.

No Rio de Janeiro daquela época, a mídia de massa hegemônica era impressa: jornais e revistas tomavam as ruas e inundavam o imaginário popular com suas páginas repletas de assuntos sobre tudo e sobre todos. E foi neste reino da grande imprensa, que encontra suas raízes nas primeiras décadas do século XX, que Apporelly iniciou sua quixotesca cruzada, armado com sua irreverente folha humorística. Neste sentido, aqueles jornais com os quais conviveu eram parte essencial dos novos jogos do poder, paulatinamente curvando-se à lógica do mercado em expansão, ao mesmo tempo em que serviam aos interesses de seus proprietários acima de quaisquer outros objetivos.

Há três perspectivas aglutinadas na construção do objeto desta pesquisa: o jornal humorístico *A Manha*, enquanto suporte material onde será realizada a pesquisa; Apparício Torelly, criador/mantenedor do periódico e autor das narrativas; e o personagem que o representa na qualidade de proprietário da publicação, seja o pioneiro, "nosso querido diretor", seja o "Barão de Itararé", após conclamado herói nacional na Revolução de 30, ou ainda o mais elevado título a que chega, "Itararé II, o Brando", Imperador da União das Repúblicas Socialistas da América do Sul (URSAS). Trata-se de uma peculiar relação, na qual o homem protagonizava o jornal e, por intermédio deste, inseria-se subjetivamente nos textos por meio do personagem que criou, preservando traços marcantes de sua personalidade na produção dos significados em sua obra.

O principal objetivo deste trabalho é analisar a construção do personagem Barão de Itararé por Apparício Torelly n'*A Manha* entre os anos de 1926 e 1935,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



enfocando, nessas narrativas, a linguagem humorística centrada na relação paródica com a grande imprensa no respectivo contexto sócio-histórico. Para tanto, buscou-se:

- Levantar os principais aspectos historiográficos, tanto no plano da vida pública quanto privada do período proposto, necessários à compreensão da produção de Apporelly, mais especificamente no contexto das narrativas onde os personagens "nosso querido diretor" e Barão de Itararé protagonizam a intriga;
- Identificar os principais elementos historiográficos e discursivos que caracterizam a grande imprensa neste mesmo contexto, entre estruturas, aparência, relações e produção, de modo a rastrear aspectos que permitam detectar a paródia jornalística na linguagem das narrativas selecionadas;
- Reconstituir a trajetória pessoal e profissional de Apparício Fernando de Brinkerhoff Torelly, bem como do seu periódico *A Manha*, necessários à compreensão da personalidade no contexto espaço-temporal em que se insere na capital Rio de Janeiro;
- Reunir as principais características da comicidade operante nesta paródia, de modo a organizar uma categorização que permita identificar os principais traços humorísticos na construção do personagem analisado;
- Interligar tais elementos identificados pela análise das narrativas pesquisadas, de modo a compor um olhar para a construção do personagem pretendida no objetivo geral, e de acordo com as teorias desenvolvidas para atingir este fim.

**Procedimentos metodológicos**

Trata-se de uma pesquisa histórico-documental com caráter exploratório e descritivo, na qual é preciso inicialmente situar o objeto de estudo no tempo (1926-1935) e no espaço (Rio de Janeiro) em que está inserido, considerando não apenas a historiografia brasileira no recorte proposto, mas também fenômenos antecedentes que possam auxiliar no reconhecimento das relações sociais e culturais deste contexto. Isso inclui o papel exercido pela imprensa, bem como os traços do jornalismo praticado neste momento, de modo a melhor

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



compreender o vínculo deste objeto com a grande imprensa na relação paródica estabelecida. Igualmente, a construção proposta releva o discurso humorístico d'*A Manha* e apropria-se da teoria da paródia como núcleo polarizador deste aspecto analítico. A construção de Itararé propriamente dita ancora-se nas teorias do personagem, ao passo que a análise formal dos textos sustenta-se nos pressupostos da narratologia. Todos estes elementos vão interligar-se para compor o método de estudo do objeto.

Quanto ao material relativo ao tema, e considerando-se especificamente os temas pertinentes ao assunto tratado neste trabalho, ou seja, Apparício Torelly, seu jornal *A Manha* e o personagem Barão de Itararé, realizou-se um levantamento detalhado a partir de referenciais bibliográficos e documentais disponíveis, bem como de uma exaustiva pesquisa na Internet. Em meio à utilização dos tradicionais mecanismos de busca *on-line*, priorizou-se o material de caráter acadêmico, provindo especialmente do Banco de Teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). A estes foram paulatinamente somados alguns outros trabalhos, provindos de currículos da Plataforma Lattes, disponíveis na página do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), ou detectados nas páginas Google Acadêmico, OAister, bibliotecas universitárias *on-line* e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). Assim, entre o material especificamente relacionado ao tema proposto, foram levantadas oito dissertações, três teses e sete livros. Além destes, foram observados capítulos e trechos em coletâneas ou obras afins; uma significativa quantidade de material publicado na imprensa – sendo que, entre estes, há diversos depoimentos; reedições da obra de Apporelly e um documentário produzido em vídeo pela TV SENAC. Parte deste material também foi selecionada de acordo com sua relevância para este estudo.

Afora as obras que comporão a base da pesquisa bibliográfica e documental, foi utilizada parte do acervo d'*A Manha* presente na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, compondo a fonte primária essencial ao âmbito empírico da pesquisa. Esta escolha deu-se pelo fato de que se trata da maior coleção pública do periódico. Este material foi fornecido em microfilmes, compreendendo o período que vai de 1926 a 1952, em 3 rolos subdivididos nos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



períodos 1926-1931 (rolo 1), 1932-1934 (rolo 2) e 1935-1952 (rolo 3), sendo digitalizado e armazenado em mídia ótica para consulta em arquivos no formato PDF. Além deste acervo, também foram utilizadas duas antologias inicialmente organizadas por Fortuna e finalizadas por Sérgio Papi e José Carlos Mendes André do Projeto Barão. As *Antologias d'A Manha* complementam o material da Biblioteca Nacional, já que reúnem textos de períodos não contemplados nos microfilmes, entre os anos de 1926 e 1927.

**Fundamentação teórica**

Inicialmente procedeu-se um levantamento de pressupostos historiográficos que dizem respeito ao contexto em questão, para fins de reconstituição do período delimitado (1926-1935), obviamente incluindo antecedentes fundamentais à compreensão deste momento. Após, foi realizado um rastreamento da presença da grande imprensa neste cenário, características e pressupostos que definem o seu caráter diante das transformações sócio-históricas que a originaram. Esta parte inclui um sucinto levantamento de alguns dos principais jornais cariocas da época, que apresentaram alguma ligação com o objeto ao longo da pesquisa. Ainda no mesmo sentido, articulou-se uma análise historiográfica especificamente em torno do objeto de estudo, priorizando os elementos intrínsecos à sua existência: o jornal humorístico *A Manha*, e o criador de ambos, Apparício Torelly.

Na sequência, reuniu-se os aspectos discursivos considerados essenciais à interpretação das narrativas n'*A Manha*, buscando inicialmente a construção de um referencial para a análise do objeto de estudo no âmbito significativo da linguagem jornalística de sua época. Em seguida, realizou-se um levantamento em aproximação à linguagem humorística utilizada n'*A Manha*, de modo a compor uma tipologia referencial para a análise do objeto de estudo no âmbito significativo, focando o gênero paródia enquanto elemento centralizador deste universo teórico. Procurou-se, ainda, apresentar um aporte teórico específico para a análise do objeto de estudo, ancorando-se na teoria do personagem e na narratologia, que operaram como elementos polarizadores da pesquisa e catalisadores dos âmbitos teórico e metodológico propostos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## Considerações finais

A pesquisa apontou que, ao longo destes dez anos, *A Manha* realmente fundou-se em uma categórica paródia à grande imprensa da época, apropriando-se dos mais variados aspectos desta para conformar as bases da sua sátira. Igualmente, o personagem inserido neste âmbito é construído como uma representação dos setores sociais hegemônicos de então, cuja participação nos principais momentos históricos e aproximação com a imprensa da época, revelavam as relações de poder intrínsecas à participação destes agentes sociais nos eventos que orientavam os rumos do país. Neste sentido, este personagem inicia sua carreira como proprietário de um grande jornal, o nosso querido diretor, transformando-se no militar que comanda a Revolução de 1930, o marechal-almirante, para, então, tornar-se herói de uma batalha que não ocorreu, o Barão de Itararé, estendendo sua paródia satírica às mais diversas representações das oligarquias nacionais. A sátira do Barão, por sua vez, será ainda mais amplificada com as condecorações subseqüentes, que o elevariam a Duque, Grão-Duque e Imperador. Trata-se de um percurso linear, no qual as características progressivamente vão somando-se umas às outras, em uma construção hiperbólica do mesmo personagem. De modo complementar, inferiu-se que este personagem metaforicamente representava uma fantasia que o homem Apporelly vestia nas páginas d'*A Manha*, através do qual se transfigurava em uma espécie de bufão-mor da cena política brasileira.

## Referências

TORELLY, Apparício. *A Manha*. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1926-1952.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA, MEMÓRIA E IDENTIDADE

Processos comunicacionais e manifestações culturais.

**Coordenação: Paula Puhl / Feevale** (paulapuhl@feevale.br)

### 1. Considerações iniciais sobre as representações musicais e mídia sonora na construção de identidades (1930-1945)

*Alessander Mario Kerber / UFRGS*
(alekerber@yahoo.com.br)
*Cleber Cristiano Prodanov / Feevale*
(prodanov@feevale.br)
*Cristina Ennes da Silva / Feevale*
(crisennes@feevale.br)

O presente projeto de pesquisa tem, como objetivo principal, analisar representações musicais veiculadas através da mídia sonora, enfocando, especificamente, os diálogos, negociações e lutas de representações, como as define Roger Chartier, no que se refere à definição de identidades ligadas ao espaço geográfico da nação brasileira, do Rio Grande do Sul e da cidade de Novo Hamburgo durante o primeiro governo Vargas. Este período é marcado por uma intensa renegociação e massificação de uma versão acerca da identidade nacional brasileira que, de distintas formas, dialogou com identidades de várias regiões do país e em que a figura do Estado Nacional foi importante neste processo, chegando a estabelecer, inclusive, forte censura sobre a música popular. Neste sentido, propõe-se fazer o levantamento das canções populares que fizeram sucesso neste período, através do rádio, do cinema e da indústria fonográfica, e que contenham representações acerca do espaço geográfico nacional e regional, na perspectiva de analisar as lutas estabelecidas nesta definição identitária. Conjuntamente, propõe-se o uso da história oral na perspectiva da análise do impacto destas representações em um espaço específico, no caso, a cidade de Novo Hamburgo, a qual se caracteriza por importantes distinções em relação às identidades nacionais e regionais propostas,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



dado o fato de sua origem ter ocorrido com o processo de imigração alemã, elemento muito destacado durante o contexto da Segunda Guerra Mundial, e dado o fato desta cidade apresentar resistência em relação à proposta de mestiçagem que começou a ser proposto nacionalmente na época.

**Palavras-chave**: Identidade; Representação; Memória; Mídia Sonora.

## Introdução

O projeto de pesquisa intitulado "Representações musicais e mídia sonora na construção de identidades ligadas ao espaço geográfico" tem, como objetivo principal, analisar a construção de identidades sociais através de suas representações musicais. Mais especificamente, propõe-se uma análise da relação estabelecida entre identidades ligadas a um espaço geográfico, especificamente, a identidade nacional brasileira, a regional sul-rio-grandense e a da cidade de Novo Hamburgo que, tendo sido marcada pelo processo de imigração alemã do século XIX e construída uma identidade fortemente relacionada com essa identidade nacional, tal qual o próprio nome da mesma indica, estabeleceu uma relação distinta com as versões construídas sobre a identidade brasileira da época do primeiro governo de Vargas.

## Procedimentos metodológicos

Primeiramente, selecionamos as canções que fizeram maior sucesso no rádio e em vendagem de discos no Brasil durante o primeiro governo Vargas. A seguir, procuramos nas letras dessas músicas representações da identidade nacional brasileira e de identidades regionais, na perspectiva de analisar a relação estabelecida entre o nacional e o regional nelas. Por último, realizamos entrevistas de História Oral na perspectiva de analisar a circulação e recepção dessas mídias em um espaço específico do Brasil.

Como afirma Oliveira, existe uma relação íntima entre as identidades que se constroem em relação ao espaço geográfico e a política, pois a idéia de nação, tal como a de região e de cidade faz parte do universo simbólico. Sua valorização visa proporcionar sentimentos de identidade e de alteridade a uma população que vive ou que se originou em um mesmo território. Trata-se de um símbolo que

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



pretende organizar o espaço público, referindo-se, portanto, à dimensão política (1990: 14).

Havendo esta relação com a política, um primeiro elemento a destacar acerca da construção destas identidades é o fato de que há, em geral, uma proposta sobre elas partindo do poder público, a qual dialoga com diversas outras versões e representações presentes no imaginário social. Neste sentido, parto da perspectiva de que o poder público é um agente importante na construção das identidades que se relacionam ao espaço. Não é, porém, absoluto, havendo um processo histórico de lutas entre representações.

Considerando que, para uma explicação mais detalhada dos procedimentos metodológicos necessita-se vinculá-los às bases teóricas que sustentam essa pesquisa, passamos para uma exposição acerca delas para, assim, retomarmos a questão dos procedimentos.

**Fundamentação teórica**

Entendendo identidade como idéia de pertencimento a um grupo social, ou seja, como auto-representação, utilizar-se-á este último como sendo o conceito fundamental que sustenta esta pesquisa. Neste sentido, importante destacar que este projeto de pesquisa está sendo concebido através do referencial teórico-metodológico da Nova Histórica Cultural, como será mencionado no item referente à metodologia do mesmo, cuja principal referência é a obra de Roger Chartier (1990, 2002).

Uma identidade se representa através de uma série de símbolos. Entre estes, destacam-se representações musicais. Além dos hinos, que são representações oficiais de cada identidade ligada a espaço geográfico, uma série de músicas, estilos musicais e ídolos da mídia sonora tornaram-se representações de várias identidades.

Utilizamos o conceito de Anderson, que define que a nação não existe em outra instância senão no imaginário de uma comunidade, ela é: [...] uma comunidade política imaginada – e imaginada como implicitamente limitada e soberana (1989: 14-16).

Esta comunidade imaginada se identifica a partir de uma série de símbolos. Segundo Thiesse (2001/2002: 8-9), existe uma “check list”, um código de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



símbolos internacionais que define o que todas as nações devem ter: uma história estabelecendo a continuidade da nação; uma série de heróis modelos dos valores nacionais; uma língua; monumentos culturais; um folclore; lugares memoráveis e uma paisagem típica; uma mentalidade particular; identificações pitorescas – costumes, especialidades culinárias ou animal emblemático. Estes símbolos não são apenas uma superficial lista de adornos, mas são essenciais para a auto-representação das pessoas que se identificam com a nação.

No caso brasileiro, entre os símbolos mais importantes na construção da identidade nacional estão os musicais. Poder-se-ia afirmar que o estilo musical samba, bem como diversas composições de grande sucesso nesse estilo tornaram-se patrimônio imaterial da nação brasileira. Para explicar esta emergência do samba, autores convergem e divergem em várias explicações. Ortiz (2001), aponta para o fato da construção da identidade nacional brasileira neste período propor-se a incluir grupos anteriormente excluídos, como pobres, negros e mestiços e, neste sentido, a transformação do samba, símbolo que representava estes grupos, em representação nacional foi elemento fundamental neste processo. Vianna (1995) recorre a dois elementos fundamentais para a escolha do samba como representação nacional: a circulação deste estilo musical entre diversos grupos sociais e etnias no Rio de Janeiro dos anos 1920 e 1930 (convergindo com a proposta de identidade nacional através da miscigenação, especialmente entre o branco e o negro, proposta por Gilberto Freyre) e o desenvolvimento da indústria fonográfica e do rádio nesta cidade, que possibilitou a divulgação nacional deste estilo. Paranhos (1999) aponta para o samba ter sido, originalmente, um bem cultural socializado e atingiu o estágio de apropriação para fins comerciais, através da indústria cultural que surgia no Brasil daquela época, atingindo setores médios e altos da sociedade. Contudo, a definição desta representação ocorreu num contexto de lutas simbólicas, estabelecendo-se um processo de inclusão e exclusão em relação a identidades de diversas regiões e cidades do Brasil.

Para analisarmos a circulação e repercussão que essas representações musicais tiveram em determinadas regiões do país, adotamos a história oral, na perspectiva de, através da memória de diversas pessoas que vivenciaram esse processo, podermos observar a forma como se estabeleceu essa relação entre as

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



representações nacionais veiculadas na mídia e as identidades de espaços sociais distintos.

Especificamente, nessa pesquisa busco relatos de memórias ligados à mídia sonora. A paisagem sonora do século XX caracteriza-se pela criação de mídias que registram o som e que podem trazer, à memória do presente, um registro passado. Esse fenômeno foi definido por Murrray Schafer (SCHAFER apud VALENTE, 2003, p.32) como "esquizofonia" e se refere à possibilidade de dissociar o som de seu espaço-tempo de produção e reprodução acústica.

Parece que a mídia sonora pode ser usada como uma interessante referência utilizada na história oral para trazer à lembrança memórias. Nesse sentido, nas entrevistas que estão sendo realizadas, utiliza-se a mídia sonora apresentando gravações aos entrevistados. Inicialmente, pergunta-se se ele se lembra desta gravação. A seguir, pergunta-se "o que ele achava" dela, dando um certo espaço de liberdade para a fala, ao mesmo tempo que possibilita, ao entrevistador, observar relações diversas entre a música e a experiência do entrevistado. Por fim, foca-se na questão que interessa a essa pesquisa, que é a relação entre o nacional e o regional.

**Considerações finais**

Para escolha das músicas a serem executadas para os entrevistados utilizei, como critério, serem canções de sucesso no rádio durante o primeiro governo Vargas que apresentam representações da nação brasileira. Na medida em que, durante o Estado Novo, houve uma censura sobre a música popular executada no rádio, constituindo, inclusive, o chamado "samba exaltação", estou procurando observar como foi a recepção desse tipo de canção nessa região de imigração alemã.

Obviamente que há uma limitação em termos de canções que podem ser tocadas para cada entrevistado, levando em consideração seu tempo disponível e paciência. Nesse sentido, escolhi 4 canções por considerá-las significativas para essa análise. Entre essas canções, obviamente não poderia faltar a canção que, conforme Jairo Severiano e Zuza Homem de Melo tornou-se paradigma do samba-exaltação: "Aquarela do Brasil", de Ari Barroso, na gravação de Francisco Alves, em 1939.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Também, foram escolhidas mais duas canções consideradas referências de samba-exaltação: Canta Brasil, de Alcir Pires Vermelho e David Nasser, também na voz de Francisco Alves; e Brasil Pandeiro, de Assis Valente na voz dos Anjos do Inferno. Ainda, apesar de não ser um samba-exaltação, mas em função de ser uma canção importante na definição de representações nacionais e apresentar símbolos de uma determinada região do Brasil, "O que é que a bahiana tem?" de Dorival Caymmi na voz de Carmen Miranda foi escolhida para apresentação.

Esse projeto encontra-se em fase inicial e, até o presente momento, foram realizadas duas entrevistas com pessoas que circulavam no meio musical de Novo Hamburgo e 14 entrevistas com pessoas que estudavam em escolas da região durante o primeiro governo Vargas. Houve diversas respostas, desde pessoas que disseram gostar da música, sem fazer alusão às representações nacionais presentes nelas, pessoas que disseram não ouvir esse tipo de música (duas mencionaram somente ouvir a rádio alemã que precisava ser de forma escondida), uma disse, sobre Aquarela do Brasil, achar um pouco exagerada a beleza do Brasil como cantada na música.

**Referências**

ANDERSON, Benedict. *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática, 1989.

AMADO, Janaína. Região, sertão, nação. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v.8, n. 5, pp.145-152, 1995.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Multidões em cena*: propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas: Papirus, 1998.

CHARTIER, Roger. *A história cultural*. Lisboa: Bertrand/Difel, 1990.

_____. *À beira da falésia*: a história entre incertezas e inquietude. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio e política*: tempos de Vargas e Perón. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

KREUTZ, Lúcio. A educação de imigrantes no Brasil. IN: LOPES, Eliane Marta T.; FARIA FILHO, Luciano Mendes; VEIGA, Cynthia Greive. (orgs.) *500 anos de educação no Brasil*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

MONTENEGRO, Antonio Torres. *História oral e memória*: a cultura popular revisitada. São Paulo: Contexto, 2007.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



PESAVENTO, Sandra Jatahy. Memória, história e cidade? Lugares no tempo, momentos no espaço. *ArtCultura*, Uberlândia: UFU, v.4, n. 4, pp.23-35, jun. 2002.

PETRY, Leopoldo. *O município de Novo Hamburgo* – Monografia. Porto Alegre: Edições A Nação, 1944.

SEYFERTH, Giralda. Os imigrantes e a campanha de nacionalização do Estado Novo. IN: PANDOLFI, Dulce. (org.) *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Ed.Fundação Getulio Vargas, 1999

THIESSE, Anne-Marie. Ficções criadoras: as identidades nacionais. *Anos 90*, Porto Alegre: UFRGS, n. 15, 2001/2002.

VIANNA, Hermano. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed./Ed. UFRJ, 1995.

## 2. O projeto da Enciclopédia e seus desdobramentos[42]

*Antonio Hohlfeldt / PUCRS*

(hohlfeld@pucrs.br)

O paper relata pesquisa desenvolvida em torno do processo de criação e edição da Enciclopédie francesa, de 1750, mostrando sua importância quanto à inovação revolucionária de sua concepção e o quanto ela influiria decisiva e praticamente quanto à evolução da liberdade de expressão, da liberdade de difusão do pensamento e da liberdade de imprensa. Em seqüência, examinam-se alguns verbetes do campo do jornalismo, como informação, jornal e opinião para se verificar o sentido que então tais termos possuíam e as modificações que sofreram no decorrer dos tempos.

**Palavras-chave**: Enciclopédia; História da Imprensa; Conceitos de Jornalismo; Denis Diderot; Iluminismo.

### Introdução

A série de pesquisas que venho realizando sobre história da imprensa e historia do jornalismo levou-me a pesquisar a própria história da **Enciclopédia** (Enciclopédie française), de 1750 e, então, consultar verbetes que nos interessam

[42] Pesquisa vinculada ao projeto História da Imprensa, do NUPECC/PUCRS – Núcleo de Pesquisa em Ciências da Comunicação, coordenado pelo autor.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



diretamente no campo do jornalismo, como *jornal* ou *informação*, para ver como eles eram compreendidos na metade do século XVIII. Dois resultados surpreendentes e significativos foram alcançados: de um lado, os desafios e os objetivos atingidos pela publicação desta obra extraordinária, devidos, sobretudo, à perseverança e à coragem de Denis Diderot e Jean le Rond D´Alembert, o que a transformou em referência ainda hoje. De outro lado, o registro das profundas modificações pelas quais os termos hoje corriqueiramente utilizados no campo da comunicação, e especialmente do jornalismo, sofreram desde aquela época até a contemporaneidade, sobretudo após a revolução tecnológica experimentada a partir de 1836, com o surgimento de La Presse, de Emile de Girardin.

**Procedimentos metodológicos**

Ao longo de muitos anos, acalentei a vontade de consultar uma edição da **Enciclopédia**. Ela inexiste, contudo, nas bibliotecas de nossas universidades, ao menos, no Rio Grande do Sul. Uma edição completa encontra-se na biblioteca do castelo de Pedras Altas, pertencente ao acervo de J. F. de Assis Brasil, seu antigo proprietário e construtor. A aquisição e guarda desses volumes, contudo, seria dispendiosa e complicada, pelas dimensões e espaço que ocupam e, certamente, pelo preço exorbitante que custaria. Descobri, então, em anúncio da Gazeta Mercantil de anos atrás, que uma edição em CD-rom havia sido colocada à venda na França. Após inúteis tentativas de contacto com a editora, por email, vali-me da presença de um pesquisador em Paris para adquirir a coleção, em quatro discos, um dos quais contém o texto propriamente da obra e os demais, os desenhos que a constituem e ilustram[43].

A pesquisa trabalhou, portanto, com a busca bibliográfica, na medida em que não apenas se compulsou a própria **Enciclopédia** quanto foi se buscar em obras, especialmente de Peter Burke e de Roger Chartier, informações a respeito do grande projeto. Há, pois, uma perspectiva historiográfica, devidamente

[43] Um programa muito simples permite a instalação no PC e depois basta inserir o disco. O CD-rom contém a versão original da obra e ainda a versão reduzida chamada de Panckouke. Os verbetes aparecem num *link* lateral à esquerda, em negrito, os da obra original e, em cinza, os da versão reduzida. Basta clicar no verbete desejado para acessá-lo imediatamente. Na janela que se abre, encontra-se o texto completo, que pode ser inclusive impresso em papel ou copiado para outro espaço. Toda a obra se encontra gravada em PDF.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



marcada pela preocupação com a avaliação sincrônica e contextualizada dos acontecimentos e perspectivas conceituais.

Em decorrência deste estudo, decidi aprofundar o sentido do conceito de "droit de presse" que, no francês do século XVIII, significa "direito de imprimir" e não "direito de imprensa", como o entendemos hoje. Para tanto, consegui adquirir edições de **Droit de presse**, de Chrétien-Guillaume de Lamoignon de Malesherbes, que foi o censor real nesta época mas também o protetor de Diderot e da **Enciclopédia**, e o texto do próprio Diderot, **Droit de presse**, em que o filósofo e dramaturgo discute não só o direito de imprimir, mas também os direitos do autor.

Tenho, simultaneamente, dado continuação às pesquisas iniciadas no Pós-doutorado em torno da História da Imprensa luso-brasileira, com especial ênfase sobre a imprensa colonial portuguesa (Moçambique, Angola, Goa e Cabo Verde) e retomei antigos trabalhos desenvolvidos com alunos de iniciação científica sobre o Jornal do dia, vinculando o projeto ao estudo sobre a relação da Igreja Católica com os mídias, e A federação, para pensar o publicismo e como este jornal se colocava no panorama da imprensa brasileira do final do século XIX e início do século XX. Encerrei uma orientação a respeito de romances-folhetim editados no primeiro jornal em idioma alemão (impresso em gótico) no interior do estado, o Kolonie de Santa Cruz do Sul (1891 a 1937), com o que dou andamento à pesquisa desenvolvida ao tempo do Doutorado. Por outro lado, também terminei orientação de um trabalho (em nível de Mestrado, igualmente) em torno do jornal O povo, editado pelos revolucionários farroupilhas entre 1838 e 1840, examinando os valores e princípios defendidos por seus editores e a maneira pela qual o jornal articula o discurso revolucionário. Todos esses trabalhos deverão ser editados em *e-book*, através da Editora da PUCRS, e os artigos e pesquisas deverão ser incorporados ao acervo do NUPECC, cujo *site* deve ser remodelado neste início de ano.

**Questões teóricas**

Planejada originalmente – ou, ao menos, assim anunciada nos prospectos que então se divulgaram por seus editores originais – para 8 volumes, ao custo de 280 libras, num total de 1625 cópias, a **Enciclopédia** foi rapidamente modificada

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



por seus editores originais – André-François Le Breton – o mais importante deles e aquele que mantinha as mais significativas relações políticas e institucionais com as autoridades de então, especialmente com os responsáveis pela Librairie[44] - Antoine-Claude Briasson, Michel-Antoine David e Laurent Durant – logo atingiu 4.255 cópias, chegando a 17 volumes, ao custo de 980 libras. Iniciada sua publicação em 1751 (o primeiro volume, a que se seguiu um segundo em 1752), graças à política da *permissão tácita*[45], alcançou três diferentes privilégios reais, foi perseguida permanentemente pelos jesuítas, sofreu processos do Parlamento, foi incluída no Index da Igreja Católica, chegou a ter exemplares queimados em praça pública por ordem formal de Malesherbes, quando lhe foram retirados os privilégios como a melhor maneira de protegê-la[46], ocupou 25 anos de trabalho ininterrupto, primeiro de D'Alembert e Denis Diderot; depois, apenas deste, auxiliado pelo fiel Louis Jaucourt e teve sua editoração concluída em 1765. Possuía 71.818 verbetes e 2.885 planchas ilustrativas.

O título original da obra era **Encyclopédie, ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et de métiers, par uma societé de gens de lettres** [Enciclopédia ou dicionário raciocinado de ciências, de artes e de artes mecânicas, por uma sociedade de gente de letras]. Já no título, algumas questões se colocam, porque isso nos fará melhor entender o contexto em que a obra foi realizada:

---

[44] A Librairie era o órgão censor representantivo do Poder Real. Na época em que se inicia o projeto da **Enciclopédia**, é dirigida por Chrétien-Guillaume de Lamoignon de Malesherbes, que ocupará a função entre 1750 e 1763 e tornar-se-á o grande protetor do projeto, sendo depois substituído por Sartine, que era, primeiramente, o *lieutenant général de police*, encarregado de fazer arrestos e prisões, e que depois se tornou, ele mesmo, o Diretor da Librairie, a partir de 1763, pelo menos até 1774, quando acumulava as duas funções.

[45] Havia quatro possibilidades de resultado a partir da análise da Librairie sobre uma obra: a) a proibição, pura e simples; b) a autorização, que implicava na concessão dos privilégios que garantiam monopólio da edição, já que as licenças eram dadas aos editores e não aos autores; c) a permissão tácita e d) uma forma ainda mais difusa de autorização, não-escrita, que indicava a possibilidade da edição, a que as autoridades fariam *vistas grossas* mas sobre a qual não interfeririam em defesa caso a polícia chegasse até elas ou seus editores, por iniciativa da Igreja, do Parlamento ou por quaisquer denúncias.

[46] Quando o Parlamento decide abrir um processo contra os editores da Enciclopédia, o que significaria o exame minucioso do que se publicara até então, Malesherbes se antecipa e, através do Conselho de Estado, a 8 de março de 1759, retira-lhe os privilégios e permite que a obra seja incluída no Index da Igreja Católica, a 5 de maço do mesmo ano. A retirada dos privilégios significava, na época que, na prática, a obra, sem a proteção real, deixava de encontrar um editor. Como o projeto, contudo, estava em andamento, Malesherbes ideou um grande arranjo pelo qual os editores deveriam indenizar os subscritores da obra. O valor arrecadado, contudo, financiou uma nova obra que nada mais era que os volumes que continuam todas as pranchas de ilustração da Enciclopédia, e que foram editados imediatamente, sob uma nova razão social e um novo título.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



a) enciclopédia ou dicionário *raciocinado* – os autores, especialmente d'Alembert e Diderot, afirmam claramente aqui a razão como fonte de conhecimento, e não a revelação, como a Igreja Católica pretendia. É evidente que eles tomam alguns cuidados com essa perspectiva e o modo pelo qual ela será desenvolvida, quer no "Discurso preliminar", a cargo de d'Alembert, quer nos diferentes verbetes que se produzirão. No entanto, não se escusarão de, sobretudo em verbetes onde menos se espere, provocar a Igreja e driblar as autoridades da época, expressando com bastante clareza sua inovadora perspectiva a respeito do conhecimento e dos princípios de organização social e política que defendiam. Diz Robert Darnton: *o elemento radical da Enciclopédia não residia em uma visão profética (...) mas em sua tentativa de mapear o mundo do conhecimento segundo novas fronteiras, determinadas única e exclusivamente, pela razão*[47]. Escreve d'Alembert no "Discurso preliminar": *não é, pois, absolutamente, por hipóteses vagas e arbitrárias que podemos esperar conhecer a Natureza; é pelo estudo refletido dos fenômenos, pela comparação que faremos de uns com os outros, pela arte da redução, tanto quanto seja possível, um grande número de fenômenos a um só que possa ser visto como o princípio*[48] a que acrescenta, mais adiante: *assim, é talvez verdadeiro dizer que não há nenhuma ciência ou arte onde não haja rigor, ou uma boa Lógica, a instruir o espírito mais confuso*[49].

b) uma enciclopédia e dicionário sobre as ciências, as artes e *as artes mecânicas* – um dos temas que mais ocupa d'Alembert em seu "Discurso preliminar", é justamente a referência às pranchas ilustrativas, em especial aquelas sobre as artes mecânicas. É provável que pela primeira vez incluíam-se as artes mecânicas nesse tipo de obra, assim justificada por d'Alembert em seu "Discurso preliminar": *entretanto, a vantagem que as Artes Liberais têm sobre as Artes Mecânicas, pelo trabalho que as primeiras exigem do espírito, e pela dificuldade de ultrapassá-las em qualidade, é suficientemente compensada pela utilidade bem superior que as últimas nos proporcionam, na maior parte*[50], para acrescentar, de imediato, com perspicácia imensa: *o desprezo que se tem pelas*

[47] DARNTON, Robert – *O Iluminismo como negócio*, op. cit., pp. 19-20.
[48] Tradução nossa, a partir da edição em CD-rom de *L'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert*, Paris, REDON. *Site* na internet www.dictionnaires-france.com, p.8.
[49] Tradução nossa, p.12.
[50] Tradução nossa, p.17.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



*Artes Mecânicas parece ter influenciado até certo ponto os próprios inventores. Os nomes desses benfeitores da humanidade são quase todos desconhecidos, enquanto que a história dos destruidores, isto é, dos conquistadores, não são ignorados de ninguém. No entanto, é talvez junto aos Artesãos que é preciso ir procurar as mais admiráveis provas da sagacidade do espírito, de sua paciência e de suas fontes. Defendo que a maioria das Artes foram inventadas apenas pouco a pouco, e que foi preciso uma muito longa espera de séculos para chegar ao relógio, por exemplo, ao ponto da perfeição em que o temos hoje*[51].

c) [enciclopédia feita] por uma sociedade de *gens de lettres*, ou seja, de gente de letras – leia-se, por escritores ou intelectuais: para se compreender esse cuidado, é bom lembrar que o conhecimento, na época, era divulgado através de instituições muito específicas, como os salões[52], as academias e até mesmo os cafés. Paris já tinha boas bibliotecas, como a de Saint-Victor, a da universidade, a do colégio dos jesuítas de Clermont, a do cardeal Mazarino – que se tornara pública após sua morte - a Biblioteca Real, cada vez mais acessível por esta época, etc.[53]. Ocorre, porém, que os enciclopedistas estavam *mexendo com marimbondos*, para usar uma expressão popular: *a relação entre informação e ideologia, na* **Encyclopédie***, levanta algumas questões gerais sobre a conexão entre conhecimento e poder*, explicita Robert Darnton[54], quando buscaram *classificar* o conhecimento, fazer um mapeamento do que até então se sabia, naquele momento e, sobretudo, pelo modo pelo qual esse mapeamento se realizou, ou seja, a partir de que diretrizes ele se concretizou. *Um filósofo que tentasse remarcar as fronteiras do mundo do conhecimento mexeria com tabu*, afirma o mesmo Darnton (p.250) e por isso o cuidado com que o "Discurso preliminar" busca referir as pretensas bases teóricas a partir das quais se constituíra: de John Locke a Francis Bacon, depois de experimentar e verificar a não-aplicabilidade dos princípios de Ephraim Chambers. Na verdade, as citações constituem-se, como mostra Robert Darnton no artigo citado, em dissimulações, já que, efetivamente, d'Alembert e Diderot, bem como seus companheiros,

[51] Tradução nossa, p.17.
[52] Peter Burke (op. cit., p.50) indica que no salão de Mme. de l'Espinasse era aquele em que se reuniam alguns dos principais redatores da **Enciclopédia**, como d'Alembert ou Turgot.
[53] BURKE, Peter – Idem, ibidem, p.67.
[54] DARNTON, Robert – *O grande massacre de gatos*, op. cit., p.248.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



referem falsamente, citam discriminatoriamente e, sobretudo, interpretam e combinam conceitos como bem entendem, com o único fito de tolher e dificultar a tarefa dos eventuais (e evidentes) censores. Na verdade, a estrutura básica da **Enciclopédia** organiza-se, à maneira de Bacon, em uma *árvore do saber*, sim, mas com um desenho completamente diverso daquela do sábio inglês, aliás, longamente explanado por d'Alembert no "Discurso preliminar", mas que podemos sintetizar da seguinte maneira: a *árvore do saber* distribui-se por três grandes ramas: a da Memória, a que está afeta a História, que se divide entre sagrada, civil e natural; a Razão, que tem na Filosofia o seu grande referencial (e aqui ocorre uma imensa inovação na **Enciclopédia**, o que, por si só, colocava-a sob a desconfiança clerical), por seu lado dividida entre Conhecimento Humano e Conhecimento da Natureza; e a Imaginação, que se traduzia na Poesia, em sentido lato, incluindo a Narrativa, a Música, a Pintura, a Escultura, a Gravura, a Dramática e a Parabólica (alegoria).

**Considerações finais**

Como disse, depois deste estudo exaustivo, escolhi os verbetes *communication* [comunicação], *information* [informação], *presse* [imprensa, ainda que em francês também possa ser lido enquanto *prensa*], *journal* [na época, a palavra tem o sentido de *diário pessoal e particular*, já que na referência cruzada na edição Panckouke o verbete remeterá a *gazette*], e seu correlato *journaliste*, chegando, enfim, a *opinion* [opinião]. Verificar-se-á que, de 1750 para cá, tais expressões mudaram seus sentidos, perdendo ou ganhando novas significações ou, ao contrário, mantiveram e reforçaram aqueles sentidos de dois três séculos atrás.

Essas observações reforçam a necessidade de, na pesquisa histórica em geral, e na pesquisa histórica em torno da mídia e da imprensa em particular, termos necessidade de tomar muito cuidado com a aplicação de conceitos e de julgamentos contemporâneos sobre fatos passados.

Mais que tudo, os enciclopedistas evidenciaram a importância do trabalho intelectual coletivo e, junto com o conteúdo fantástico da obra por eles concretizada, evidenciaram que a reflexão intelectual pode e deve ser sempre socializada.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Referências**

BURKE, Peter. *Uma história social do conhecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2003.

CHARTIER, Roger. *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII*. Barcelona: GEDISA,1995.

_____. "Diderot e seus corsários". In: *Inscrever & apagar*. São Paulo: UNESP, 2007.

DARNTON, Robert. *O grande massacre de gatos*. Rio de Janeiro: Graal, 1986.

_____. *O Iluminismo como negócio*. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

DIDEROT, Denis. *Sur la liberté de la presse* (editado por Jacques Proust). Paris: Éditions Sociales, 1964.

L'ENCYCLOPÉDIE DE DIDEROT ET D'ALEMBERT, Paris, REDON. Disponível em: <www.dictionnaires-france.com>, p.8.

MALESHERBES - *Mémoires sur la librairie et sur la liberté de la presse*, Chapel Hill: North Caroline, 1979.

## 3. Cartas de leitores: uma intervenção de sujeitos comuns no processo de *accountability* midiático

*Ana Luiza Coiro Moraes*
(anacoiro@gmail.com)
*Angela Lovato Dellazzana*
(angela.lovato@terra.br)
*Maicon Elias Kroth / UNIFRA*
(maiconeliask@yahoo.com.br)

O artigo busca reconhecer as *cartas de leitores* dirigidas a dois jornais — Diário de Santa Maria e A Razão — como legítima intervenção de sujeitos comuns no processo de *accountability* midiático. Para tanto, analisa as cartas como espaço de opinião do receptor na qualidade de interlocutor ativo dos meios de comunicação, e o regime de visibilidade pública a que ele é submetido ao se inserir na lógica de produção da mídia a que recorre. Além disso, vislumbra-se um novo gênero midiático em que se incluem as tradicionais cartas de leitores, como

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



um híbrido discursivo no sentido da emissão, pois desloca o eixo convencionalmente unidirecional do fluxo "produtor-receptor" e insere aqueles que costumavam ir à mídia para buscar informação no próprio protagonismo da cena informativa.

**Palavras-chave**: Cartas de Leitores; Protagonismo Midiático; *Accountability Midiático.*

## Introdução

A expressão *accountability midiático,* segundo Oliveira *et al* (2006), surgiu para designar um processo que invoca a responsabilidade objetiva e subjetiva dos profissionais e veículos de comunicação na constituição de espaços públicos democráticos de discussão. Para estes autores, o pressuposto é o de que os profissionais e os veículos de comunicação, as autoridades e os anunciantes sejam influenciados e pressionados pelo processo do *accountability midiático* de tal maneira que possam, reflexivamente, ponderar sobre os valores, os conflitos e os efeitos imediatos e transcendentais que podem provocar na sociedade.

Este projeto de pesquisa busca reconhecer as cartas de leitores dirigidas aos dois jornais de Santa Maria — A Razão e o Diário de Santa Maria — como legítima intervenção de sujeitos comuns no processo de *accountability* midiático. Para tanto, tem como objetivo direcionar a pesquisa na delimitação de três eixos:

- O discurso dos leitores como espaço de opinião do receptor que, na qualidade de interlocutor ativo dos meios de comunicação, insere-se no debate público para fortalecer os próprios mecanismos de controle (*accountability*) midiáticos, muitas vezes, simplesmente encaminhando suas demandas por cidadania e participação democrática.
- O regime de visibilidade pública a que se submete o receptor ao ser inserido na lógica de produção da mídia a que recorre. Tal lógica engendra um conjunto de regras principalmente pautadas pela noção da espetacularidade, mas por vezes o imaginário "Quarto Poder" midiático é o derradeiro expediente de exercício de cidadania ao qual o sujeito comum pode apelar.
- O novo gênero midiático em que se incluem as tradicionais cartas de leitores, isto é, a peculiaridade do recurso narrativo do formato carta de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



leitores, um híbrido discursivo no sentido da emissão, pois desloca o eixo convencionalmente unidirecional do fluxo "produtor-receptor", inserindo aqueles que costumavam ir à mídia para buscar informação no próprio protagonismo da cena informativa.

Torna-se necessário, dados os modos de configuração da sociedade contemporânea, reconhecer a centralidade que foram adquirindo os meios de comunicação na vida cotidiana como fontes de informação e entretenimento, "como fuentes de la construcción de imaginarios colectivos entendidos como espacios identitarios nacionales, epocales, generacionales". (MATA, 1997, p.82)

**Procedimentos metodológicos**

Quanto à metodologia, esclarece-se, em primeiro lugar, que se trata de uma pesquisa qualitativa que se vale da *análise documental* como *técnica* ou *instrumental analítico* para a identificação, verificação e apreciação dos documentos em que se constituem os textos midiáticos em foco: cartas de leitores dirigidas aos jornais Diário de Santa Maria e A Razão, no período de março a novembro de 2010. Elegem-se essas fontes secundárias para a *análise documental*, pois elas representam uma porta de entrada dos sujeitos comuns no campo da produção midiática. Esta abordagem metodológica será apresentada como um valioso instrumento para apreensão da lógica do receptor dos produtos midiáticos, salientando-se a sua já tradicional utilização em pesquisas na área da comunicação social, dada a possibilidade de reconstituição de acontecimentos sócio-históricos pela investigação documental (que se dá sob a ótica da produção), mas, também, sob o ponto de vista de seus sujeitos, já que mais do que receptores, eles são os autores das cartas dirigidas aos jornais.

Por isso, sob o apoio dos Estudos Culturais, este trabalho propõe situar-se no contexto social no qual circulam os discursos das *cartas de leitores*, buscando entender como os sujeitos comuns delas fazem uso e, mais especificamente, como delas se valem para deslocarem-se da esfera da recepção para o âmbito da produção midiática — e aí se fazerem presentes no processo de *accountability*.

A escolha de tal linha teórico-metodológica como instrumental analítico se atém às características dos Estudos Culturais: uma abordagem de natureza

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



qualitativa que se mundializou e hibridizou na migração de saberes entre múltiplas culturas, tradições, instâncias e práticas sociais, consolidando sua vocação para orientar análises sobre as produções e o consumo de massa, em trabalhos que já se tornaram clássicos na área: do pioneiro *As utilizações da cultura,* de Richard Hoggart, que em 1957 concentrava-se na leitura que as jovens inglesas faziam de revistas populares; à pesquisa de Ien Ang *(Watching Dallas)*, que em 1985 realizou um estudo de recepção da *soap opera* norte-americana.

Além de terem sido responsáveis por padrões formadores de práticas de análise que operaram profundas alterações no conceito de cultura, os parâmetros teórico-analíticos introduzidos pelos pioneiros dos *cultural studies* britânicos no final dos anos 1950 consolidaram-se nas gerações seguintes procedendo à desmistificação de preceitos elitistas que até então avaliavam a cultura e o consumo de massa. Deslocando-se desses enquadramentos, as questões de recepção e produção foram articuladas ao consumo cultural e inseridas nas pesquisas sobre a constituição dos contextos culturais, resultando na epistemologia identificada por Schwarz (2000, p.47), a partir do primeiro projeto dos *cultural studies* que, de acordo com este autor, foi suportado pela "transposição das coordenadas qualitativas — estéticas e éticas — associadas à crítica literária para a prática das culturas vivas ou populares".

**Fundamentação teórica**

As nuances da interação entre os meios de comunicação e os sujeitos são engendradas de tal forma que constroem no imaginário popular a idéia da mídia como um Quarto Poder, que se soma aos poderes constituídos nas democracias (Executivo, Legislativo e Judiciário) e, mais do que isso, que lhes fiscaliza o funcionamento.

Em seu relatório, a ANDI – Agência Nacional de Direitos da Infância (2007) identifica alguns dos elementos essenciais que caracterizam uma sociedade democrática na contemporaneidade. Dentre eles estão a divisão de poderes, a afirmação de direitos civis – como a liberdade de imprensa e expressão – e políticos, a realização de eleições regulares, o fortalecimento dos mecanismos de controle (accountability) do próprio Estado e a garantia da atuação plena de algumas instituições não estatais, sendo central o papel da mídia nesse processo.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A sociedade democrática ativa baseia-se na promoção do desenvolvimento econômico e do bem-estar coletivo, que acontece de forma compartilhada pela ação do Estado e dos partidos, dos sindicatos, das ONGs e da mídia. (MELO NETO e FRÓES, 2001) Assim, a convivência numa democracia implica a interação contínua entre Estado e sociedade. Peça-chave nesse processo de interação, a mediação dos meios e profissionais de comunicação, de acordo com Romais (2001), é elemento decisivo na construção da dimensão pública contemporânea. Neste sentido, o autor esclarece que:

> Numa democracia participativa, o acesso e o controle sobre os processos de produção da mídia por parte do público tornam-se uma dimensão vital da participação política. Num quadro de fragilização das estruturas políticas como hoje vivemos, o grande conjunto de reivindicações populares fica órfão, sem a defesa das entidades historicamente representativas. E quem assume esse papel, então, *é* a mídia — uma instituição privada com fins lucrativos, desempenhando o papel que pertenceu no passado às instituições de pressão, como se ela, a mídia, fosse de fato seu portador histórico e legítimo. (ROMAIS, 2001, p.52)

Este autor recorre a Habermas, para concluir que “a esfera pública é o espaço onde indivíduos privados discutem questões públicas, um espaço que faz a mediação entre a sociedade e o Estado”.

Quando do olhar particular às narrativas midiáticas, onde se inserem as *cartas de leitores,* França e Guimarães (2006) entendem que é a mídia quem desempenha uma função essencial: mais do que simples repertório de narrativas ordenadas em seus diferentes gêneros e estratégias de produção de sentido, ela surge como um conjunto complexo de círculos concêntricos, que vai do mais abrangente, as interações mediadas pelo dispositivo – porosas aos fatos do âmbito social – ao mais específico, a conformação particular de uma manifestação linguageira própria deste ou daquele meio de comunicação, passando pelo modo com que os sujeitos interlocutores se encontram implicados nos discursos midiáticos.

Já a trajetória de sujeitos comuns alçados da condição de simples receptores a protagonistas midiáticos, vem sendo tema de pesquisa, desde 2002, quando se cunhou a expressão “síndrome do protagonista”, título que pautou as reflexões posteriores sobre as produções e as personagens abrigadas sob os gêneros “de realidade”. Busca-se, desde então, caminhos para situar o debate

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



sobre o crescente protagonismo das audiências, reconhecendo que é sob alguns protocolos de organização do espaço midiático que se oferece ao sujeito comum a oportunidade de mover-se de sua posição convencional — de receptor, sem roteiro, direção ou efeitos cênicos para guiá-lo — para as esferas da produção midiática. (MORAES, 2009)

**Considerações finais**

Para atentar ao que está sendo efetivamente inovado pela presença dessas personagens colocadas sob o foco midiático, aquilo que possa ser traduzido por reais processos de interatividade entre receptor e produtor ou por mera submissão a formas de produção e organização já dadas pela própria mídia, é preciso articular o que se esconde sob o impacto do sucesso dos gêneros 'de realidade' e seus protagonistas.

Para tanto, ciente de que este trabalho é parte do momento em que se esboçam as primeiras considerações sobre o tema, busca-se o conceito cunhado por Raymond Williams (1954) para pesquisar a respeito do que não está confortável sob a inquietação que provoca o novo. Trata-se da idéia de estrutura de sentimento, oferecendo um caminho para situar a reflexão sobre o protagonismo como uma proposição cultural que se reporta especificamente à geração de personagens forjadas nas produções "de realidade" da mídia, emblemática de novos modos de ver e sentir o mundo; mas que também está inserida em um espaço de construção de sentidos que de maneira distinta à postura cristalizada de "insensar" o novo, abriga determinadas marcas de herança histórica dos processos de sua estruturação social. Pois são justamente as áreas de tensão, desconforto, perplexidade ou estranhamento, quando equacionadas em relação aos processos que formam a consciência entre o que é articulado e o que é efetivamente vivido, que se constituem na matéria-prima do conceito de estrutura de sentimento.

Na análise prévia dos dados coletados, percebe-se que, muitas vezes, cabe ao leitor a divulgação de problemas sociais, expondo o seu sentimento de indignação e impotência para solucionar questões que dizem respeito a obrigações do governo (seja ele nacional ou estadual), e recorrendo à estrutura e à capacidade

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



do veículo midiático que, neste sentido, mantém uma relação mais próxima e pessoal com o cidadão e suas demandas cotidianas do que os poderes instituídos.

De certa forma, alguns leitores buscam uma solução criativa às afirmações deste autor, como o sujeito que busca um fórum alternativo à ausência de espaços institucionais e, ao informar o próprio jornal sobre um tema que não estava na pauta da imprensa, conquista o privilégio de protagonista da notícia. Sua carta, assim, transcende a categoria opinativa, hibridizando-se na função informativa.

Também se espera encontrar na análise cartas com cunho bastante evidente de demandas por cidadania. Acredita-se que se trata de um espaço onde o leitor expõe sua preocupação, cansaço, desalento e, por vezes, humilhação por não encontrar respaldo do Estado (ou dos aparelhos de Poder, à maneira althusseriana) às suas necessidades.

É possível que o leitor busque forjar a própria participação no espaço midiático para ampliar a possibilidade de igualdade política. Neste espaço, o cidadão pode transcender a situação humilhante que descreve, fortalecendo o sentimento de cidadania e desenvolvendo competências que lhe garantem, ao tomar a palavra, obter voz e o poder que até então lhe eram alijados, embora sempre prometidos nos momento eleitoral. É possível induzir, portanto, que através desta seção, o leitor assuma uma participação ativa no sentido do *accountability* midiático, abdicando do papel coadjuvante, deixando de ser um número em mais uma pesquisa de mercado, para se tornar protagonista na construção de cidadania nas páginas de um jornal.

Percebe-se assim, o caráter complexo, ambíguo e até mesmo contraditório do papel da mídia na sociedade, o que possibilita múltiplas leituras. E é disso que se intenta tratar.

**Referências**

COSTA, M. V. Estudos Culturais – para além das fronteiras disciplinares. In: COSTA, M. V. (org.) *Estudos Culturais em Educação*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2000.

DELLAZZANA, A. L. Publicidade e democracia: regulamentação *versus* censura. In: *7º Encontro Nacional de História da Mídia*. Fortaleza: Meio digital (cd), 2009.

FRANÇA, V.; GUIMARÃES, C. (org.) *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



KROTH, M. E. Contratos de leitura: narrativas do cotidiano como estratégia de captura da recepção no rádio. In: *Intercom* – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, setembro de 2009.

MATA, M. C.. *De la cultura masiva a la cultura mediática*. Diálogos de la comunicación. Lima: FELAFACS, s/ed., pp.80-91, 1997.

MELO, J. Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro.* Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO NETO, F. e FROES, C. *Gestão da responsabilidade social corporativa*: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualymark, 2001.

MORAES, A. L. Coiro. O espetáculo de realidade como gênero midiático: na fronteira entre o ficcional e o factual. *In:* BORELLI et al. (orgs.) *Estudos das mídias*: comunicação, cultura e consumo. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2009.

MOREIRA, S. V. "Análise documental como método e como técnica". In: DUARTE, J. e BARROS, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA V. C. et al. A mídia em pauta: accountability midiático na TV Comunitária de Belo Horizonte. In: *8º ENCONTRO DE EXTENSÃO DA UFMG*. Belo Horizonte, 2005. Disponível em <http://www.ufmg.br/proex/arquivos/8Encontro/Comun_1.pdf>. Acesso em 3 de dez. de 2008.

ROMAIS, A. Mídia, democracia e esfera pública. *In:* JACKS, N. *Tendências na comunicação.* Porto Alegre: L&PM, 2001.

SCHWARZ, B. "Onde estão os *cultural studies*?". *Revista de Comunicação e linguagens*, Lisboa, Relógio D'Água, nº. 28, 2000. pp.42-64.

## 4. Gauchidade: aspectos identitários nos programas regionais do Rio Grande do Sul

*Fernanda do Amaral Ferrari (acadêmica)*

(f.a.f@hotmail.com)

*Helen Piegas Barcelos (acadêmica)*

(barcelos.helen@gmail.com)

*Flavi Ferreira Lisboa Filho / UNIPAMPA*

(flavifilho@unipampa.edu.br)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Este estudo busca analisar os programas transmitidos durante a semana farroupilha. Para iniciar a pesquisa foi compreendido os estudos dos telejornais do Rio Grande do Sul na busca de verificar parcialmente como é a inserção da gauchidade nesse formato – voltado para o conteúdo informativo e de comprometido com a veracidade. Analisando as edições dessa primeira etapa observou-se que os telejornais possuem um discurso serializado, apresentando uma gauchidade marcada pela interação dos apresentadores com o telespectador, incentivo ao consumo de bens simbólicos tradicionalistas, como forma de continuidade às manifestações culturais e preservação da identidade gáucha.

**Palavras-chave**: Gauchidade; Tradicionalismo; Telejornais; Manifestações Culturais.

**Introdução**

A trajetória da televisão mostra que ela é um veículo de comunicação de ampla cobertura e penetração entre todas as classes da população. Fonte de informações e importante propagação de conhecimentos, difusão cultural e na formação de identidades mesmo em um contexto mercadológico.

Este trabalho analisa a construção da identidade gaúcha, levando em conta a construção de uma gauchidade através de representações, discurso e gestualidades apresentados pelos programas de televisão do Rio Grande do Sul. Essas expressões identitárias divulgam, também, um interesse de afinidade com o público.

Nosso objetivo é analisar as significações de sentido construídas pela mídia nos programas do estado, verificando as manifestações presentes no regionalismo gaúcho que constituem a gauchidade, por meio de atores discursivos e sociais, ambientação, usos de linguagem e identificar as marcas que representam o regionalismo e que está inserido no discurso, reconhecer como se dá a intertextualidade da gauchidade e perceber os processos identitários construídos pelos programas na representação do gaúcho.

Diante do exposto podemos sintetizar a problematização deste projeto no seguinte enunciado: “Qual o discurso televisual e quais as estratégias de inclusão e exclusão presentes na narrativa de programas regionais?”.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A noção que ora desejamos trabalhar é a de que a gauchidade é a soma de elementos sociais, culturais, estéticos e midiáticos que caracterizam o discurso do/e sobre o gaúcho. Tais "falas" podem ser lidas na indumentária/figurino, no linguajar/expressão verbal, no comportamento, nos hábitos alimentares, nos hábitos sociais, nas tecnologias empregadas, nos utensílios de trabalho e, ainda, nos valores tradicionais – e quem sabe até estereotipados – desse povo: belicosidade, coragem, sentimento de pertencimento a terra, honra, importância da família e liberdade. Nessa perspectiva, a gauchidade televisiva se configura, para além das características citadas, também pelo recorte do formato e linguagem televisual enquanto produtores de efeitos de sentido.

**Procedimentos metodológicos**

Como base para o desenvolvimento da investigação utilizou-se a pesquisa qualitativa e o levantamento das principais estratégias empregadas nos programas de tevê. Foram realizadas, como etapa inicial, a pesquisa referente à programação das emissoras SBT, Band, Record e RBS TV afim de reconhecer os programas focados na região gaúcha, ao todo foram identificados 24 programas. A partir deste mapeamento foram especificados os programas de maior relevância para a pesquisa utilizando o critério de três gravações de cada programa que são exibidos de segunda a sábado, por ser a metade, e por serem programas de maior interesse com a região rio-grandense.

A semana escolhida para as gravações foi à semana farroupilha, que antecede o dia 20 de setembro (dia do gaúcho), porque são os dias em que o gaúcho possui mais destaque na mídia. Os programas gravados foram Galpão Crioulo, Coisas do Sul, especial 20 de setembro, Tele Domingo, RS Acontece, Band Cidade, Rio Grande no Ar, Jornal do Almoço, Bom dia Rio Grande, RBS notícias, Rio Grande Record, Destaque Gaúcho, Vida e Saúde , Anonymous Gourmet, Patrola e o Especial Família Brasil.

Portanto, pela busca de resultados fragmentados, as primeiras decupagens foram dos telejornais, por serem estes os que mais retratam o dia-a-dia da região e mostram seus principais acontecimentos.

Levando em conta que a análise televisiva não compreende apenas o procedimento metodológico usado nesse trabalho, percebemos que o objeto

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



dessa investigação pode ser estudado por uma das perspectivas do estudo de caso, que parte de um esforço exploratório, para angariar dados e construir estratégias metodológicas próprias, capazes de reunir diferentes técnicas e procedimentos da pesquisa qualitativa com conceituações e instrumentos dos estudos culturais e da análise textual.

**Fundamentação teórica**

O recorte da fundamentação teórica apresentado neste texto procura uma aproximação da discussão sobre construção identitária, tevê e telejornal.

A construção identitária:

Para HALL (2000, pp.108-109) as identidade são cada vez mais fragmentadas, elas são multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicas. As identidades estão sujeitas a uma historicidade radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação. Elas têm a ver, entretanto, com a utilização dos recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que nós somos, mas daquilo que nos tornamos.

Assim, concebemos a identidade a partir de uma identificação que é o reconhecimento com algo que nos seja de origem comum ou de um mesmo ideal. A identificação como uma construção, é um processo que nunca está completo. Ela não é completamente determinada, no sentido que ela pode ser sempre, sustentada ou abandonada (HALL, 2000, p.106), um processo nunca completo, mas sempre em funcionamento.

A identidade também se faz através da diferença. As identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre por meio de sistemas simbólicos de representação quando por meio de formas exclusão social. A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade depende da diferença. (WOODWARD, 2000, pp.39-40) A identidade só existe se admitida em relação a algo que ela não é a uma outra identidade, ela é relacional. Sua existência depende de algo externo e diferente.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Televisão e o Telejornal:

A televisão como mídia assume o papel de preservação da história, atualizando costumes. Ela se mostra próxima ao público, de forma que ele se identifica com ela criando uma dependência de ambas as partes. A mídia através do discurso serializado, da repetição das imagens chama a atenção do público e ganha pela insistência e pela versatilidade.

Na televisão, os telejornais procuram formatos diversificados e apresentadores. "Sem dúvida, em qualquer formato de programa jornalístico na televisão, o apresentador é a figura central, aquele que representa a 'cara' do programa, e mais importante, que constrói a ligação entre o telespectador e os outros jornalistas que fazem o programa". (GOMES, 2006, p.112)

Essa ligação que se constrói entre telespectador e apresentador é o modo de endereçamento, ou seja, quem o programa procura atingir durante o programa e o tempo que está no ar, semanalmente ou diariamente. Assim, ganha credibilidade com o programa e com os apresentadores, que através do tom de suas falas e gestos se tornam peça chave de um programa jornalístico.

Para uma maior aceitação do telespectador muitos telejornais procuram fugir do formato padrão, usa formatos que chamem a atenção do público específico, como os programas voltados para o entretenimento, acontecimentos policiais e outros.

> Um telejornal sempre apresenta definições dos seus participantes, dos objetivos e dos modos de comunicar, explicitamente ("você, amigo da rede globo", "para o amigo que está chegando em casa agora", "esta é a principal notícia do dia", "Agilidade, dinamismo e credibilidade é o que queremos trazer para você", "você é meu parceiro, nós vamos juntos onde a notícia esta") – ou implicitamente – através das escolhas técnicas, do cenário, da postura do apresentador. (Idem, p.115)

As falas, tecnologias de imagem e som e a exibição de como fizeram a notícias também fazem parte da credibilidade e veracidade que a emissora/programa quer mostrar.

> A exibição das redações como pano de fundo para a bancada dos apresentadores na maior parte dos telejornais atuais é apenas uma dessas estratégias de construção de credibilidade e, ao mesmo tempo, de aproximação do telespectador, que se torna, assim, cúmplice do trabalho de produção jornalística. Mas ainda

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



> as transmissões ao vivo ainda é o melhor exemplo do modo como os programas buscam o reconhecimento da autenticidade de sua cobertura por parte da audiência. (Idem, p.116)

A utilização de telespectadores para a construção da notícia é utilizada em dois tipos de fontes, a autoridade e o cidadão comum. O primeiro serve para transferir validade à notícia e o segundo pode ser o que foi afetado pela notícia, quando ele é a notícia ou quando ele simplesmente da sua opinião.

**Considerações finais**

Nesta pesquisa apresentamos resultados parciais, especificamente sobre as manifestações culturais e questões identitárias nos telejornais. Observou-se que os telejornais primam pela seriedade, os cenários são escuros, os apresentadores sem muito movimento e com roupas fechadas. O tempo dos blocos varia muito, até mesmo de uma edição para outra, contudo os intervalos são sempre de dois minutos.

O Banrisul aparece como o maior patrocinador da semana farroupilha nos intervalos dos telejornais, isso porque ele se identifica como o banco dos gaúchos. Antes chamado de BRGS (Banco do Rio Grande do Sul) o Banrisul também afirma em seu slogan “quem tem Banrisul tem tudo”, assim podemos dizer que insinua que quem tem o banco dos gaúchos tem tudo, e assim coloca o povo gaúcho em um “pedestal” como se fosse um povo diferente e melhor de qualquer outro.

A semana farroupilha, ligada à tradição do estado, mostra os principais costumes como a culinária, os acampamentos nos parques farroupilhas, danças e músicas. A gauchidade é atualizada através da biblioparque e outras inovações como a roda de chimarrão pela internet e supermercados, padarias, farmácias, lojas, biblioteca, caixas eletrônicos, restaurantes que se encontravam dentro dos parques para suprir necessidades de infra-estruturas como se a gauchidade suprisse tudo.

Percebeu-se a atualização e a transmissão de uma gauchidade que atende às necessidades, até mesmo emocionais, ela parece ter o intuito de impulsionar o consumo de bens simbólicos, buscando a caracterização e o “amor” que sentem pelo Rio Grande, para que a “alma farroupilha não morra”, como disse um dos apresentadores âncoras. Para isso, utilizam cenários rústicos dentro do

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



acampamento farroupilha, mostrando o gaúcho que come churrasco e carreteiro de charque, que acorda e toma um chimarrão escutando músicas tradicionalistas, que fala da lida do campo, de uma vida campeira.

Utilizando como estratégia o horário em o que o telespectador mais se encontra em casa e na frente da televisão eles "vendem" a cultura gaúcha. Desde o tempo em que os antepassados forjaram alguns valores hoje tradicionais é que a gauchidade vem se construindo a partir dos meios de comunicação. A televisão utiliza o recurso da identidade do estado – gaúcho guerreiro e orgulhoso de sua tradição, para ganhar audiência e se mostrar junto ao povo, incluindo pessoas de dentro e fora do estado que se identifiquem com esse gaúcho midiatizado.

**Referências**

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias. (orgs.) *Televisão*: entre o mercado e a academia. Porto Alegre: Sulina, 2009.

GOLIN, Tau. O lugar da invenção "tradicional" na modernidade conservadora. In: *Identidades*: questões sobre a representação socioculturais no gauchismo. Passo Fundo: Clio, Méritos, 2004.

HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. *Identidade e diferença*: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

JACKS, Nilda. *Querência*: cultura regional como mediação simbólica, um estudo de recepção. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

OLIVEN, Ruben George. Nação e tradição na virada do milênio. In: *A parte e o todo*: a diversidade cultural no Brasil-nação. Petrópolis: Vozes, 2006.

## 5. Cinema Gaúcho: contradições entre a tradição do pampa e a vanguarda da cidade

*Humberto Ivan Keske / Feevale*

(humberto@feevale.br)

O presente texto visa refletir sobre o processo de construção do imaginário coletivo gaúcho em relação ao cinema local. Utiliza como referencial teórico Cornelius Castoriadis, Michel Maffesoli e Castor Ruiz. Adota o estudo de caso como metodologia de análise. Procura delinear o atual panorama da cinematografia regional que abandona a égide do filme "campeiro" para assumir

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



um percurso notadamente contemporâneo. Tal mudança, entretanto, reforça posicionamentos ideológicos e valores conservadores de uma nova identidade regional, exaltando e defendendo hábitos bairristas e familiares provincianos.

**Palavras-chave**: Cinema Gaúcho; Imaginário; Identidade Regional; Audiovisual.

**Introdução**

O cinema gaúcho nasce, digamos assim, com uma temática extremamente peculiar: Ranchinho do Sertão, de 1912, com direção de Eduardo Hirtz, instaura, ainda na primeira década do início do século, a temática rural em suas produções. E essa proposta será recorrente e ganhará profundidade. Vai reaparecer em *O crime dos banhados*, 1913, sobre o assassinato de uma família inteira por desavenças política, e em *A mulher do chiqueiro*, 1914, sobre uma esposa que fora aprisionada pelo marido em um chiqueiro. Sob essa perspectiva, o signo do rural será amalgamado com o próprio signo do gaúcho.

Apesar das dificuldades na produção de novos títulos, a temática rural se mantém como auxiliar na construção de um imaginário "gaudério" ligado à lida campeira, ao pampa, ao homem rude, ao tropeiro que usa bombacha, trabalha nas charqueadas e come churrasco. O escritor Érico Veríssimo reforçará a necessidade de construção de uma identidade gaúcha com o lançamento, em 1949, da primeira parte da trilogia de *O Tempo e o Vento*, épico que narra a formação do Estado do Rio Grande do Sul através das famílias Terra, Cambará, Caré e Amaral. Trata-se do início do surgimento da figura mítica e redentora do gaúcho forte que, se for preciso, enfrenta até a morte e ainda sai vitorioso, como consta de alguns ditados populares.

A chegada dos anos 60 traz faz emergir os sucessos do cantor regionalista Vitor Mateus Teixeira, o Teixeirinha. Paralelamente a isso, as temáticas urbanas continuavam a ser produzidas, atraindo um público nascido e criado em um centro urbano como Porto Alegre. Pelo menos quatro grandes nomes da geração que começou no "Super-8" dos anos 70 despontam nesse contexto de (re) construção de um imaginário urbano multifacetado pelo cotidiano: Nelson Nadotti, Giba Assis Brasil, Carlos Gerbase e Werner Schünemann, diretores e co-diretores de uma série de títulos, que retratam a sociedade dos anos 80. Caleidoscópio das transformações sociais que rompia com um passado de repressão e iniciava seus

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



primeiros passos em direção à redemocratização do Brasil e à abertura política, a temática urbana vem servindo como fio condutor que marcará essa nova transformação da narrativa fílmica gaúcha.

**Procedimentos metodológicos**

Para se entender o processo de construção do imaginário na sociedade gaúcha contemporânea realizou-se um estudo de caso, mediante aplicação de questionário. Foi delimitado em uma faixa etária que vai dos 14 anos de idade até 25 anos. Essa escolha não foi aleatória, pois nosso interesse era entrevistar, num primeiro momento, a faixa etária que mais freqüenta as salas de cinema, para posteriormente, ampliarmos o escopo da amostragem. A partir dessa premissa inicial, buscamos esse público em seu terreno. Precisávamos encontrar jovens com opiniões fortes que soubessem articular e se posicionar sobre assuntos como cinema, gêneros de filmes e defesa de ponto de vista.

Entre os dias 04 e 05 de abril de 2009 ocorreu, em Porto Alegre, um evento chamado *Anime World*, que reuniu centenas de jovens gaúchos no Centro Universitário Metodista – IPA/RS, com muita música, *animes* (desenho japonês) e *cosplay* (pessoas fantasiadas de personagens de desenho animado, *games* e histórias em quadrinhos). A prática do *cosplay* também engloba personagens pertencentes ao vasto universo do entretenimento, como filmes, séries de TV, livros e animações de outros países. Os seguidores interpretam os personagens caracterizando-se, reproduzindo os traços de personalidade como postura, falas e poses típicas. O *hobby* costuma ser praticado em eventos que reúnem fãs desse universo, como convenções de *anime* e *games*.

**Fundamentação teórica**

A proposta original de Castoriadis (1991) é a de que toda a vida social na complexidade das suas instituições, do seu intrincado tecido de relações, da materialidade de suas técnicas e práticas variadas, de suas múltiplas formas culturais, políticas, econômicas e, principalmente sociais, seria o produto de uma instituição imaginária. “O imaginário que falo não é *imagem de*. É criação incessante e essencialmente indeterminada (social-histórica e psíquica) de figuras/formas/imagens, a partir das quais somente é possível falar-se de ‘alguma

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



coisa'. Aquilo que determinamos 'realidade' e 'racionalidade' são seus produtos". (Castoriadis, 1991, p.13) Deste modo, para além de qualquer aspecto limitador, simplista, linear, sistematizado e fechado, que deixe de articular todos os demais pólos desse imenso "sistema social" em contínua transformação e movimento, o ponto de partida, segundo o autor, sob o qual se constitui a instituição social é o plano simbólico.

O autor, por sinal, sugere uma enormidade de exemplos para reforçar a idéia de que este plano abstrato e invisível; porém existente e materializado, atua, abrange e permeia todos os níveis da sociedade, desde a própria noção de instituição, passando organização econômica, pelo sistema de direito, poder instituído, etc., até o estabelecimento das religiões como ritual que, por excelência, comporta essa dimensão simbólica que extrapola um nível meramente funcionalista dos estratos da vida social. Inclusive, o caráter essencialmente imprevisível do simbólico faz com que não se possa

> determinar a priori, o lugar por onde passará a fronteira do simbólico, o ponto a partir do qual o simbólico invade o funcional. Não podemos fixar nem o grau geral de simbolização, variável segundo as culturas, nem os fatores que fazem com que a simbolização se exerça com uma intensidade particular sobre tal aspecto da vida da sociedade considerada. (Castoriadis, 1991, p.150)

Compactuando com essa visão, para Michel Mafesolli (2001) o imaginário não também não pode ser definido como algo simplesmente racional, sociológico ou psicológico, mas sim, tem também algo de imponderável, certo mistério da criação, ou mesmo da transfiguração. Ele carrega em si partes da cultura e é, entre outros aspectos, o estado de espírito que caracteriza um povo. Nesta perspectiva, o imaginário individual é sempre resultado de um imaginário grupal, portanto, coletivo e sempre pertencente a um país ou comunidade. Segundo Maffesoli (2001), "o imaginário estabelece um vínculo. É o cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual". (MAFFESOLI, 2001, p.76) Este elo entre o individual e o social é dado, conforme já comentado, pelos elementos simbólicos de uma determinada cultura.

Nestes termos, o simbólico dá o substrato de sustentação para o imaginário. É a partir dessa "matriz", que permeia todos os demais níveis de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



constituição da sociedade, que a "dimensão inventada" pode existir. Entretanto, não devemos pensar que o simbólico reduza seu conteúdo unicamente ao que é representado pelo imaginário; ou que seja, de algum modo, seu sinônimo. "O simbólico comporta, quase sempre, um componente 'racional-real': o que representa o real ou o que é indispensável para o pensar ou para o agir". (Castoriadis, 1991, p.155) Ou seja, muito além das possibilidades "lógicas", escapam elementos mágicos, fantásticos, futuristas, invisíveis, inventados, possíveis, que fazem parte do simbólico, e que constantemente atualizam o imaginário, em todas as esferas da vida social e de suas instituições.

Na aplicação do questionário aos participantes da pesquisa, esmagadores 60% disseram que não gostavam do cinema gaúcho. Destes, 9% gostavam parcialmente e apenas 31% gostavam do cinema nacional. Ao contrário do que as hipóteses inicialmente levantadas apontavam os gaúchos não seriam tão "bairristas" quanto se pensava, ao menos não os jovens gaúchos, pois somente 30% dos gaúchos gostam do cinema feito por seus conterrâneos. Um fato interessante é que, quando se perguntou sobre o cinema regional, os entrevistados foram mais decididos em suas posições e nenhum dos questionados disse que gostava parcialmente do cinema regional; ou seja, 70% declararam não gostar e 30% disseram que gostavam sem margens para dúvidas.

Os 30% que admitiram gostar do cinema gaúcho justificaram sua decisão com apenas três alternativas. A maioria esmagadora de 50 % disse que aprovava o cinema nacional porque retratava a cultura gaúcha. Ou seja, tal posicionamento apresenta uma *curiosa contradição*: o cinema nacional é "aprovado" pelo público-alvo *porque* retrata a cultura gaúcha; e somente por isso. Nestes termos, 35% gostam da qualidade técnica que o cinema gaúcho apresenta; apreciam a qualidade de imagem e a maneira de produzir o filme em geral. Por outro lado, 15% dos entrevistados explicam que gostam do cinema gaúcho simplesmente por que é melhor que o cinema brasileiro. Novamente a idéia do chamado "bairrismo" gaúcho vem à tona, de maneira contraditória.

Os 70% que afirmaram não gostar do cinema regional justificaram sua reprovação com cinco alternativas diferentes. Ou seja, 28% foram categóricos em dizer que as histórias eram ruins e 21% reclamaram da baixa qualidade técnica.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Destes, 17% disseram que não gostavam do cinema gaúcho por falta de divulgação; 19% nunca assistiram e 15% colocaram a óbvia superioridade estrangeira.

Um fato que deve ser ressaltado é que 10% dos entrevistados nem sabia que se fazia cinema no Rio Grande do Sul. Nestes termos, 90% dos que sabiam que existia produção cinematográfica local, 54% não souberam citar sequer um filme que tenha sido feito na região ou com diretores locais. Dentre os 46% que puderam citar filmes gaúchos, 30% lembrou de *O homem que copiava*, em função de sua veiculação televisiva; seguida por *Neto perde sua alma* que ficou com 26% das citações. Outros filmes, de destacado apelo televisivo, nacional e internacional, receberam 39% das considerações.

Para falar mais da parte técnica, questionamos esses jovens sobre nome importantes de diretores que tenham relevância para a produção cinematográfica local. Dos entrevistados, 22% confessaram não conhecer o nome de nenhum diretor, ainda que Jorge Furtado, famoso por filmes como *O homem que copiava* e *Meu tio matou um cara* recebeu 42% das citações, seguido por Ana Luiza Azevedo com pouco mais de 20% das citações, enquanto que os demais diretores não chegaram a figurar na pesquisa. Ao indagarmos se o cinema gaúcho retratava as pessoas e as paisagens da região com fidelidade, 70% responderam que sim e 28% afirmaram que não concordavam com isso, pois na opinião deles os gaúchos eram representados de forma caricata.

**Considerações finais**

A década de 80 foi considerada um marco na cinematografia gaúcha, pela transposição da temática rural para a temática urbana. A égide do filme “pampeiro” com personagens vestidos de bombacha e comendo churrasco seria gradualmente abandonada para assumir um percurso notadamente citadino, o que promove a construção de outro imaginário para o cinema gaúcho.

Autores como Castoriadis (1991), Aumont (2000) e Metz (1977) repensam a questão do imaginário como sendo um mundo de significações estabelecido na e pela passagem entre um mundo “natural” ou “real” e um mundo social-histórico, passagem esta também percebida entre a “naturalidade” do homem campeiro e a urbanidade vivenciada em diversas películas, conforme já referido. Inclusive, o próprio Castoriadis (1991) propõe que a idéia de imaginário também não pode

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



estar centrada, e, de certa forma, limitada, unicamente aos aspectos que constituem um mundo social-histórico; ainda que dele façam parte. A proposta do autor reside na criação de um imaginário que seja sempre superior a "concretude" do mundo que lhe teria dado origem. "O mundo das significações cada vez instituído pela sociedade não é evidentemente uma replica ou um decalque (reflexo) de um mundo "real", nem tampouco sem relação com certo ser-assim da natureza". (Castoriadis, 1991, p.399)

Juremir Machado da Silva (2003, p.14) defende que "se o imaginário é uma fonte racional e não racional de impulsos para a ação, é também uma represa de sentidos, de emoções, de vestígios, de sentimentos, de afetos, de imagens, de símbolos, e de valores. Pelo imaginário o *ser* constrói-se na cultura". Pode-se perceber a partir destas colocações, que há uma ligação forte entre imaginário e cultura, e é através do imaginário que o indivíduo se reconhece e encontra reconhecimento no outro, conforme vem aqui se discutindo.

E é no sentido de *identificação*, o reconhecimento de si no outro, conforme coloca Silva (2003), que o cenário urbano dos filmes se mantém o mesmo: preserva valores culturais que são típicos dos porto-alegrenses, valorizando as gírias e o viver cotidiano de seus habitantes. Ao retratar a vida daqueles que descobriram a liberdade e tentaram "transformar" o mundo na ebulição dos loucos anos 60 e que, posteriormente, rotularam negativamente a década passada, reforçando valores que já tinham sido questionados, a filmografia regional traz à tona um processo de *apropriação*, ou seja, o desejo de ter o outro em si.

Entretanto, tal sentimento logo se esvaece, deixando transparecer posicionamentos ideológicos de repulsa ao outro e a sua cultura de vanguarda, na tentativa de quebra dos paradigmas sociais até então estabelecidos. Este processo de apropriação, conforme percebido no desenvolvimento da pesquisa torna-se paradoxal: ao mesmo tempo em que deseja o "mundo do outro", recusa-o, legitimando, na verdade, os valores conservadores dos quais queriam se afastar. Ou seja, a reelaboração do outro em si, faz emergir um acentuado regionalismo, cujo sotaque gaúcho apresenta a cidade como palco cosmopolita dos acontecimentos sociais, preservando-a e exaltando-a, defende os hábitos, os falares e os valores bairristas e familiares provincianos, em uma tentativa de retorno ao passado regional e não mais contemporâneo.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Referências**

AUMONT, Jacques. 2000. *A imagem*. Campinas: Papirus, 317p.

BORGES, Jorge Luiz. 1976. *O livro dos sonhos*. São Paulo: Círculo do Livro, 213p.

CASTORIADIS, Cornelius. 1991. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 418p.

COMPAGNON, Antoine. *O demônio da teoria*: literatura e senso comum. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

ECO, Umberto. 1986. *Lector in fabula*. São Paulo: Perspectiva, 219p.

MAFFESOLI, Michel. *A transfiguração do político:* a tribalização do mundo. Porto Alegre, Sulina, 2001.

MERTEN, Luiz Carlos. 2002. *A aventura do cinema gaúcho*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 112p.

METZ, Christian. 1977. *Significação no cinema*. São Paulo: Perspectiva, 295p.

RUIZ, Castor Bartolomé. *Os paradoxos do imaginário*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. 2002. *Matrizes da linguagem e do pensamento*: sonora, visual, verbal – aplicações nas hipermídias. São Paulo: Iluminuras, 431p.

SILVA, Juremir Machado da. *As tecnologias do imaginário*. 2ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2003.

**Referências complementares**

http://www.casacinepoa.com.br. Acessado em: 28/07/2009.

ROSSINI, Miriam de Souza. (2000) *Cinema gaúcho*: construção de história e de identidades, 15p. Disponível em: <http://nuevomundo.revues.org/document3164.html>. Acessado em: 16/08/2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 6. "Rádio Terra Livre FM" no percurso histórico da comunicação popular e comunitária[55]

*Joel Felipe Guindani*
(j.educom@gmail.com)
*Valdir Jose Morigi*
(valdir.morigi@ufrgs.br)
*Cristóvão Domingos de Almeida / UFRGS*
(cristovaoalmeida@gmail.com)

Esta proposta de pesquisa tem por objetivo compreender a experiência de comunicação desenvolvida por agricultores Sem Terra localizados no Assentamento 25 de Maio, região oeste do estado de Santa Catarina. Trata-se de um estudo sobre a Rádio Terra Livre FM e demais ações de comunicação como cinema itinerante, festival de música e poesia, que nos auxiliam na compreensão tanto do percurso histórico, como na reflexão sobre o papel da comunicação popular e comunitária na contemporaneidade. Partimos da localização teórica desses conceitos, interligando-os com o percurso histórico, atividades culturais e com as formas de resistência que asseguram o funcionamento da emissora em estudo.

**Palavras-chave**: Rádio; Comunicação Popular; Comunicação Comunitária; Rádio Comunitária.

### Introdução

Esta pesquisa busca compreender em que medida a Rádio Terra Livre FM e demais ações culturais realizadas no Assentamento 25 de Maio, constituem-se, na contemporaneidade, como integrantes do percurso histórico da comunicação popular e comunitária.

A Rádio Terra Livre FM é um veículo de comunicação desenvolvido, desde o ano de 1996 e que congrega, no seu entorno, outras ações culturais como o Festival de Música e Poesia e Cinema Itinerante. Ações que, até o momento, representam indícios fundamentais para a compreensão da comunicação popular

[55]Esta proposta de pesquisa é parte integrante da pesquisa: A cidadania comunicativa nos processos comunicacional e midiático do Movimento Sem Terra (MST).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



e comunitária como modo de expressão das classes populares na história, como na atualidade.

Através da dinâmica metodológica da pesquisa participante, iniciada no mês de janeiro de 2010, adentramos no Assentamento 25 de Maio localizado no município de Abelardo Luz[56] (SC) e entrevistamos ouvintes, locutores e lideranças do Movimento Sem Terra (MST), registramos a constituição histórica da rádio Terra Livre FM; desde o processo de sua fundação em 1996, como os períodos de interrupção na sua programação e ações de resistência dos comunicadores mediante ameaças criminais e perseguições políticas.

Em parte do percurso investigativo já realizado, identificamos que as ações de comunicação popular e comunitária caracterizam-se como um enfrentamento ao projeto de dominação político-cultural capitalista, evidenciando-se assim, como espaços precursores e renovadores de um projeto popular de comunicação comunitária na contemporaneidade.

**Uma pesquisa qualitativa e participante**

Esta proposta investigativa traz, em sua estrutura, uma fundamentação de cunho qualitativo, pois, de acordo com Melo (1998), as tendências esboçadas reafirmam claramente que a pesquisa sobre os fenômenos comunicacionais da América Latina "[...] preservam sua atitude crítica na formulação de hipóteses teóricas e na delimitação dos pressupostos analíticos, intensificando, porém, o uso de processos empíricos qualitativos para descrever e diagnosticar as situações em movimento". (p.128)

Outro intuito metodológico desta pesquisa é eliminar os possíveis distanciamentos entre pesquisador e universo pesquisado, como também buscar ângulos de observação que propiciem uma maior proximidade com o campo em investigação. Por esse caminho, Peruzzo (2004) também nos apresenta alternativas concretas, como a modalidade metodológica da pesquisa participante. Segundo ela, a pesquisa participante requer: a presença constante do observador no ambiente investigado, para que ele possa 'ver as coisas de

[56]O município de Abelardo Luz está localizado no oeste catarinense, a 574 km de Florianópolis. A história do município se confunde com os conflitos e discussões originados pela posse e demarcação das terras da região localizada entre os rios Iguaçu e Uruguai, nos fins do século XVIII. Nessa época, a área era habitada por índios Guaranis e Caigangues que, aos poucos, foram expulsos de suas terras por colonizadores gaúchos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



dentro'; o compartilhamento, pelo investigador, das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado de modo consistente e sistematizado – ou seja, ele se envolve nas atividades, além de co-vivenciar 'interesses e fatos; a necessidade de o pesquisador 'assumir o papel do outro' para poder atingir o sentido de suas ações. Nesta perspectiva, afinam-se outros atributos como a reciprocidade entre sujeito e objeto e relação dialética entre teoria e prática.

Entrevistas estruturadas e grupo de discussão também compõem o ferramental metodológico a ser utilizado na investigação de campo. Sendo assim, o corpus desta pesquisa delimita-se: na observação participante junto ao assentamento 25 de Maio; na realização de entrevistas estruturadas com moradores (ouvintes), coordenação política e os comunicadores da Rádio Terra Livre FM. A conclusão desta pesquisa está prevista para o mês de Março de 2014.

**O rádio no universo da comunicação popular e comunitária**

Desde 1884, quando o físico inglês James Maxwell, prenunciou a existência de ondas eletromagnéticas, passando por Heirich Rudolf Hertz, que anunciou a propagação radiofônica, identificando-a como *ondas Hertzianas,* até Guglielmo Marconi, que enviou sinais da voz humana à distância, o Rádio[57] vem há séculos fazendo e refazendo histórias. Porém, como nos alerta Ferrareto (2001), embora o senso comum atribua a invenção do rádio à Marconi, pode-se afirmar que a radiodifusão sonora constitui-se no resultado do trabalho de vários pesquisadores em diversos países ao longo do tempo. Um dos pesquisadores que coloca em cheque essa versão histórica dita'oficial' é o Padre brasileiro e gaúcho Roberto Landell de Moura. Para Tavares (1999), dois anos antes de Marconi iniciar seus experimentos na Itália, aqui no Brasil, o Padre Moura já realizava testes, transmitindo, do alto da Avenida Paulista para o Bairro Santana, sinais da voz humana pelo espaço.

No século XX, o rádio foi exercendo profundos e variados efeitos na organização da atividade humana como um todo. Não se tratava mais apenas de um aparelho transmissor, mas de uma ferramenta, que aos poucos foi sendo

[57] "RÁDIO: meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir a distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas". Ver mais em: FERRARETO, 2001, p.23.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



apropriado pelas mãos do povo. Evidenciamos que o rádio, nesta pesquisa, é observado como uma "[...] tecnologia que surge, trazendo em si promessas, discursos, potencialidades, projetos, esquemas imaginários, implicações sociais e culturais". (BIANCO, 2004, p.317).

Implantado no Brasil em 1923, o rádio logo se configurou como o primeiro meio de comunicação verdadeiramente de massa. Ao longo da história brasileira, este veículo de comunicação foi servindo de meio a variadas formas de expressão cultural, política, religiosa e popular.

Direcionando nosso olhar reflexivo especificamente para o cenário popular, o Rádio, de formato comunitário, adquire outras dimensões, que realçam ainda mais sua complexidade. Para Haussen (2004), a característica principal do veículo continua sendo a da proximidade com a comunidade local. Cicilia Peruzzo pontua que a comunicação popular é sempre um ponto obrigatório de reflexão quando abordamos a radiodifusão comunitária. Ela salienta que é necessário levar em consideração que por comunicação popular se podem compreender processos variados, o que lhe confere características singulares. Para ela, a comunicação popular emerge quando os sujeitos buscam romper com os espaços hegemônicos de comunicação. Tais sujeitos, na grande maioria, seriam impulsionados pelas condições adversas e marginais de vida impostas pelo desenvolvimento capitalista. Nesta perspectiva, Pedro Gilberto Gomes (1990) enfatiza que "[...] a comunicação popular é aquela que se insere num contexto alternativo que é o do enfrentamento com o projeto de dominação capitalista e nele se define como agente de definição do projeto popular". (p.47)

De acordo com Peruzzo (1998), em nível teórico, até o momento há carência de uma sistematização mais globalizante sobre a comunicação comunitária e popular. Segundo esta autora, as abordagens ainda são fragmentadas o que dificulta uma conceituação mais unificada ou consensual.

Sendo assim, cabe a esta proposta de pesquisa, recuperar, junto ao universo empírico, indícios e ações que possam contribuir com a reflexão sobre comunicação comunitária e popular. Contribuição não apenas a um campo teórico, mas, sobretudo, aos sujeitos que historicamente lutam pelo direito e concretização de um projeto de comunicação popular libertadora.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**A Rádio Terra Livre FM e as ações culturais como referentes para a reflexão sobre comunicação popular e comunitária na contemporaneidade**

Como destacamos teoricamente, a comunicação popular e comunitária se constituiu em nosso país através de um complexo jogo de tensões entre um modelo vertical de comunicação, imposto pelo próprio desenvolvimento tecnológico e cultural capitalista, e por ações populares de contestação a este modelo. Para um dos comunicadores da Rádio Terra Livre FM "[...] desde a origem do movimento, a comunicação para nós foi um espaço de luta por uma comunicação para o povo e contra essa dominação capitalista, que só quer manipular o nosso povo"[58].

O meio radiofônico, desenvolvido no interior do Assentamento 25 de Maio, constitui-se como um ambiente de discussão sobre as questões locais: "[...] esta rádio é um meio para realizarmos o debate com a comunidade, sobre os problemas da nossa comunidade. Isso não seria possível na RBS ou na rádio da cidade"[59]. Da história deste veículo, através da mediação da comunicação popular e comunitária na atualidade, também destacamos os momentos de resistência como um importante elemento do fortalecimento da identidade cultural do grupo. "[...] no começo, a gente tinha muito medo. Acho que desde noventa e seis até noventa e nove, nós fechamos umas cinco vezes a rádio. Sempre nessa resistência".[60] Na mesma proporção, as instituições políticas locais desqualificam, através dos veículos oficiais, as ações do Movimento e a própria organização dos agricultores desta região.

> O prefeito e outros políticos daquele tempo mataram a cooperativa da gente [...]. Eles também mataram a rádio junto na época. Tivemos vários problemas com a rádio por causa dessa política. Mas como a gente queria ter nossos direitos, inclusive o de poder se expressar, continuamos firmes, resistindo a cada dia essas humilhações.[61]

---

[58] P é locutor e integrante da coordenação política da Rádio Terra Livre FM. Para manter a privacidade dos informantes, daqui em diante, todos os entrevistados serão identificados apenas pela primeira letra do sobrenome e, se as letras se repetirem serão acrescentados números.

[59] P1 é locutor e integrante da coordenação política da Rádio Terra Livre FM. Também integra o Setor estadual de Juventude do Movimento Sem Terra.

[60] A é locutor e um dos fundadores da Rádio Terra Livre FM.

[61] A1 é locutor da Rádio Terra Livre FM.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Mesmo neste percurso histórico conflituoso, junto a Rádio Terra Livre FM também são desenvolvidas outras atividades culturais como o Cinema Itinerante. Como explica um dos comunicadores,

> [...] o cinema itinerante é uma coisa que até nós ficamos surpreendidos. Na maioria dos assentamentos nós montamos o cinema dentro da igreja ou do clube. Achávamos que viriam poucas pessoas, mas sempre lotou. Nem em dia de missa ou de festa na comunidade o salão fica tão cheio. Depois do filme a gente faz um debate com eles[62].

Na fala da comunicadora, identificamos a Rádio Terra Livre FM transcende a percepção do rádio como um dispositivo tecnológico ou gênero comunicativo; ele é um espaço discursivo gerador e disseminador de conteúdos informacionais que possibilita o diálogo de temas de interesse da comunidade local, capaz de reconstruir simbolicamente o mundo cultural dos sujeitos envolvidos.

Como ambiente de comunicação, a emissora possibilita a criação de novas formas de sociabilidade e produção cultural. O Festival de Música e Poesia também se inscreve nesse processo. Realizado semestralmente, este evento propicia, dentre outras coisas, "[...] a possibilidade de cada companheiro mostrar suas qualidades (...). Muitos desses assentados viveram uma vida toda na opressão. (...) Então esse festival realizado pela rádio, busca ser um instrumento de libertação através da cultura, da música".[63]

Através da Rádio Terra Livre FM, os sujeitos buscam incorporar novos canais de expressão, práticas e conteúdos de cidadania mediante as forças excludentes de comunicação impostas pelo sistema capitalista. Identificamos nesta ação de comunicação popular e comunitária um fator ativo e que possibilita novas formas de sociabilidade e de práticas entre os sujeitos envolvidos com a sua comunidade e, porque não, com o mundo.

## Considerações finais

Nos últimos anos, vive-se um crescente acirramento dos antagonismos entre as classes sociais e, consequentemente, de exclusão social dos processos comunicativos e culturais gerados pelos mecanismos inerentes ao modo de

[62]S1 é locutora da Rádio Terra Livre FM.
[63] P2 é integrante da coordenação política da Rádio Terra Livre FM e membro do Setor Nacional de Comunicação do Movimento Sem Terra.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



produção capitalista. Para os agricultores Sem Terra, sujeitos desta pesquisa, adentrar no espaço comunicativo global parece ser cada vez mais difícil, mesmo havendo a farta disponibilidade tecnológica do mundo virtual. Mas o momento não é de desanimo e muito menos de desencanto como pregam alguns autores pós-modernos. No interior de movimentos organizados, no caso o Movimento Sem Terra, emergem forças vivas e potencialidades que reescrevem, dia a dia, o percurso histórico da comunicação popular e comunitária em nossa contemporaneidade.

Mesmo se tratando de uma pesquisa em desenvolvimento, podemos visualizar que esta experiência de comunicação popular e comunitária expressa sinais vivos que iluminam a compreensão do percurso histórico, especialmente para a atualização da nossa reflexão acerca da comunicação popular e sua interface com o rádio comunitário.

O fazer rádio comunitário, a partir das demandas locais, articula-se com a experiência histórica da comunicação popular e a complementa, especialmente sob forma de resistência. Quer dizer, a história da Radio Terra Livre está associada à dinâmica e a ação do grupo; de resistência as formas opressivas e autoritárias que os processos de dominação apresentam na atualidade. Por essa via, o grupo também constrói e manifesta a sua identidade cultural através do uso do rádio. Por fim, concluímos que o percurso histórico deste dispositivo tecnológico está intimamente ligado ao seu uso e aos contextos cultural e político, onde o grupo interage e desenvolve determinadas práticas sociais. A comunicação comunitária amplia a participação dos grupos sociais ao disseminar e democratizar à informação, possibilitando o diálogo e a reinvenção de novas ações comunicativas.

## Referências

BIANCO, Nélia R. Del. E tudo vai mudar quando o digital chegar. In: FILHO, André Barbosa; PIOVESAN, Angelo; BENETON, Rosana. (orgs.) *Rádio*. Sintonia do Futuro. São Paulo: Paulinas, 2004.

FERRARETO, Luiz Artur. *Rádio*: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

GOMES, Pedro Gilberto. *O Jornalismo alternativo no projeto popular*. São Paulo: Edições Paulinas, 1990.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



HAUSSEN, Doris Fagundes. Rádio brasileiro: uma história de cultura, política e integração. In: FILHO, André Barbosa; PIOVESAN, Angelo. BENETON Rosana. (orgs.) *Rádio*. Sintonia do Futuro. São Paulo: Paulinas, 2004.

MELO, José Marques de. *Teoria da Comunicação*: Paradigmas latino-americanos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PERUZZO, Maria Cicília. *Comunicação nos Movimentos Populares*: a participação na construção da cidadania. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. Da Observação Participante à Pesquisa-Ação no Campo comunicacional: Pressupostos epistemológicos e metodológicos. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina. (orgs.) *Pensamento comunicacional Latino-Americano*: Da Pesquisa-Denúncia ao Pragmatismo Utópico. São Paulo: UMESP, 2004.

TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o Rádio não contou*. 2. ed. São Paulo: Harba, 1999.

## 7. 100 Anos de Comunicação: Os Meios De Comunicação na Região Colonial Italiana do Rio Grande do Sul

*Kenia Maria Menegotto Pozenato*

(pozenato@zaz.com.br)

*Loraine Slomp Giron / UCS*

(loraines@terra.com.br)

A pesquisa *100 Anos de* Comunicação: Os *Meios De Comunicação na Região Colonial Italiana do Rio Grande do Sul* teve como objeto a história da imprensa regional, visando analisar os meios de comunicação na antiga região colonial italiana do RS (1897 e 1997). Foi realizada na Universidade de Caxias do Sul, de 1999 a 2004. Foram elaborados cinco Bancos de Dados, que se encontram à disposição dos pesquisadores interessados. Foram publicados dois livros: *100 anos de imprensa regional* (Caxias do Sul: Educs, 2004) e *Cinemas: lembranças* (Porto Alegre: EST/Letra & Vida, 2007). Foi realizada uma exposição itinerante sobre a imprensa, em parceria com o poder público municipal. Em breve será publicada outra obra contendo na íntegra as memórias da imprensa e do cinema, contando com mais de 100 depoimentos.

**Palavras-chave**: História da Imprensa; Região; Memória; Identidade.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## Introdução

A pesquisa *100 Anos de* Comunicação: Os *Meios De Comunicação na Região Colonial Italiana do Rio Grande do Sul* teve como objeto a história da imprensa regional, visando analisar os meios de comunicação na antiga região colonial italiana do RS (1897 e 1997). Foi realizada na Universidade de Caxias do Sul, de 1999 a 2004. A pesquisa justificou-se pela na inexistência de trabalhos históricos que tratem dos meios de comunicação regionais. Teve a intenção de verificar o papel desses meios de comunicação no potencial econômico da região e até que ponto contribuíram para o fortalecimento deste potencial. Seus objetivos foram os de analisar os meios de comunicação social na antiga região colonial italiana do RS no período compreendido entre 1897 e 1997, identificar os periódicos, as rádios e televisão da região no período. A área de abrangência do Projeto foram os municípios derivados das antigas colônias Caxias (Flores da Cunha, Farroupilha, São Marcos), Conde D'Eu Coronel Pilar, Carlos Barbosa, (Salvador do Sul), Dona Isabel (Santa Teresa, Monte Belo do Sul), Alfredo chaves (Nova Prata, Vila Flores, Fagundes Varela) e Antônio Prado (Nova Roma do Sul, Nova Pádua, Ipê).

## Procedimentos metodológicos

Como pesquisa histórica, o Projeto seguiu as normas técnicas necessárias para levantamentos das fontes e de testemunhos. Realizou uma análise crítica e dialética dos processos de comunicação na perspectiva das ciências da comunicação e da formação histórica regional.

Para atingir tais metas foi realizado um levantamento exaustivo dos periódicos existentes no período 1897-1997. Com os dados obtidos foram elaborados 5 Bancos de dados, com a seguinte estrutura: código, nome, data de fundação e término, período de circulação/existência, área de abrangência, local de funcionamento, idioma, fundadores, colaboradores e outros dados encontrados. A coleta de dados exigiu levantamentos bibliográficos e pesquisas de campo, seguindo a metodologia clássica da historiografia, com busca de dados em museus, arquivos históricos, etc., com o respectivo fichamento. Durante o levantamento dos dados foram realizadas entrevistas com termo de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



consentimento do entrevistado. A técnica envolveu gravação, degravação e digitalização de fotos e documentos.

**Fundamentação teórica**

Para o entendimento da imprensa regional torna-se necessário, para sua fundamentação, reconhecer o processo em que se deu a imigração e, portanto, analisar os estudos sobre seu papel no Rio Grande do Sul, que ocorre a partir do último quartel do século XIX. Os estudos sobre a imigração iniciaram no final da década de setenta do Século XX; já, os estudos sobre sua produção cultural ainda estão no seu início. Apesar das inúmeras pesquisas e levantamentos realizados, têm sido relativamente poucos os trabalhos publicados.

Marco no estudo da cultura regional foi o trabalho realizado por Vitalina Maria Frosi e Ciro Mioranza sobre os dialetos da Região Colonial Italiana do Rio Grande do Sul, publicado em l975 sob o título *Imigração Italiana no Nordeste do Rio Grande do Sul: processos de formação e evolução de uma comunidade ítalo-brasileira.* Os autores analisam a origem étnica dos imigrantes, o processo de destruição dos dialetos particulares e o da formação do supradialeto (koiné) regional. O trabalho foi completado pela obra *Dialetos italianos: um perfil lingüístico dos ìtalo-brasileiros do Nordeste do Rio Grande do Sul,* publicada em 1983.

Em 1976 foi publicada a obra *Antropologia Visual da imigração italiana*, organizada por Rovílio Costa, que realiza amplo levantamento fotográfico regional e que registra os cem anos da imigração italiana no RS. Neste livro, mais do que um trabalho antropológico, estava presente um grande projeto de estudo da cultura dos imigrantes italianos no Brasil, partindo dos do Rio Grande do Sul.

O primeiro passo do projeto de Rovílio Costa e Luis Alberto de Boni foi levantar a produção escrita dos imigrantes. Diários, memórias, relatos foram descobertos e publicados. A partir de entrevistas, foi elaborado um quadro geral da cultura dos imigrantes. Publicados os resultados nos três volumes de *Assim vivem os italianos,* que se constituem numa verdadeira enciclopédia da cultura dos imigrantes, em todos os aspectos, da religião à culinária, da música à arquitetura. Na mesma linha de pesquisa está o trabalho de Júlio Posenato, *Arquitetura da imigração italiana no Rio Grande do Sul*, constituindo o quarto volume de *Assim vivem os italianos*. A obra constitui um marco na historiografia

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



gaúcha. É possível dividir os estudos sobre a imigração em antes e depois da publicação de *Assim vivem os italianos.*

O projeto ECIRS (Elementos Culturais Das Antigas Colônias Do Rio Grande Do Sul), cujos trabalhos tiveram inicio em 1978, realizou vasto levantamento de dados sobre os elementos culturais das antigas colônias. Colhendo depoimentos, coletando através de fotos, gravações e vídeos a cultura produzida pela imigração, procurou valorizar a cultura dos imigrantes e seus descendentes. Realiza trabalho de divulgação com exposições de fotografias, edição de discos e vídeos. O montante da pesquisa realizada não corresponde ao número de publicações.

Na mesma linha dos do ECIRS são os trabalhos realizados na Quarta Colônia, coordenados por José Itaqui, que ampliou os estudos em relação à educação patrimonial. Pesquisas semelhantes estão sendo realizadas nas universidades federais de Santa Catarina e do Espírito Santo.

Passados 135 anos da imigração, observa-se que houve uma mudança significativa nos estudos da imigração italiana em particular e da imigração em geral. De tema menor esquecido pela história oficial, passou a ter espaço na historiografia nacional.

Trabalhos de pesquisa, dissertações e teses de Doutorado têm se debruçado sobre vários aspectos da imigração. Não só de história, mas de sociologia, de antropologia, de geografia, de literatura, entre outras áreas. São outras leituras da imigração que estão sendo feitas.

Os descendentes de imigrantes italianos em grande parte foram responsáveis pelos estudos sobre a própria imigração. Estão ai os trabalhos de Constantino e Octavio Ianni, de Emilia Viotti da Costa, de Luís Alberto de Boni, de Rovílio Costa entre outros.

Apesar da quantidade de trabalhos já realizados, faltavam aspectos a serem estudados. Não existia uma história dos meios de comunicação. Há matéria-prima suficiente para muitos fóruns de estudos. O trabalho pretendeu suprir algumas carências, sem esgotar o tema, contribuindo para seu o estudo.

Por outro lado, não é conhecido o fato de que muitos imigrantes sabiam ler e procuravam se manter informados sobre o que acontecia na Itália e, consequentemente, com o que se passava com os familiares que lá

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



permaneceram. A correspondência pessoal e os jornais italianos serviam para amenizar essa carência de informações. Na memória de descendentes de migrantes ficou gravada a imagem de avós lendo jornais como uma de suas primeiras atividades matutinas. O Cônsul italiano no final do século XIX, Ancarini (1983, p.58), diz: “Entre os periódicos e jornais italianos que chegam a este município, mencionarei os seguintes: *La Tribuna* e *La Patria*, de Roma: *Il Corriere della Domenica, La Tribuna Italiana* e *Il Fanfulla*, de São Paulo".

Com o correr do tempo, os imigrantes passaram a se interessar também por fatos que ocorriam no Brasil, bem como por notícias de amigos e parentes que também viviam no Brasil, mas em outros lugares. Isso é comprovado pela correspondência que existe ainda hoje nas famílias e nos arquivos históricos italianos e brasileiros. Por outro lado, com a proclamação da República (1889), a política estadual adotou uma forma de divulgação agressiva, que não havia sido adotada pelo Império.

Este trabalho, portanto, se insere nos trabalhos sobre a imigração, e contribui para ampliar os conhecimentos sobre a história cultural do Estado e da Região.

**Considerações finais**

Como resultados da pesquisa inicial, foram realizadas outras pesquisas sobre os cinemas regionais e ainda sobre os jornais especiais que circularam na comunidade, como os jornais de escolas e empresas, que muitas vezes substituíram o jornal convencional. Foram registrados: 193 jornais, 197 periódicos especiais, 50 revistas, 38 rádios e televisão. Foram realizadas e transcritas 102 entrevistas e centenas de fotos e documentos foram digitalizados. Ao todo foram elaborados cinco Bancos de Dados, conforme o previsto, que se encontram à disposição dos pesquisadores interessados na Universidade de Caxias do Sul, bloco H, sala 219-2.

A pesquisa originou dois livros: *100 anos de imprensa regional*: 1897 - 1997 (Caxias do Sul: Educs, 2004) e *Cinemas*: lembranças (Porto Alegre: EST/Letra & Vida, 2007). Para marcar o lançamento do primeiro, foi realizada uma exposição itinerante sobre a temática em parceria com o Arquivo Histórico Municipal João Spadari Adami e Museu Municipal de Caxias do Sul, nos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



municípios abrangidos pelo Projeto. Além disto, múltiplos artigos foram publicados em periódicos regionais, nacionais e internacional (ver bibliografia). Para a conclusão do Projeto será publicada em breve outra obra, contendo as memórias da imprensa e do cinema, contando com mais de 100 depoimentos na íntegra de testemunhas da história da comunicação regional.

**Referências**

ADAMI, João Spadari. *História de Caxias do Sul*. Caxias do Sul: São Miguel, 1972.

*Álbum comemorativo do 75º aniversário da imigração italiana no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Globo, 1950.

*Álbum do centenário da imigração italiana*. Porto Alegre: EDEL, 1975.

Anais do IV Simpósio Nacional dos Professores Universitários de História. *Colonização e migração*. São Paulo, 1969.
ANTUNES, Dumiense P. *Documentário histórico do município de Caxias do Sul*. 1875-1950. São Leopoldo: Artegráfica, 1950.

AZEVEDO, Thales de. *Italianos e gaúchos*. Os anos pioneiros da colonização italiana no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Nação /DAC/IEL, 1975.

BEIGUELMAN, Paula. *Formação política do Brasil*. São Paulo: Pioneira, 1967.

COSTA, Emilia Viotti da. *Da Senzala à Colônia*. São Paulo: DIFEL, l966.

COSTA, Rovílio; De Boni, L. Alberto. *Os italianos do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: EST/UCS, 1979.

_____; BATTISTEL, Arlindo. *Assim vivem os italianos*: vida, história, cantos, modas e estórias. Porto Alegre: EST/EDUCS, 1982.

_____; _____. *Assim vivem os italianos*: religião, música, trabalho e lazer. Porto Alegre, EST/EDUCS, 1983.

_____;_____. *Antropologia Visual da imigração italiana*. Porto Alegre: EST/UCS, 1976.

_____;_____. *Assim vivem os italianos*: a vida italiana em fotografia. Porto Alegre: EST/EDUCS, 1983.

DACANAL, José. (org.) *RS:* imigração e colonização. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1980.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



DE BONI, Luís A. (org.) *A presença italiana no Brasil*. Porto Alegre: EST /Fondazione Agnelli, 1987.

_____. (org.) *A presença italiana no Brasil*. V.II, Porto Alegre: EST/Fondazione Agnelli, 1989.

_____. (org.) *A presença italiana no Brasil*. V.III. Porto Alegre: EST/Fondazione Agnelli, l995.

FROSI, Vitalina M.; MIORANZA, Ciro. *Dialetos italianos*. Caxias do Sul: EDUCS,1983.

_____. *Imigração italiana no Nordeste do Rio Grande do Sul.* Porto Alegre: Movimento/UCS, 1975.

FURTADO, Celso. *Formação econômica do Brasil*. São Paulo, Nacional, 1971.

GARDELIN, Mário. *Os povoadores da Colônia Caxias*. Porto Alegre: EST/Fondazione G.Agnelli, 1996.

GIRON, Loraine Slomp; BERGAMASCHI, Heloisa. *A força das mulheres proprietárias*: histórias de vida de imigrantes italianas (1875-1925). Caxias do Sul: EDUCS, 1997.

_____. *Caxias do sul: evolução histórica*. Caxias do Sul: UCS/EST, 1977.

_____. *As sombras do Littorio:* o fascismo no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Parlenda, 1994.

_____. *Dominação e subordinação*: mulher e trabalho na pequena propriedade. Porto Alegre: EST/Letra & Vida, 2007.

HERÉDIA,Vânia.B.Merlotti. *A industrialização do Nordeste do Rio Grande do Sul.* Caxias do Sul: EDUCS, 1997.

HORN, Luiza Iotti. *O Olhar do poder*. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

HUTTER, Lucy Maffei; NOGUEIRA, Arlinda R. *A colonização em São Pedro do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Garatuja/DAS/SEC, 1975.

_____;_____. A imigração italiana no Brasil (século XIX e XX). In: DE BONI, Luís Alberto. (org.) *Presença italiana no Brasil*. Porto Alegre: Est/Fondazione Agnelli, 1987.

IANNI, Constantino. *Homens sem paz*. São Paulo: Civilização Brasileira, 1963.

IANNI, Octavio. Aspectos políticos e econômicos da imigração italiana. In: *Imigração italiana:* estudos. Instituto Superior Brasileiro-Italiano de Estudos e Pesquisa. Porto Alegre: EST/UCS, 1979.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



MANFROI, Olívio. *Italianos no Rio Grande do Sul*. In: *Presença Italiana no Brasil.* V.II, Porto Alegre: EST/Fondazione Agnelli, 1989.

PETRONE, Maria Tereza S. *O imigrante e a pequena propriedade*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

POZENATO, Kenia; GIRON, Loraine. História e retórica em jornais regionais. In: *Revista da Unisinos*. São Leopoldo, 2004.

_____;_____. *I Giornali Italiani Nel Rio Grande do Sul*. Torino-Itália: Altreitalie. V.31, 2005.

_____;_____. *100 anos de imprensa regional:* 1897 – 1997. Caxias do Sul: EDUCS, 2004.

_____;_____. Católicos X maçons. Imigrantes italianos: imprensa e lutas políticas. In: DREHER, Martin N. RAMBO, Arthur Blásio; TRAMONTINI, Marcos Justo. *Imigração e imprensa*. Porto Alegre: EST/ São Leopoldo: Instituto Histórico de São Leopoldo, 2004.
POZENATO, Kenia; GIRON, Loraine. *Cinemas*: lembranças. Porto Alegre: EST/Letra & Vida, 2007.

_____;_____. Cultura e comunicação. In: *Revista da Academia Sul Brasileira de Letras*. Pelotas: ASBL, Números 8 – 9, outubro 2004 / abril 2005.

_____;_____. Jornais em língua italiana na antiga região colonial do RS. In: *Revista Conexão*: Comunicação e Cultura. Caxias do Sul: EDUCS, V.2, nº 3, 2003.

_____;_____. Sociedade e imprensa no Brasil. In: *Communicare* Revista de Pesquisa. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, V.5, nº2, 2º semestre 2005.

_____;_____; LEBRETON, Max. *Interfaces*: cultura, comunicação e turismo. Caxias do Sul: EDUCS, 2009.

_____;_____. Identidade, Cultura e memória. In: *Revista Métis*. V.6, Nº 12, julho-dezembro 2007.

REVOREDO, Julio de. *Imigração*. São Paulo: Editorial Paulista, 1934.

SODRÉ, Nelson W. *Formação Histórica do Brasil*. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1972.

_____. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: MAUAD, 1999.

VELLINHO, Moysés. *Capitania d'El-Rei*: Aspectos polêmicos da formação riograndense. Porto Alegre: Globo, 1970.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 8. A construção das identidades pelo Telejornalismo local: mapeamento e análise

*Paula Regina Puhl*
(paulapuhl@feevale.br)
*Cristina Ennes da Silva / Feevale*
(crisennes@feevale.br)

A questão central do estudo está em verificar a relação entre a construção das identidades da população a partir do telejornalismo local. A escolha da temática está apoiada no desafio de refletir e de analisar as questões sobre o jornalismo de televisão em cidades do interior do Rio Grande do Sul. Dessa forma foi escolhido como estudo de caso a cidade de Novo Hamburgo, por não ter ainda um estudo com esse foco. São objetivos da pesquisa verificar a importância e a abrangência da televisão no estado, considerando o contexto e a inserção dessa mídia; fazer um levantamento do desenvolvimento do Jornalismo em Novo Hamburgo; analisar a cultura da imagem no município, desenvolver um mapeamento do cenário do telejornalismo local. A metodologia utilizada será a Hermenêutica de Profundidade proposta por J.B Thompson (1995) e a fundamentação teórica serão autores que discutem a identidade e analisam a produção de programas telejornalísticos.

**Palavras-chave**: Telejornalismo; Identidade; História; Comunicação e Ideologia.

### Introdução

Novo Hamburgo recebe as notícias da região pela televisão aberta, por intermédio da RBS TV, afiliada da Rede Globo. Não possui nenhum canal aberto voltado ao local. Os únicos programas que de alguma forma expressam o foco da região, que não podem, contudo, ser considerados jornalísticos, são os programas veiculados pelo canal 20 – caracterizado pelo colunismo social e pelo comentário de variedades –, os quais sobrevivem com anúncios locais sem prezarem pela preocupação ética no repasse das informações. Esses programas são produzidos e apresentados por “figuras” reconhecidas pela sociedade, que geralmente não tem formação jornalística.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Fazer telejornalismo na região é um desafio diário. É preciso mostrar aos alunos que o local merece seriedade e que a identidade da região precisa estar presente no jornalismo de televisão, se não existem equipes especializadas para tal tarefa, ficando nas mãos de produtoras diversas que deveriam ter um comprometimento informativo com a população? Partindo desse pensamento, a proposta dessa pesquisa é fazer uma análise sobre as matérias veiculadas sobre a localidade pela RBS e também mapear os canais a cabo locais e como estes revelam a cidade e a sua população. Assim, por intermédio desse estudo será possível compreender e analisar como está a construção do sentimento de pertença e o lugar de segurança dessa população que ainda não reconhece o telejornalismo local como lugar de referência.

Para tentar refletir sobre essas indagações o estudo irá atuar em quatro pontos de investigação:

- A importância e a abrangência da televisão no Rio Grande do Sul, considerando o contexto e a inserção dessa mídia no estado;
- Fazer um levantamento do desenvolvimento do Jornalismo em Novo Hamburgo, incluindo os veículos impressos e radiofônicos;
- A cultura da imagem no município, já que os filmes veiculados nos Cinemas foram os primeiros produtos audiovisuais que permitiam o conhecimento e o contato da maioria da população com a cultura global;
- O mapeamento do cenário do telejornalismo local a partir de matérias televisivas produzidas tanto localmente, quanto pelas matérias veiculadas pela RBS TV sobre a cidade, para posteriormente verificar a influência na construção das identidades da população.

**Procedimentos metodológicos**

O período de análise necessário para atingir os objetivos terá como marco a chegada da televisão no estado do Rio Grande do Sul em 20 de dezembro de 1959. A orientação metodológica a ser utilizada será a proposta por John B. Thompson (1995) e a sua aplicação da Hermenêutica de Profundidade (HP).

Serão analisados o contexto da televisão no estado e em Novo Hamburgo, para posteriormente serem avaliadas as matérias jornalísticas televisivas veiculadas pela RBS TV e nos programas locais do canal 20 de Novo Hamburgo,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



assim com os programas da TV Mais do município. Também serão feitas entrevistas com pessoas que tenham a contribuir a respeito do tema dessa pesquisa. Ou seja, o material recolhido será tratado como forma simbólica, que para Thompson (1995: 79) são "um amplo espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construtos significativos".

Segundo Thompson (1995) a Hermenêutica pode oferecer uma reflexão filosófica sobre o ser e a compreensão como uma reflexão metodológica sobre a natureza e tarefas da interpretação na pesquisa social. O autor destaca, que a Hermenêutica de Profundidade (HP), é o estudo de construções significativas e da contextualização social das formas simbólicas, além de fornecer um referencial metodológico para a condução da análise.

A tríplice análise da Hermenêutica de Profundidade reconhece que o objeto da investigação forma um campo pré-interpretado, importando-se com as maneiras nas quais as formas simbólicas são interpretadas pelos sujeitos que participam deste campo. Para que, em seguida, seja possível investigar como essas são interpretadas e compreendidas pelas pessoas que as produzem e as recebem, na sua vida quotidiana.

A fim de verificar essa produção e recepção das formas simbólicas, faremos um processo interpretativo, das opiniões, crenças - uma interpretação da doxa, através da história oral, pois esses pontos-de-vista são sustentados e compartilhados entre as pessoas que constituem o mundo social, fundamentando a pesquisa sócio-histórica.

A Hermenêutica de Profundidade (HP) apresenta três fases: análise sócio-histórica (ASH), análise formal ou discursiva (AD) e a Interpretação / Re-interpretação.

A primeira fase do enfoque da HP é a análise sócio-histórica. Como as formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas em condições sociais e históricas específicas, essa fase tem como finalidade reconstruir as condições sociais e históricas da produção, circulação e recepção das formas simbólicas. No caso específico da pesquisa serão utilizadas nesta fase as entrevistas que vão ter papel fundamental para a reconstrução e entendimento das informações juntamente com pesquisa bibliográfica sobre telejornalismo no estado e no município.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Em seguida, já que as formas simbólicas estão situadas dentro de um campo de interação, que pode ser visto como um espaço de posição e um conjunto de trajetórias, que determinam algumas das relações entre pessoas e oportunidades acessíveis a elas, justifica-se a Análise Formal ou Discursiva. Essa fase surge em virtude dos objetos e das expressões que circulam nos campos sociais, que se tratam, também, de construções simbólicas complexas que apresentam uma estrutura articulada.

De acordo com Thompson (1995) as formas simbólicas são produtos contextualizados, que têm capacidade, e têm por objetivo, dizer alguma coisa sobre algo. Essa fase da análise está preocupada com a organização interna das formas simbólicas, com suas características estruturais, seus padrões e relações, servindo, para a construção do campo-objetivo. Há muitas maneiras de conduzir a análise formal ou discursiva, de acordo com o objeto e com as circunstâncias de investigação. Nesta fase serão analisadas as matérias televisivas dos veículos regionais que citarem Novo Hamburgo e as que são veiculadas no telejornal da RBS, denominado RBS Notícias, apoiada nos estudos sobre telejornalismo e formação de identidade. Também serão feitas as análises das entrevistas orais com sujeitos/telespectadores locais sobre as suas impressões a respeito do telejornalismo local. Nesse sentido, essa fase do método torna-se exaustiva e crucial, já que é nesse momento que se tem os primeiros resultados de análise.

A terceira e última fase do enfoque da HP é chamada de Interpretação/ Re-interpretação, que é facilitada pela Análise Discursiva, pois seus métodos procuram revelar os padrões e efeitos que constituem e que operam dentro de uma Forma Simbólica ou Discursiva. É através da Análise Discursiva e da Análise Sócio- histórica que se constrói a Interpretação. Para o autor “a interpretação implica um movimento novo de pensamento, ela procede por síntese, por construção criativa de possíveis significados”. (THOMPSON, 1995: 375)

Nessa fase é visualizada a articulação entre os resultados da fase anterior com o mapeamento do contexto sócio-histórico. Essa união e análise das informações irão permitir a construção de sentido e também ira colaborar para o objetivo geral desse projeto que é verificar a construção das identidades a partir do telejornalismo local.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Fundamentação teórica**

Diversos estudos da área do telejornalismo sugerem que o telejornal, por intermédio das imagens e da presença diária na vida dos brasileiros, acaba por se constituir em um lugar de referência e segurança comparado à família, aos amigos e à escola, de acordo com Canclini (1995). Por isso, o campo jornalístico é visto como um lugar central na construção real da realidade, e o jornalista de televisão é o mediador entre o acontecimento e a transformação deste em notícia, que vai estar presente na casa de diversos brasileiros.

Dessa forma, Vizeu e Correia (2008) atentam para a forma com que as práticas diárias de produção da notícia são feitas, ou seja, cabe, desde a graduação, aos professores esclarecer essas atividades e o compromisso do profissional desde a captação da imagem até a finalização da matéria, que pode ser considerada um laço social entre a realidade presenciada e a mediada pelo jornalismo.

Ao nos referirmos ao caso de Novo Hamburgo, acreditamos que esse lugar de referência é inexistente ou, numa perspectiva otimista, pode estar em construção com a inserção de novos canais ditos comunitários. No entanto, se a produção da notícia não for encarada com seriedade, essa oportunidade será perdida, e a identidade da região continuará sendo construída pelo jornal impresso. Ou ainda a relação de alteridade será deturpada quando os hamburguenses assistem em rede nacional a matérias que não expressam a realidade da sua região, já que geralmente são pautas sobre assassinatos e sobre a crise do setor coureiro-calçadista, situações que flertam com o jornalismo sensacionalista.

E assim continua latente o questionamento sobre a construção da identidade dessa população em relação ao telejornalismo. Recorremos ao conceito de Hall (1999) sobre o sujeito pós-moderno, caracterizado pela fragmentação e pela contradição – mas que estabelece a sua identidade com vistas à sua existência histórica, que tem como fonte primordial a representação das culturas nacionais para assim definir/construir as suas identidades, tendo como ponto de partida um sentimento de pertença – ou ainda pela alteridade, citando Bourdieu (1998).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Coutinho (2008, p.98) destaca que o telejornal local é visto com um laço social entre a comunidade e os anunciantes da localidade. Ao citar Bourdin (2001 apud Coutinho 2008), a autora considera que a produção local seria o território de pertencimento que as emissoras afiliadas tentariam constituir com a região em que se inserem, mas alerta que essa identificação só irá ocorrer caso essa programação tenha credibilidade junto aos telespectadores.

Seguindo o pensamento de Coutinho (2008) e relacionando-o com o telejornalismo primitivo de Novo Hamburgo, constatamos que essa realidade ainda parece inexistente, já que o canal 20 atualmente os programas de colunismo social, são os responsáveis por estabelecer um vínculo entre comunidade e jornalismo de televisão. Somente esses programas "sociais", que mostram a sociedade se "divertindo", faz com que eles se reconheçam, talvez de forma fragmentada na tela. Esse movimento chega a ser contraditório, pois a região é conhecida pelo trabalho, mas se vê na televisão somente em festas e eventos comemorativos e/ou beneficientes.

## Considerações finais

Essa pesquisa faz parte de um projeto maior que foi aprovado pelo Cnpq em novembro de 2009 e no momento estamos na fase de reconstrução histórica e na coleta de dados. Dessa forma, ainda não temos resultados quantificados, porém essa fase é de suma importância, pois está sendo feita a revisão de literatura sobre as temáticas que envolvem o telejornalismo local (a produção) e os aspectos sobre a identidade hamburguense em relação a cultura da imagem na região.

## Referências

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Bertrand/Difel, 1998.

CANCLINI, N. *Consumidores e Cidadãos*: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: EDUFRJ, 1995.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento (pp.91-107). In: *A sociedade do Telejornalismo*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

PETRY, Leopoldo. *O município de Novo Hamburgo* – Monografia. Porto Alegre: Edições A Nação, 1944.

PUHL, Paula Regina; KERBER, Alessander; PRODANOV, Cleber Cristiano. Jornalismo e identidade: o caso do jornal "O Cinco de Abril" em Novo Hamburgo. In: *CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA*, 2007. São Paulo, SP: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 14 fl Texto completo (recurso eletrônico).

SOUZA, José Carlos Aronchi de. *Gêneros e Formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Summus, 2004.

TRAQUINA, Nelson. (org.) *Jornalismo*: Questões, Teorias e "Estórias". 2ª ed. Lisboa: Veja Editora, 1999.

TRAQUINA, Nelson. *O Estudo do Jornalismo no Século XX*. São Leopoldo, Editora Unisinos, 2001.

VIZEU, Alfredo Pereira Júnior e CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência (pp.11- 27). In: *A sociedade do Telejornalismo*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

VIZEU, Alfredo Pereira Júnior. (org.) *A sociedade do Telejornalismo*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

## 9. Comunicação Intercultural Organizacional

*Polianne Merie Espindola / PUCRS*

(poliannespindola@gmail.com)

Esta pesquisa é o resultado das leituras e pesquisas realizadas na disciplina de Comunicação Organizacional ministrada pela Profª. Drª Cleusa Scroferneker. É um esboço da estereotipia existente na comunicação intercultural dentro das empresas. O objetivo é entender a natureza do estereótipo mental e seu papel na comunicação entre interlocutores de culturas distintas. Para tanto define o conceito de estereótipo e explicita seu papel na comunicação intercultural; verifica sua relevância na construção das narrativas entre culturas; e

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



explica de que forma a cultura e o processo cognitivo influenciam na produção do estereótipo. Deseja também avaliar a percepção dos interlocutores em relação ao estereótipo na comunicação entre culturas.

**Palavras-chave**: Comunicação; Comunicação Intercultural; Comunicação Organizacional.

**Introdução**

Na contemporaneidade, a comunicação sucinta o respeito ao outro. E nada é mais difícil do que isso. Há um duplo desafio: aceitar o diverso e defender a própria identidade, sua alteridade na interação. O que acaba por modificar a si mesmo e ao outro. Até porque os modelos culturais e sociais são diferentes. As barreiras físicas, em decorrência dos aparatos tecnológicos, são menos importantes, enquanto há uma extensão das distâncias culturais e individuais. É uma dualidade hipermoderna; onde todas as coisas tendem a permanecer em fluxo, voláteis, desreguladas e flexíveis; múltiplas e contraditórias.

Em nossa sociedade, tudo circula, mas é preciso que o indivíduo compreenda e saiba de onde falam uns e os outros, a partir de qual competência e para qual visão do mundo. Há um grande volume de informação e um déficit informacional que gera simplificações.

Vivemos na época dos signos. E estes signos são permeados por símbolos que tomam lugar das coisas verdadeiras: metáforas, alterações de percepção. A psico-esfera das organizações, bem como todas as esferas sociais, são resultados de crenças, desejos, vontades e hábitos, não só individuais, mas sobretudo coletivos. “Os velhos cimentos tornam-se novos cimentos: línguas, religiões, culturas, modos de contemplar a Natureza, o Universo, modos de se ver e de ver os outros”. (SANTOS, 1994, p.37) Podemos definir como organização um local onde interagentes diversos contribuem na produção de objetos e/ou serviços. Além de ser um lugar onde cada indivíduo realiza seus próprios objetivos. (CHANLAT, 1993)

Para tanto, é necessário que a organização adquira um sistema de auto-organização (por ser um organismo vivo), auto-reparação (ordem e desordem) e auto-desenvolvimento (com o auxílio, em certa medida, de programas – em sua essência, automáticos, e de estratégia – maleável aos imprevistos e

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



adversidades). Esta é a melhor maneira da organização lidar com a ambivalência, ambiguidade, complementaridade e antagonismo recorrentes atualmente, utilizando-se da tolerância e adaptação para melhor sobreviver. (MORIN, 2001)

**Procedimentos metodológicos**

Tal pesquisa é resultado de análise bibliográfica, posto que decorre de uma disciplina cursada.

**Fundamentação teórica**

As organizações:

> ...o comportamento organizacional apresenta-se hoje como uma imensa colcha de retalhos, um campo aberto a quase todos os ventos teóricos. (...) observa-se no interior desse conjunto teórico heterogêneo (...) a dimensão cognitiva e da linguagem, a dimensão espaço-temporal, a dimensão psíquica e afetiva, a dimensão simbólica, a dimensão da alteridade, a dimensão psicopatológica. (CHANLAT, 1993, p.23)

E para lidar com essas problemáticas do conhecimento, é necessário aplicar constantemente uma vigilância contra falsear para si mesmo e para o outro. (MORIN, 2000) Pois o conhecimento é um reflexo do real, não é, por essência, o próprio real. E está sempre em construção. É um diálogo com as incertezas.

Como a percepção é a primeira capacidade da mente empregada por nossas ideias, ela deixa de existir se alterações impeçam que as impressões geradas sejam apreendidas. “Primeiro, nossos sentidos, familiarizados com os objetos sensíveis particulares, levam para a mente várias e distintas percepções das coisas, segundo os vários meios pelos quais aqueles objetos os impressionaram”. (LOCKE, 1999, p.165) Em realidade o que o autor já reflete, na sua época, é sobre o fato de gerarmos estereótipos caso a percepção, que é o primeiro passo na direção do conhecimento, estiver desprovida de sentidos, o que embaçará as impressões.

Após reter uma experiência, para que a retenção desta seja ‘transformada’ em conhecimento, é necessário que contemplemos tal fato e revivamos em nossa mente as impressões acerca de tal experimentação; a memória (armazém de ideias conforme Locke). “O conhecimento não é obtido das máximas (...) mas por

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



comparar ideias claras e distintas". (LOCKE, 1999, p.275) O conhecimento, bem como a verdade, não é absoluto, consiste numa investigação de várias épocas. Está sempre entre as convergências e os contrários. "O julgamento supre a falta de conhecimento. (...) Consiste em presumir que as coisas são assim, sem percebê-las". (LOCKE, 1999, pp.285-286) Tendemos, por cognição, a prestar mais atenção naquilo que é mais parecido com os nossos pensamentos, caso contrário é gerado o estereótipo (aí está exposta a concepção de Bacon sobre o *idola tribus* – que é uma generalização favorável, omitindo a desfavorável, inerentes à natureza humana e o *idola specus* – costumes).

Corroborando com as propostas dele, David Hume, em 1748, que foi influenciado por John Locke – e neste sentido da percepção humana o complementou dando procedimento às ideias do seu antecessor –, em 'Investigação sobre o entendimento Humano' (1985) versa também sobre o conhecimento. A diferença básica entre eles é que, enquanto Locke apoiava-se no racionalismo, no fato do conhecimento ser gerado a partir da razão, Hume não acredita que o conhecimento seja gerado sem paixão, ela move e promove-o.

A experiência é adquirida através de sensações, que dependem dos sentidos, "...toda a ideia é copiada de alguma impressão ou sentimento (*sentiment*) anterior; e onde não podemos descobrir qualquer impressão, podemos estar certos de que não existe ideia alguma". (HUME, 1985, p.78) E a falta de um deles altera ou impossibilita a geração de impressões – que podemos traduzir como: a falta de ideias a cerca de um determinado assunto gera impressões estereotipadas. Até mesmo fazendo surgir ideias independentes das suas impressões correspondentes.

Hume aponta como 'mote libertador' dos estereótipos, o poder e vontade inerentes aos indivíduos para alterar as idéias. Visto que o conhecimento está sempre em construção, conforme nossas experiências vão acontecendo e modificando/transformando nossas concepções.

Neste palimpsesto entre organizações, conhecimento, indivíduos e alteridade, podemos pensar que, nas organizações, o lugar é de grande importância para a assimilação do interagente em relação a ele mesmo e o local onde trabalha. Este lugar é algo identitário, relacional e histórico.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



> O lugar (...) é o lugar do sentido inscrito e simbolizado, o lugar antropológico. (...) incluímos na noção de lugar antropológico a possibilidade dos percursos que nele se efetuam, dos discursos que nele se pronunciam e da linguagem que o caracteriza. (AUGÉ, 1994, p.76)

Neste sentido, nas organizações os indivíduos, para não se sentirem não-lugarizados, territorializam-se, tomando seu espaço de trabalho como seu território, gerando uma forma de controle, de dominação deste território, que pode ser uma sala, uma mesa, um computador, etc. E estas demarcações de território podem ser feitas de diferentes maneiras. Desde um simples adereço, até identificações altamente pessoais, com um 'pedaço de sua casa', sua vida pessoal, imbuída em cada espaço físico do seu território. É uma questão de identificação pessoal, de evidenciação da alteridade do indivíduo, de destaque. Delimitando sua zona de conforto dentro da organização. (CHANLAT, 1993)

> ...por não-lugar designamos duas realidades complementares, porém, distintas: espaços constituídos em relação a certos fins (...) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços. (...) assim como os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não-lugares criam tensão solitária. (AUGÉ, 1994, p.87)

Tudo se torna uma alegoria, uma representação do espaço físico da organização. Cada indivíduo constrói o seu próprio 'mundo'. Mas o faz com o auxílio de materiais e métodos que lhe são oferecidos por outros: o mundo da vida é um mundo social que, por sua vez, é pré-estruturado para o indivíduo dentro de um ambiente organizacional, o que delimita a cultura organizacional.

Cultura organizacional: "...na medida em que são sistemas de codificação, cada cultura equipa os homens como uma lente específica, através da qual transparecerá um mundo particular". (RODRIGUES, 1989, p.143)

Cultura é o processo de produção de acontecimentos que contribui para entender, reportar ou modificar o sistema social. É também um conjunto de ações, de memórias coletivas de um povo, de experiências. A crença, o conhecimento, os costumes, os valores, a língua, os hábitos, as tradições e as opiniões fazem parte de uma cultura e da forma como uma população vivencia os mais diferentes aspectos desta cultura. (LARAIA, 2006)

Martinelli (2004) aborda que as diferenças na cultura influenciam o indivíduo a entender as particularidades do outro, tornando-o habilidoso, com a

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



vivência e com o contato diário com a realidade, com o contexto do outro: saber se comportar e pensar como o outro.

O que mais marca numa relação são as diferenças. Conforme Zygmunt Bauman (1999, p.152) (grifo do autor), na contemporaneidade, uma de suas características é a intolerância cultural, uma "...insuportabilidade de e pela impaciência com toda *diferença* e suas inevitáveis consequências: a diversidade e a ambivalência".

> O sofrimento nos ameaça a partir de três direções: de nosso próprio corpo, condenado à decadência e à dissolução, e que nem mesmo pode dispensar o sofrimento e a ansiedade como sinais de advertência; do mundo externo, que pode voltar-se contra nós com forças de destruição esmagadoras e impiedosas; e, finalmente, de nossos relacionamentos com os outros homens. O sofrimento que provém dessa última fonte talvez nos seja mais penoso do que qualquer outro. (FREUD, 1997, p.25)

Apesar de a comunicação ter esses tipos de entraves, por outro lado, as interações acontecem entre pessoas e grupos que partilham coisas em comum. Além de muitas vezes ser mais facilmente compreendida uma comunicação entre pessoas de diferentes culturas, mas que estão em instâncias similares. (HUNTINGTON, 1997) A vida em sociedade se faz desta forma, interagindo com o outro e ao mesmo tempo preservando sua identidade. Estas habilidades de interação com o outro estão presentes em todas as culturas e são socialmente transmitidas. E, se quisermos coabitar com o outro "...a primeira batalha que devemos travar é contra nós mesmos". (TZU, 2000, p.09)

Neste contexto cultural tem-se a cultura organizacional que é um instrumento de poder, permeado por representações simbólicas imaginárias sociais que se constroem e reconstroem nas relações cotidianas dentro da organização e que se expressam em termos de valores, normas, significados e interpretações, visando um sentido de direção e unidade, tornando a organização fonte de identidade e de reconhecimento para seus membros. (FREITAS, 2006) Uma das funções que a cultura organizacional exerce é conseguir a adesão, o consentimento, a co-participação de indivíduos e grupos para uma melhor condição de bem-estar organizacional.

Esta cultura é nada mais que um universo simbólico que a organização passa ao indivíduo através dos seus espaços físicos ou não. As representações:

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



a ideologia, mitos, ritos, rituais, valores, heróis, símbolos, linguagens, lendas, metáforas, histórias, sagas e os saberes. É condicionada e condicionante. Uma manipulação que exprime a identidade organizacional. (SROUR, 1998) (CHANLAT, 1993). "A cultura organizacional possui um sistema de retroalimentação de seus valores". (SCHIRATO, 2004, p.123)

> ...a organização cria e mantém uma cultura que se renova na medida de sua sobrevivência, e aqueles interessados em fazer parte dela devem da mesma forma aderir e renovar-se na medida do próprio interesse em fazer parte dessa determinada organização. O sentido de autoproteção da organização é proporcional a sua permeabilidade com o mundo 'de fora' e assim deve ser igualmente para cada um de seus membros internos, seus 'colaboradores'(...) a cultura organizacional é causa e efeito do comportamento das pessoas que convivem na mesma organização. (SCHIRATO, 2004, p.126)

Toda esta cultura organizacional é permeada pela comunicação. Tanto entre indivíduos, quanto do espaço que comunica, quanto da comunicação da própria organização, que pode ou não condizer com a realidade.

Comunicação organizacional:

> O que acontece é que todos os homens transportam consigo, no seu *habitus* pessoal, particularidades do *habitus* do seu grupo, e que o destino de cada homem singular é determinado também pelo destino e pela reputação dos grupos a que ele ou ela pertencem. (ELIAS, 1991, p.52)

Como a sociedade contemporânea é a dos dialetos e organizações diferenciadas, há certa instabilidade. Implicando, também, uma atitude de aceitação natural nas comunidades organizacionais. Porém, os estrangeiros (leia-se: todos vindos de fora de uma dada comunidade) sentem um choque quanto à forma de pensar que é inadequado fora do seu agrupamento. "...o comportamento dos outros pode ser tipificado de acordo com padrões de normalidade, a qual, todavia, deve ser baseada em contextos funcionais de outras subjetividades". (CORREIA, 2005, p.55) Normalidade aí está colocada como uma congruência em relação ao comportamento de outros.

Os indivíduos do agrupamento externo não veem o estilo de vida do agrupamento interno como verdades evidentes. "Não só o seu 'mito central', mas também os seus processos de racionalização e institucionalização são diferentes".

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



(SCHUTZ, 1979, p.85) Contudo, é imprescindível perceber que a auto-interpretação pelo agrupamento interno e a interpretação pelo agrupamento interno da concepção 'natural do mundo' dos grupos externos estão ligadas. O agrupamento interno sente-se muitas vezes mal compreendido pelos outros; muitas vezes estabelecendo uma reação de confirmação do grupo externo em relação ao grupo interno, já que este acaba por reforçar as interpretações obtidas, gerando estereótipo tanto de um lado quanto de outro, gerando um efeito espelhado.

> Para o estranho, o padrão cultural de seu grupo de origem continua a ser o resultado de um desenvolvimento histórico não-interrompido e um elemento de sua biografia pessoal, que por esse mesmo motivo tem sido ainda é o código não-questionado de referência relativo à sua 'concepção natural do mundo'. É óbvio, portanto, que o estranho comece a interpretar seu novo ambiente social em termos do seu pensamento usual. Segundo o código de referências trazido de seu grupo de origem, entretanto, ele tem uma ideia ready-made do padrão supostamente válido dentro do grupo do qual se aproxima, uma ideia que, necessariamente, logo se prova inadequada. (SCHUTZ, 1979, p.88)

Em seguida, no entanto, ambientando-se com o novo agrupamento e se inserindo, o padrão cultural antes estranho passa a fazer parte de sua vida ganhando um caráter de normalidade. "Sua distância transforma-se em proximidade; as molduras vazias são preenchidas com experiências 'vívidas'; os conteúdos anônimos transformam-se em situações sociais definidas; as tipologias ready-made desintegram-se". (SCHUTZ, 1979, p.88)

> ...a comunicação organizacional é caracterizada como um processo social que aciona universos objetivos e subjetivos na criação de um ambiente ao mesmo tempo estável e mutante. O processo de comunicação organizacional é definido como uma série de interações entre agentes em relação a um objeto, as quais constroem a realidade social à medida que definem e redefinem as relações entre sujeitos, bem como as relações sujeito/objeto. (CASALI in KUNSCH, 2009, p.107)

É a relação organização/comunicação que importam. Tanto a comunicação nas organizações, a comunicação enquanto uma variável na estrutura organizacional; como as organizações produzem comunicação ou vice-versa; e, finalmente, uma sendo correspondente a outra. No entanto, há um consenso que a organização é uma parte da comunicação. (CASALI in KUNSCH, 2009)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A comunicação organizacional é constituída e constituinte de sentido, de interação e são mutáveis. (CURVELLO in KUNSCH, 2009) A organização é algo que é permeada pela comunicação. Sendo que a comunicação vem antes, existe mesmo não existindo organizações. É inerente aos seres humanos enquanto "...a organização é um contexto onde se dá o fenômeno comunicativo que também se manifesta em outros contextos, tão legítimos e tão específicos quanto o de uma organização ou uma empresa". (PINTO, 2008, p.81) A comunicação no contexto das organizações é tanto produtora quanto ordenadora de sentidos. Convivendo com as contradições e incertezas das interações práticas e simbólicas, ressignificações.

> Assim, nas práticas discursivas, a construção de sentidos é um processo social, historicamente localizado, que implica na mediação de vozes que se alternam entre as instâncias de produção, circulação e consumo, por meio de repertórios interpretativos, que, na dinâmica da alternância, atribuem significações àquilo que se apresenta. (OLIVEIRA, 2008, pp.94-95)

Na comunicação organizacional a intencionalidade é base para a construção e reconstrução de sentido. Estes envolvem: suposições, deduções, convivência entre o novo e o já existente, permanência e rupturas, direcionamento de percepções, na (re) construção do sentido a partir de experiências da vida.

Neste contexto podemos incluir o universo dos discursos. São eles: bem-ditos (discursos institucionais, formais ou não); mal-ditos (fofocas, boatos, rumores) e não-ditos (que pelo silêncio também comunicam, através de gestos e expressões corporais). (ROMAN in KUNSCH, 2009) Tolerância. Discursos antagônicos e complementares. Sem ambiguidades para facilitar o entendimento. Co-ocorrência entre os discursos bem-ditos e mal-ditos.

> O homem é um ser da palavra e sua ação no mundo depende das possibilidades que encontra ou conquista para produzir e compartilhar discursos. Aceitar essa premissa é reconhecer que as organizações não são apenas locais para cumprir metas e gerar resultados mas também espaços de vivências comunicativas, em que se integram e se confrontam múltiplos projetos de cumplicidade existencial, até mesmo os inconseqüentes. (ROMAN in KUNSCH, 2009, p.156)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A estrutura de representação é a de sistemas imaginários, permanecendo no nível do fantasmagórico, do não-dito e não-revelado, da impressão, da observação silenciosa, o que minimiza o peso da avaliação racional dada como objetiva e verdadeira, potencializando o poder do imaginário. "...no plano do simbólico, se diz no não-dito e no inter-dito mais do que se fala, escuta-se no murmúrio mais do que se ouve, dá-se mais do que se oferece e, dramaticamente, espera-se mais do que se promete". (SCHIRATO, 2004, p.98)

O indivíduo se encontra programado pela cultura de modo intensamente redundante. Os cérebros numa cultura particular estão planejados de determinadas maneiras especificas enquanto noutra cultura se podem desenvolver de forma diferente, porque os padrões de uso são fundamentalmente diferentes. Se assim não fosse, não seria capaz de falar, nem de agir; tais atividades exigiriam um tempo excessivo. Grande parte do que não é dito é implicitamente admitido. Mas a configuração da mensagem implícita varia segundo as culturas. (HALL, 1986) (DONALD, 1999) "Para cada animal, há dois mundos, numa relação certamente muito complicada: um exterior e preexistente; outro, interior e construído". (RODRIGUES, 1989, p.130) Os símbolos e sinais são socialmente programados e com conversões estabelecidas entre indivíduos de mesmo grupo.

> ...nada há a estranhar no fato de que os homens, que vêem o mundo através de sua cultura específica, tenham propensão a considerar o seu modo de vida particular como o mais 'correto' e o mais 'natural'. Mais do que isto, a experiência da diferença soa muitas vezes como verdadeira monstruosidade, despertando a tendência a repudiar pura e totalmente os preceitos éticos, estéticos, religiosos, gastronômicos etc. que se afastam daqueles com que nos identificamos e que, aos nossos olhos, nos identificam como 'humanos'. (RODRIGUES, 1989, p.146)

Na cultura há uma diversidade de pontos de vista (dialógica cultural). Cada indivíduo tem um *imprinting* cultural compartilhado, mas que funciona de maneira individual. Mas que podem ser alteradas conforme a experiência e debate de ideias. O termo *imprinting* é utilizado por Edgar Morin em 'Método 4' (2005) para denominar as marcas que a cultura faz no indivíduo desde que nasce.

> A cultura, que caracteriza as sociedades humanas, é organizada/organizadora *via* o veículo cognitivo da linguagem, a

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



> partir do capital cognitivo coletivo dos conhecimentos adquiridos, das competências aprendidas, das experiências vividas, da memória histórica, das crenças míticas de uma sociedade. Assim se manifestam 'representações coletivas', 'consciência coletiva', 'imaginário coletivo'. (MORIN, 2005, p.19) (grifo do autor)

É de extrema importância o estudo das culturas e costumes para um bom entendimento, sobre que posições tomar com outras pessoas de distintas localidades. O outro pode agir diferente do que se imagina e não estará fazendo isto por acaso, mas devido a seus conceitos pessoais e profissionais provenientes de sua cultura. Cada cultura guardará de maneira específica a acuidade dos órgãos do sentido em complementação aos limites de base orgânica. Fornecerá 'lentes' olfativas, tácteis, gustativas, auditivas e visuais particulares.

> Se os canais pelos quais os homens captam informações sobre o mundo exterior estão culturalmente codificados, com muito mais razão podemos compreender que o estejam as categorias intelectuais por intermédio das quais essas informações são processadas. (...) Noções como causa, consequência, tempo, espaço etc. Longe de resultarem das experiências singulares dos indivíduos (*a posteriori*) ou de alguma preexistência nas mentalidades individuais (*a priori*), derivariam da experiência dos indivíduos em uma sociedade já organizada por uma lógica da qual essas noções proviriam. As categorias do entendimento seriam, segundo esta perspectiva, simultaneamente a *priori* e a *posteriori*. (RODRIGUES, 1989, p.139) (grifo do autor)

Na medida em que são sistemas de codificação, cada cultura equipa os homens como uma lente específica, através da qual transparecerá um mundo particular. De mesmo modo, como a cultura não é uma entidade acabada, mas sim permanentemente acionada e modificada, com as incertezas e inseguranças nas relações sociais. (VELHO, 1985)

## Considerações finais

> Cada pessoa (...) possui sua própria caverna particular, que interpreta e distorce a luz da natureza. (...) Assim, alguns espíritos têm condições para assinalar as diferenças, outros, as semelhanças, e ambos tendem ao erro, embora de maneiras opostas; por outro lado, o dedicar-se a uma ciência ou a uma especulação particular pode conformar de tal modo o pensamento do homem, que este tudo interpreta ã luz daquela. (BACON, 1999, p.13)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Abordamos que na organização é natural que exista uma cultura própria e que esta seja permeada pela comunicação. Seu cenário é o da construção do imaginário social a partir do *habitus* (cultural), do instinto (natural), da percepção – as mais vivas e da cognição. É uma espécie de seleção natural que fazemos quando recebemos informação no cérebro.

Apesar de a sociedade contemporânea ter organizações diferenciadas, há certa atitude de aceitação natural após a ambientação. Neste contexto, a comunicação funciona como um plano de interpretação e de orientação. Eles são as formas de certificar que é viável lidar com as diversidades culturais que se apresentam no mundo.

Uma proposta é incentivar o olhar positivo às diferenças. Abordamos a cultura como um sustentáculo que contribui, influi, gera e altera a organização. "A fusão de estilos de vida culturalmente estranhos e geograficamente isolados ganha um novo sentido (...), mas acaba por unir pessoas, (...), cujos destinos passam por caminhos diferentes, em torno de algo em comum". (MARTINS, 2008, p.104)

Embora as pessoas possuam maneiras diferenciadas de perceber a realidade, elas partilham de crenças comuns que estão vinculadas às suas culturas. "A vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente". (BERGER, 1985, p.35)

Identificamos também que a cultura é extremamente importante na abordagem organizacional e o que dá forma à identidade não é só a maneira pela qual, reflexivamente, me defino (ou tento me definir) em relação à imagem que outrem me envia de mim mesmo; é também a maneira pela qual, transitivamente, objetivo a alteridade do outro atribuindo um conteúdo especifico à diferença que me separa dele. Cada cultura (coletiva) se desenvolve em contato e trocas com outras culturas (individuais). "A vida cotidiana é, sobretudo, a vida com a linguagem, e por meio dela, de que participo com meus semelhantes. A compreensão da linguagem é por isso essencial para minha compreensão da realidade da vida cotidiana". (BERGER, 1985, p.57)

O sentido nunca é dado. Jamais ele "está" aí ou ali, de antemão, nem escondido sob as coisas visíveis, nem mesmo instalado nas unidades constituídas no quadro de tal sistema de signos ou de algum outro código

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



sociocultural particular. Em vez disso, ele se constrói, se define e se apreende apenas "em situação" – no ato – isto é, na singularidade das circunstâncias próprias a cada encontro específico entre o mundo e um sujeito dado, ou entre determinados sujeitos.

A palavra, por ser polissêmica, também é um fator importante nas nuances informacionais dentro de uma organização. Pois, como visto, para compreender a fala de outrem não basta entender as suas palavras – temos que compreender o seu pensamento. Variações no contexto implicam variações no sentido. Mas nem mesmo isso é suficiente – também é preciso que conheçamos a sua motivação. O sentido não é o mesmo para diferentes sujeitos na mesma situação; a palavra é sempre carregada de conteúdo e sentido ideológico e vivencial.

A decodificação da comunicação exige antes de tudo que se proceda à seleção semântica dentre os muitos significados da palavra empregada em dado texto. Um dos fatores que permite fazer a escolha do sentido adequado da palavra é a entonação com a qual tal palavra é pronunciada. Outro fator que determina a escolha do sentido adequado da palavra é o contexto. O processo de escolha correta do sentido de uma palavra pode encontrar uma série de dificuldades que devem ser levadas em conta.

**Referências**

AUGÉ, Marc. *Não-lugares*: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas – SP: Papirus, 1994.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido*: sobre a fragilidade dos laços humanos. Ed. Rio de janeiro: Jorge Zahar, 2004.

_____. *Tempos Líquidos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BERGER, Peter L. *A construção social da realidade*: tratado de sociologia do conhecimento. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

CASALI, Adriana Machado. Um modelo do processo de comunicação organizacional na perspectiva da 'Escola de Montreal'. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Comunicação Organizacional*: histórico, fundamentos e processos. Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

CHANLAT, Jean-François. *O indivíduo na organização*: dimensões esquecidas. São Paulo: Editora Atlas, 1993.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



CURVELLO, João José Azevedo. A perspectiva sistêmico-comunicacional das organizações e sua importância para os estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Comunicação Organizacional*: histórico, fundamentos e processos. Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

FREITAS, Maria Ester de. *Cultura organizacional*: identidade, sedução e carisma? Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

HUME, David. *Investigação sobre o entendimento humano*. Rio de Janeiro: 70, 1985.

LOCKE, John. *Ensaios sobre o entendimento humano*. Lisboa: FCG, 1999.

_____. *Ensaios sobre o entendimento humano*. Lisboa: FCG, 1973.

MORIN, Edgar. *A cabeça bem-feita*: repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

_____. *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes, PAULA, Carine F. Caetano de. Comunicação no contexto das organizações: produtora ou ordenadora de sentidos? In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira. (orgs.) *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações*. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.

PINTO, Julio. Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações? In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira. (orgs.) *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações*. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.

RODRIGUES, José Carlos. *Antropologia e Comunicação*: princípios radicais. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1989.

ROMAN, Artur Roberto. Organizações: um universos de discursos bem-ditos, mal-ditos e não-ditos. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Comunicação Organizacional*: histórico, fundamentos e processos. Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo. Globalização e meio técnico-científico informacional*. São Paulo: Editora Hucitec, 1994.

SCHIRATO, Maria Aparecida Rhein. *O feitiço das organizações*: sistemas imaginários. São Paulo: Atlas, 2004.

SROUR, Robert Henry. *Poder, cultura e ética nas organizações*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TZU, Sun. *A Arte da Guerra*. Porto Alegre: L&PM, 2000.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



VELHO, Gilberto. *Desvio e divergência*. Uma crítica da patologia social. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

## 10. Memória e cotidiano da avenida Presidente Lucena: um olhar contemporâneo sobre o perímetro urbano de Ivoti por meio da História Oral e do Jornalismo Impresso

*Sandra Hess / Feevale*

(sandrahess2003@yahoo.com.br)

O presente estudo identifica aspectos da avenida Presidente Lucena, no perímetro urbano de Ivoti/RS, nas décadas de 1960 e 2000. Por meio do método de História Oral, são resgatadas vivências e impressões de moradores. O trabalho ainda apresenta informações do cotidiano de indivíduos que mantêm vínculo com a avenida, a partir de formulário aplicado com pessoas junto à avenida. Ainda, contextualiza as reportagens e notas relacionadas com a via ou a vida cotidiana publicadas nos jornais NH e O Diário. Por fim, relaciona os conceitos de Memória e Cotidiano com o objeto de estudo, tendo como apoio conceitos da Comunicação, História Oral e Urbanismo.

**Palavras-chave**: Memória; Cotidiano; Imprensa; História Oral; Urbanismo.

O objeto do presente estudo é a avenida Presidente Lucena, no trecho que comporta o município de Ivoti, no Rio Grande do Sul, por onde os acontecimentos culturais, políticos e econômicos vão e voltam por seus cerca de quatro mil metros de perímetro urbano.

As marcas de vários tempos e tendências estão impregnadas nessa estrada. Ela foi traçada no século XIX e continua servindo de passagem (ou permanência) de indivíduos. A avenida é conhecida no Vale do Rio dos Sinos e Serra porque não recorta somente Ivoti, passando ainda por São Leopoldo, Novo Hamburgo, Estância Velha, Ivoti, Presidente Lucena (município), Picada Café e Nova Petrópolis. Para cada morador desses municípios, a avenida possui uma relação de vínculo. Para os territórios de Ivoti e Presidente Lucena, ela torna-se a principal via no atendimento das necessidades.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Essa ligação econômica, cultural e política entre indivíduos e a avenida é merecedora de estudo. Afinal, a avenida é reconhecida como um espaço importante para o cotidiano, em especial o de Ivoti? E de que forma é feito o registro de sua história e de suas transformações?

Partimos da hipótese de que a avenida Presidente Lucena é mais que um lugar de passagem e que promove um vínculo capaz de fomentar a interação no cotidiano e a consequente memória do indivíduo e dos grupos formados nela.

O trabalho se propõe a identificar a história da avenida nos domínios ivotienses em dois períodos do Brasil Contemporâneo: na década de 1960, por ser o período de emancipação, e na atual década, a fim de encontrar pontos de comparação.

Podemos levar em conta que a história da cidade é tema de estudo nas Séries Iniciais do Ensino Fundamental, sendo que professores e alunos se voltam para curiosidades e aspectos que promovam uma identificação, uma reflexão e uma valorização do patrimônio público, histórico e cultural. Assim, a pesquisa poderá contribuir na construção de pistas que elucidem aspectos da principal avenida do município de Ivoti.

O trabalho foi realizado a partir de Pesquisa Aplicada Qualitativa, executando formulário no perímetro por meio de perguntas abertas com até 20 pessoas. Também fizemos entrevista com pessoas por meio do Método de História Oral. A pesquisa bibliográfica proporcionou o embasamento e aprofundamento teórico.

Vamos iniciar o estudo a partir do campo da Memória, tendo como pensadores Maurice Halbwachs (2006), Jacques Le Goff (2003), Paul Thompson (1992), Eric Hobsbawm (1998), Sandra Jatahy Pesavento (1996, 1997, 1999) e Michael Pollak (1989). Inserimos os depoimentos de moradores, por meio da técnica de Verena Alberti (2004). Quarenta e cinco anos depois, com a ajuda das lembranças de pessoas da região, foram apresentadas algumas pistas no calendário de acontecimentos da década de 1960. Elas possuem uma memória individual e lembranças vividas em grupo que formam a sua memória coletiva, campo abordado. São pessoas que não tiveram cargos públicos nem notoriedade, mas estiveram próximas daquelas que decidiram o então presente e o futuro de Ivoti.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Se precisamos de vínculo para memorizarmos aspectos da nossa vida individual e coletiva, o campo do Cotidiano formaliza o sentido social do indivíduo, sendo estabelecido conforme as necessidades e interesses. O palco de ação é o espaço público, no qual o indivíduo interage com o outro, aprende regras de conduta e também estabelece a sua forma de agir. Transitamos aqui com o auxílio de Agnes Heller (2000) e Paulo Reyes (2005).

Neste caminho, procuramos ilustrar a teoria com aspectos da própria avenida, por meio das informações transmitidas por alguns depoentes. Também aplicamos os resultados do formulário que retrata o pensamento do cidadão que transita pela avenida no ano de 2009 e que mantém vínculo há alguns anos com o espaço público em função do trabalho, da moradia ou do uso dos serviços que os estabelecimentos oferecem às suas margens. Para tanto, a relação de espaço e tempo também é discutida nesse estudo com Paul Virilio (1993), Luiz Antonio Gloger Maroneze (2007) e Mike Featherston (In: ARANTES, 2000).

Tratamos aspectos do urbano e do funcionamento da cidade, a partir do planejamento social e da inserção do poder público e de profissionais que influenciam o espaço utilizado pelo indivíduo. Aqui, formalizamos a noção de patrimônio público e dos prédios antigos que estiveram ou estão dispostos na avenida, relacionando pequenas mudanças e proposições apresentadas pelo jornal da cidade. Neste âmbito, foram relacionados Lia Motta (In ARANTES, 2000), Marcelo Nahus de Oliveira (In ARANTES, 2000), Célia Ferraz de Souza (In BRESCIANI, 1997) e Sharon Zukin (In ARANTES, 2000).

Seguindo o caminho do conhecimento desse logradouro, avaliamos a importância do registro dos acontecimentos e transformações do cotidiano, promovendo a prática da atividade jornalística no registro dos acontecimentos do presente, mas que se torna fonte de consulta num passado recente. São informações, acontecimentos e personagens que poderão ser reconhecidos numa narrativa dotada de técnica, mas também de subjetivismo. O trabalho observa os registros do Jornal NH na década de 1960 e do Jornal O Diário na década de 2000 para confrontar informações e práticas. Aqui, encontramos como teórico principalmente Christa Berger (In WEBER, 2002).

E, por fim, para contextualizar e enriquecer o trabalho, propomos uma descrição dessa avenida que, para muitos, é a referência de Ivoti. Aqui, o leitor é

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



convidado a se tornar um “flâneur”, personagem de Walter Benjamin, e realizar paradas estratégicas por diversos pontos físicos para formalizar o vínculo com esse espaço. Informações foram colhidas em jornais, com os entrevistados, em livros e por meio de dados da prefeitura. Nesse espaço, os tempos de 1960 e 2000 são combinados propositalmente.

Após aplicação da teoria aliada à prática, concluímos que a rua é um espaço público geralmente visto como um lugar de passagem. E, por isso, nem sempre são percebidas as transformações que nela ocorrem ao longo dos dias. Tampouco, são registradas essas mudanças que vem sendo promovidas em prédios, no passeio público, nas praças ou mesmo no trânsito. Entendemos, neste caso, a importância de pessoas ou grupos interessados e cientes da importância do registro destas transformações. Ao longo da pesquisa, localizamos indivíduos que conservam fotografias de 40 anos atrás ou mais, assim como outras que guardam na memória fatos relacionados à sua família. Isso tudo é relevante na construção da memória de uma cidade, bem como, no reconhecimento do indivíduo nesta sociedade em que está inserido.

A fotografia é outro vasto campo de estudo, visto que cria um documento histórico, pois apresenta uma série de informações que não podem ser refutadas tão facilmente. A imagem contribui, por exemplo, na construção de uma avenida que tinha características que desapareceram ao longo do tempo. Esse é um tema que pode ser amplamente discutido e analisado em várias subcategorias. Principalmente, quando se trata do estudo das ruas, visto que as transformações muitas vezes não podem ser descritas somente com palavras, ou seja, elas revigorar lembranças de instalações de uma época.

Verificando os jornais do ano 2000, percebemos que algumas preocupações são recorrentes e tratadas de tempos em tempos ao ler os jornais. A avenida ganha o seu destaque, principalmente, para três assuntos: eventos sociais, trânsito e problemas estruturais.

Do número 100 ao 3.800, a avenida ivotiense vem marcando território sem que o cidadão perceba a sua história. Mais de uma geração passou por ela, algumas interagindo entre si neste espaço público. O Cotidiano, como vimos, é formado por estruturas sociais pré-estabelecidas em que o indivíduo se insere,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



reconhece a conduta e ocupa seu espaço. Como foi dito, seria um espaço de negociação que convivemos.

Na aplicação do método de História Oral, percebemos em uma das entrevistas a tranquilidade e a paciência em falar e descrever sobre uma outra época. Em outro caso, identificamos uma grande vontade em relatar acontecimentos, mesmo aqueles que não foram vividos por si próprios, mas narrados por conhecidos. As recordações de estabelecimentos foram as lembranças mais difíceis de trazer á tona, o que é compreensível, visto que nem sempre tratavam-se de suas vivências. Um dos entrevistados já era tido na comunidade como alguém com conhecimento notório, visto que costuma guardar registros da cidade. O outro depoente até então não ocupou os espaços de mídia e de testemunho de uma época.

O método de História Oral elucidou o processo da memória. Um dos entrevistados esteve entre os líderes da comunidade e teve influência nos primeiros anos de organização da cidade. Atualmente, porém, não se sente apto para apresentar informações porque não dispõe mais do apoio e da confirmação do grupo em que pertenceu na década de 1960.

Os dados do formulário confirmaram aspectos da década de 2000, principalmente no que se refere ao trânsito, ao patrimônio público e ao sentimento de pertencimento ao cotidiano da avenida, visto que valorizam, em primeiro lugar, as flores que embelezam a principal via da cidade. A preocupação com vagas para estacionar na avenida foi ampla e confirmada pelas “falas” do jornal da cidade.

Também tivemos a comprovação de que o cidadão da década de 2000 não valoriza o registro fotográfico ou guarda documentos sobre a avenida. Porém, considera a avenida importante no quesito Cotidiano, visto que freqüenta o espaço regularmente e faz uso dos serviços e manifestações sociais da avenida.

Percebe-se que há um foco de interesse no setor econômico da avenida, procurando criar oportunidades e novos serviços. A questão da preservação do patrimônio público é algo que está silencioso, apesar de que já tenham ocorrido obras de recuperação ao longo desta década (preocupação que inexistia na década de 1960), porém, como já foi dito, a especulação imobiliária é forte e constante e demonstra querer ocupar cada espaço ocioso na avenida.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Por meio de relatos e registros de uma ponta a outra da avenida, nos questionamos sobre o que permanece e o que muda nesses quase 45 anos. Muitos prédios e indústrias fecharam e muitas residências deram lugar a estabelecimentos comerciais e de prestação de serviço. Agora no final da década de 2000, a avenida ganha novos prédios e novas salas comerciais. A perspectiva é de ampla ocupação. As casas de estilo colonial ou enxaimel vão diminuindo progressivamente. Muitos lamentam, como é demonstrado no formulário e no método de História Oral, mas não estão dispostos a mantê-las conservadas. O custo de manutenção é alto e o apelo comercial é grande.

Se a configuração da avenida permitia que famílias se estabelecessem na avenida na década de 1960, neste atual período, as possibilidades se restringem, em muitos dos casos, a edifícios residenciais. Mesmo Ivoti, uma pequena cidade em relação às metrópoles vizinhas, passa a sentir os reflexos da ocupação dos espaços, ou melhor, da restrição deles. Com o tempo, as marcas do passado não poderão ser mais visualizadas nas edificações porque foram substituídas por uma estética atual.

Assim sendo, entendemos que existem dois tipos de funções na avenida: o de atender ao cidadão-consumidor, que percorre a via para se deslocar da casa para o trabalho ou para a escola, que cumpre uma rotina de atendimento de suas necessidades ou de sua família. A outra função é de integrar e de sociabilizar, por meio das praças e clubes e dos eventos realizados neste espaço. Uma função que parece não entrar em conflito com a outra.

Nesse ir e vir por meio do espaço e do tempo, percebemos a importância de quem constrói a memória desse ambiente social. Na avenida está um conjunto de pessoas que ajuda a construir e a manter a memória de Ivoti, já que a avenida é, até o momento, a mais importante do município. Também não há sinais de que sua importância irá se acabar em curto ou médio prazo. A única questão a resolver é o espaço para estacionamento, situação que demanda atenção de profissionais que trabalham na organização urbana de Ivoti.

Quando se quis observar os jornais da década de 1960 e de 2000, percebeu-se um abismo entre o que é noticiado sobre o cotidiano de Ivoti. Isso ocorre, é claro, porque na primeira época, tratava-se de um jornal com sede em outra cidade, ou seja, somente mais tarde é que o Jornal NH veio a se consolidar

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



como um jornal regional de fato, apresentando regularidade na informação sobre Ivoti. O município passou a ter o registro do cotidiano de forma contínua com a instalação de jornais locais, como O Diário, em 1993.

Eis que, em outro estudo, poderia ser verificado o interesse do leitor pelos cadernos especiais sobre ruas, a exemplo do Jornal O Diário, que publicou com certa regularidade reportagens sobre a avenida. A questão que se levanta é: os leitores apóiam esse tipo de reportagem, tecendo comentários sobre os especiais ou arquivando-os como um documento histórico?

O flâneur, personagem que teve mais espaço de contemplação na década de 1960, visto que tinha por hábito sentar-se em frente de casa, provavelmente para tomar um chimarrão e para acompanhar o movimento dos veículos, existe de uma outra forma na década de 2000. O intenso fluxo de veículos torna-se parte do cotidiano do cidadão que acessa a avenida e ele aprende a se movimentar nesse ambiente com mais destreza. Ele aproveita as praças para observar o ritmo da cidade. O quesito praças pode ser interpretado como a valorização da integração, do lazer e do descanso. A sensação de segurança nestes locais públicos prevalece possivelmente porque são rostos conhecidos que já estiveram compartilhando e negociando espaços em outros trechos da via.

Discorremos sobre o fato de a avenida ter sido cortada há muito tempo com o propósito do escoamento da produção. Mas, é possível perguntar: por que outras avenidas não foram abertas com o passar dos anos em Ivoti? Um entendimento é que os proprietários de áreas de classe social mais alta fizeram investimentos e deram visibilidade neste ponto, não desejando que suas propriedades fossem divididas. Visualizamos o Plano Diretor de 1965 e localizamos grandes lotes de terras pertencentes a poucas famílias. Aos poucos, as demais pessoas foram ocupando as áreas ao redor, pessoas com menos posses e sem condições de criar um outro espaço que reunisse diferentes serviços. Entendemos, assim, que a relação de poder pode influenciar a importância de uma rua.

Assim sendo, não podemos tratar a avenida como um objeto de preservação, mas sim, aquilo que está às suas margens, ou seja, aquilo que leva o cidadão a buscar a avenida, parar e dar ainda mais significado. A avenida, por si só, ganha em importância uma vez que serve de passagem. Mas, todos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



aqueles que se estabelecem nela esperam que estes que passam também criem vínculo com o que está presente nela.

Na discussão sobre o cotidiano e a memória da avenida Presidente Lucena, também baseada na informação que a imprensa apresenta, não é encontrada uma tendência mercadológica evidente, visto que os assuntos apresentados são de ordem do cotidiano. Somente quando realiza os cadernos especiais sobre a avenida, e isso é identificado com uma regularidade (não analisada criteriosamente, mas observa-se uma freqüência). Aparentemente, não há uma pressão do mercado para conduzir as matérias. É consenso natural que a avenida é relevante. Mas, se o jornal iniciasse uma série de coberturas de valorização do cotidiano de outra via da cidade, poderia ocorrer uma tensão daqueles que estão estabelecidos na avenida Presidente Lucena. Percebe-se, no entanto, que a cobertura registrada sobre a avenida tem caráter organizativo e social. Ou seja, ela registra existência de uma sinaleira que prejudica o fluxo e irrita os motoristas e também a passagem do desfile de uma festa popular.

Se analisarmos o jornal, não vemos, na maioria dos casos, a comunidade inserida na discussão dos fatos da avenida. Pelo menos não como fonte que tem nome, idade e profissão, uma regra comum na imprensa. O que vemos é a escrita – presume-se – do diretor do jornal. Também vemos os pronunciamentos de vereadores na sessão semanal, que, por vezes, mencionam a dificuldade de estacionamento e questões de organização de tráfego.

Quando passamos por essa avenida e fazemos o exercício de imaginar o seu inicio também poderemos ser transformados por ela. Passamos a valorizar as conquistas de outras gerações e a refletir e comparar sobre as necessidades e valores de um outro tempo. Quanto mais jovem o indivíduo tiver essa percepção de mudança, maior será a intenção de se apropriar desse período, conservando-o ou entendendo-o para a sua própria maturidade.

Enquanto percorremos a avenida, verificamos que são inúmeras as histórias, os personagens e os significados guardados por detrás de cada prédio. Se batêssemos na porta de cada estabelecimento, muito haveria para contar.

Muito se fala sobre cidades e suas transformações. Esse trabalho é dedicado a uma rua de uma cidade. Aliás, a rua da cidade porque essa a corta de uma ponta a outra. É na rua que, mesmo nos tempos pós-modernos em que

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



tecnologia e violência levam os cidadãos para dentro de suas casas e estabelecimentos, são promovidas importantes relações.

**Referências**

Não indicadas pela autora.

## 11. Projeto Fronteiras: a identidade fronteiriça nas ondas do rádio

*Vera Lucia Spacil Raddatz*
(verar@unijui.edu.br)
*Elenise de Oliveira Carneiro (Bolsista PIBIC/UNIJUÍ)*
(elenisecarneiro@gmail.com)
*Fernando Vieira Goettems (Bolsista PIBIC/CNPq)*
(fernandogoettems@gmail.com)
*Luana Oliveira da Costa (Bolsista PIBIC/CNPq) / UNIJUÍ*
(luanaoliveiradacosta@gmail.com)

A região noroeste do Estado compreende um complexo de cidades fronteiriças que se caracteriza por uma cultura peculiar, que se revela, entre outros elementos, por influências históricas e sociais provenientes dos povos das nações vizinhas. Os meios de comunicação, especialmente o rádio, têm uma importância muito grande como canal dinamizador dessa cultura e dessa identidade. Este projeto procura resgatar, por meio da memória radiofônica regional, os traços de formação de uma identidade fronteiriça presentes nas comunidades da região noroeste do estado, onde está inserida a UNIJUI.

**Palavras-chave**: Identidade; Memória; Rádio; Fronteira.

**Introdução**

Neste texto pretendemos discutir a importância do resgate da memória do rádio regional e sua influência na formação da cultura e da identidade na região da fronteira do Rio Grande do Sul com a Argentina, onde são visíveis as diferenças e aproximações de duas nações, com seus traços, marcas e definições construídas pela história, pela colonização e lutas.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Por meio da pesquisa bibliográfica e de campo está sendo desenvolvido o Projeto de Pesquisa "Fronteiras: a identidade fronteiriça nas ondas do rádio", que compreende a Fronteira Noroeste e Noroeste Colonial do Rio Grande do Sul. Este projeto compreende também o Subprojeto Memória do Rádio Regional, cujo objetivo é recuperar a memória do rádio regional dentro deste espaço. Procuramos fazer o registro da história do rádio, para assim, entendermos o processo de desenvolvimento da região e as práticas socioculturais estabelecidas entre argentinos e brasileiros. Para tanto, nos baseamos em entrevistas com locutores e diretores das emissoras e em uma busca nos arquivos existentes na região de abrangência do Projeto.

O repertório cultural de um povo pode ser influenciado pelo que informam e tocam as ondas do rádio. A programação das emissoras reflete as peculiaridades culturais da região onde elas estão inseridas e articula e evidencia elementos da cultura e da identidade fronteiriça, integrando povos e nações, e reconhecendo novas expressões das identidades que se manifestam pela linguagem, pela música e relações de vizinhança.

Observando tais aspectos, o *Projeto Fronteiras* tem por principal objetivo apontar e valorizar de que forma é construída a identidade cultural dos povos que vivem na faixa de fronteira entre Brasil e Argentina, na região Noroeste e Noroeste Colonial do Rio Grande do Sul. Além disso, percebemos nas regiões em estudo o descaso com a memória do rádio regional, sendo que não há nenhum documento que relate a histórias das emissoras de rádio ali estabelecidas. Nem mesmo elas costumam guardar arquivos que possam registrar essa história. Assim, perde-se muito da trajetória das comunidades. A história das emissoras foi construída por todos e, portanto, pertence a todos. É justamente a consciência do que se tem perdido e o reconhecimento da importância de preservar o que permanece, que constituem os objetivos que permeiam a proposta do projeto.

A pesquisa de campo realizada pelo Projeto busca compreender a formação da identidade e da cultura na faixa fronteiriça, influenciadas pelas ondas do rádio. Posteriormente o material coletado será organizado, analisado e será produzido um livro e um cd-documentário com os relatos sobre a memória do rádio, para então serem socializados.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Procedimentos metodológicos**

Para a realização dessa pesquisa qualitativa e de caráter social, apoiamo-nos na Sociologia Compreensiva de Michel Maffesoli. A Sociologia Compreensiva dá destaque à subjetividade e ao cotidiano e apresenta pensamento libertário, o que afasta este método de qualquer relação com o quantitativo. São cinco os pressupostos básicos sustentados pelo método de Maffesoli: crítica do dualismo esquemático, a forma, uma sensibilidade relativista, uma pesquisa estilística o pensamento libertário. Este pensamento de Maffesoli (1988, p.44) reforça que "há sempre uma dose de audácia dedutiva em toda a obra autêntica". Pela Sociologia Compreensiva, o pesquisador atua como um repórter na investigação do seu objeto, o que lhe dá abertura e liberdade para trabalhar com a pesquisa de caráter social, usando técnicas diversas, de acordo com a realidade observada, que vão desde as entrevistas estruturadas até as abertas, observação in loco, análise de conteúdo, etc.

O projeto de pesquisa "Fronteiras: A Identidade Fronteiriça nas Ondas do Rádio", desenvolvido pelo Curso de Comunicação Social da Unijuí, insere-se no Grupo de Pesquisa "Poética das Linguagens e Imaginários Culturais", Linha de Pesquisa "Nação e Identidades". No desenvolvimento do projeto são seguidos alguns passos metodológicos que compreendem o registro da história das emissoras, a partir da pesquisa bibliográfica e em arquivos particulares, museus e imprensa escrita e sonora. São realizadas também visitas às emissoras de rádio das regiões em estudo, onde são coletados depoimentos, materiais, documentos e entrevistas, o que é organizado sob forma de documentos escritos e sonoros. Além disso, é feita uma observação da programação atual das emissoras, visitas a arquivos históricos, além de entrevistas abertas e semi-estruturadas com pessoas que participaram ou participam da construção da história das emissoras de rádio como profissionais, proprietários, ouvintes e patrocinadores. Depois, ocorre a análise dos dados compilados e a redação dos artigos científicos com os resultados e reflexões da pesquisa, para serem socializados em seminários, simpósios, jornadas e eventos da área da comunicação e ciências afins. A idéia é coletar material suficiente para futura produção de um livro e um cd-documentário sobre o tema pesquisado.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Fundamentação teórica**

As culturas nacionais referem-se a um sistema de representação, não apenas político, mas um sistema de representação cultural, onde as pessoas participam de uma idéia de nação. Como explica Stuart Hall (2005, p.49): "uma nação é uma comunidade simbólica e é isso que explica seu poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade". O mesmo autor diz ainda: "Uma cultura nacional é um discurso (...). A identidade nacional é uma 'comunidade imaginada". (p.51)

Isso ocorre através de formas narrativas, contidas na literatura, nas histórias populares, na mídia. Segundo Hall (2005, p.52), essas narrativas fornecem aos sujeitos "uma série de histórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que representam ou simbolizam a nação".

Já a globalização refere-se ao processo, em escala global, de integração de culturas, conexão e integração de comunidades, acarretando em novas lógicas sociais. O que, para Hall (2005), significa uma desconstrução da noção de espaço-tempo dos sujeitos. Os lugares permanecem fixos, é neles que temos raízes. Entretanto, o espaço pode ser cruzado num piscar de olhos. Isso é a destruição do espaço através do tempo.

Para o teórico, a globalização acarreta em mudanças significativas na vida do ser humano, quando se refere às interações através do "mercado global de estilos, lugares, pelas imagens da mídia, e pelos sistemas de comunicação". (Hall, 2005, p.75) Essas características da globalização desvinculam a tradição a lugares específicos e flutua livremente pelo mundo.

Após a globalização, fala-se em homogeneização das identidades. Porém, o que ocorre são novas identificações globais e locais. A identidade, segundo o mesmo autor, encontra-se entre o global e o local.

Outra questão que tem relação com a temática das identidades e este estudo é a memória, já direcionando à idéia de memória do rádio na região Noroeste Colonial e Fronteira Noroeste. Nas diversas comunidades que compõem as duas regiões, o rádio tem um poder de penetração importante na constituição das identidades locais, principalmente por encontrar-se numa região de fronteira, sendo influenciado e influenciando as práticas socioculturais, inclusive dos sujeitos de outro país, a Argentina.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Nas regiões Fronteira Noroeste e Noroeste Colonial do estado do Rio Grande do Sul, o rádio assume papel fundamental, à medida que ainda é muito valorizado e ouvido diariamente. E é justamente devido a esse aspecto que ele assume importância histórica e política nas comunidades onde está inserido. Desse modo, resgatar a memória do rádio é recuperar a trajetória dos povos e reconhecer a importância do veículo para a formação das identidades.

A integração pelo rádio faz com que muitas vezes os ouvintes atravessem a fronteira para que possam interagir através de eventos esportivos e até mesmo bailes e festas. Jerônimo Breitenbach (2008), diretor da Rádio Difusora AM, de Três Passos, explica que é comum a realização de intercâmbios entre brasileiros e argentinos mediados pelas ondas do rádio: “A gente tem a participação de ouvintes argentinos, como de muitos brasileiros que hoje moram nessa região de fronteira (...) fazer torneios que jogam na Argentina ou que jogam aqui. Então isso aí envolve bastante a rádio também”.

A participação de ouvintes argentinos através de pedidos musicais, homenagens, recados para amigos e familiares, ou ainda, avisos de utilidade pública são outros aspectos muito comuns no rádio de fronteira. Avisos de festas e notas de falecimento de pessoas que vivem do outro lado de fronteira são fatos corriqueiros e mostram a estreita relação entre os dois povos. Herton Baum, locutor da Rádio Difusora, de Três Passos, relata que percebe uma intensa participação de ouvintes argentinos na programação da emissora brasileira.

O resgate e preservação da memória do rádio assume importância à medida que muito da história dessas emissoras está ligada ao desenvolvimento das comunidades, devido ao caráter de veículo formador e articulador de opiniões, além de disseminar as mais diversas manifestações culturais. Registrar sua história é regenerar a história da comunidade regional e respeitar as raízes do passado.

A memória coletiva traz à tona a compreensão de nossas identidades e de nosso presente. Diante disso, Le Goff (2003) explica que a memória e o conhecimento podem ser considerados objetos de poder e uma preocupação constante das classes, dos grupos e dos indivíduos que de alguma forma dominaram ou dominam as sociedades históricas. Para o autor (2003, p.422), “os esquecimentos e o silêncio da história são reveladores deste mecanismo de manipulação da memória coletiva”. Logo, o estudo e a valorização da memória

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



social são meios importantes para a compreensão dos problemas do tempo e da história, possibilitando apontamentos de melhores decisões futuras. A memória é um meio para o registro e perpetuação do passado histórico.

Enquanto a memória individual é formada pela bagagem de referências pessoais de cada indivíduo, a memória coletiva se apropria das narrativas individuais, e seleciona os fatos e aspectos considerados relevantes e que posteriormente serão guardados como memória oficial das sociedades. A partir dos processos de socialização, a memória individual se enraíza e se torna parte do social e do coletivo. Expressões como obras literárias, obras de arte, monumentos e arquivos de museus são frutos da formalização da memória coletiva. Pertencem, portanto, a todos.

**Considerações finais**

Percebe-se, até o momento, levando em conta as visitas, entrevistas, leituras e análise das informações já coletadas e organizadas pelo Projeto, bem como, pela escrita de artigos e textos, que o rádio faz-se muito importante na formação cultural das comunidades estudadas. Ele influencia o comportamento, não apenas musical, mas também as práticas socioculturais da sociedade em que está inserido, levando em conta as informações, com um caráter de utilidade pública e a difusão da cultura local e regional.

É possível observar também, um forte sentimento de preservação da história nos depoimentos colhidos até então, levando em conta, que a maioria dos entrevistados dedicou boa parte de sua vida ao rádio, alguns deles já trabalham há mais de 20 anos nos veículos de comunicação analisados.

Outro aspecto a destacar, é a tecnologia de comunicação atual e as mudanças que acarretaram nas transmissões radiofônicas, conforme o relato de René Beck, radialista da Rádio Sulbrasileira FM de Panambi;

> Em Panambi, no ano 1973, quando cheguei aqui, o rádio era aquele sistema ainda sem o recurso tecnológico que tem hoje, só pra você ter uma idéia. (...) naquele tempo não tínhamos os recursos que temos hoje de tecnologia, a gente tinha que puxar o fio, a linha física tinha que ir até o estádio. (...) Mas hoje é uma facilidade tremenda as comunicações, você pega um celular e fala de qualquer parte do mundo.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Hoje não se concebe uma emissora de rádio sem tecnologia atual, sem computadores, sem acesso a informações globais ou à internet, por exemplo. Inclusive a interação com seus ouvintes fica mais estreita, mais objetiva, com o auxílio da rede. Não é apenas na web que se percebe os efeitos da globalização na formação das identidades, mas também, tendo em vista as entrevistas realizadas, o sentimento, nos indivíduos, de pertencerem a um universo maior do que o comunitário, de serem indivíduos pertencentes a uma nação e ao mundo.

Os próximos passos da pesquisa são ampliar a coleta de dados referente à memória radiofônica regional, que trará mais elementos sobre o meio rádio e sua influência na formação das identidades locais, além da produção de um livro com os relatos sobre a história das emissoras e um cd-documentário.

**Referências**

BAUM, Herton. Rádio Difusora AM de Três Passos. Entrevista realizada em outubro de 2008.

BREITENBACH, Jerônimo. Rádio Difusora de Três Passos. Entrevista realizada em outubro de 2008.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 10ª Edição. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DpeA, 2005.

LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Tradução: Irene Ferreira, Bernardo Leitão, Suzana Ferreira Borges. Campinas: Editora UNICAMP, 2006.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

Publicidade, marketing, memória da propaganda e acervos.

**Coordenação: Flavi Ferreira Lisbôa Filho / UNIPAMPA** (flavi-lisboa@hotmail.com)

### 1. Publicidade e consumo no cotidiano: um paralelo histórico da evolução da regulamentação publicitária e do direito do consumidor

*Elisa Reinhardt Piedras*
(elisapiedras@hotmail.com)
*Camila Casarotto Martins (acadêmica)*
(camila.casarotto@hotmail.com)
*Fárida Monireh Rabuske Kuntz (acadêmica) / UFRGS*
(faridakuntz@gmail.com)

Este trabalho tem como objetivo realizar uma retrospectiva histórica sobre os temas da regulamentação publicitária e da proteção ao consumidor no Brasil. Como fundamentação teórica, desenvolvemos idéias de autores segundo os quais a credibilidade da publicidade vem diminuindo perante a sociedade devido à constante presença de anúncios enganosos e abusivos (GIACOMINI, 1991; HENRIQUES, 2006). Em termos metodológicos, foram utilizadas técnicas de pesquisa documental e bibliográfica (STUMPF, 2009) para coletar e analisar dados sobre a história da publicidade e dos direitos do consumidor, além de associações, eventos e outros acontecimentos que estão relacionados a esses temas. Como resultados, têm-se uma retrospectiva dos fatos mais importantes, além de uma linha do tempo que sintetiza e facilita a visualização desses dados.

**Palavras-chave**: Publicidade e Propaganda; Consumo; Regulamentação Publicitária; Direito do Consumidor.

#### Introdução

O objetivo do trabalho é reunir informações sobre acontecimentos que contribuíram para a criação e o desenvolvimento da regulamentação publicitária e

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



para a consolidação da legislação de proteção ao consumidor no Brasil, propondo uma retrospectiva sobre o tema.

**Procedimentos metodológicos**

A metodologia deste trabalho é qualitativa, através das técnicas de pesquisa documental e bibliográfica com dados secundários.

Com a pesquisa documental (LAKATOS; MARCONI, 1991), realizou-se a coleta de dados sobre a legislação e a regulamentação da publicidade e dos direitos do consumidor.

Com a pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2009), foi feita a coleta de dados sobre a criação de associações, conselhos e entidades e sobre a realização de eventos que estão relacionados à história da publicidade e da proteção ao consumidor no Brasil.

O universo eleito para a pesquisa consiste em bibliografias e documentos sobre a publicidade e a defesa do consumidor, produzidos entre os anos de 1808 e 2009, disponíveis na internet.

As principais bibliografias são:

**Sobre publicidade:**

- GIACOMINI, Gino. Consumidor versus Propaganda. São Paulo: Summus, 1991.
- TOALDO, Mariângela. Cenário publicitário brasileiro: anúncios e moralidade contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2005.

**Sobre direito do consumidor:**

- HENRIQUES, Isabella Vieira Machado. Publicidade abusiva dirigida à criança. Curitiba: Juruá, 2006. 238p.

Já os documentos onde os dados foram coletados são:

**Legislação:**

- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988
- Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965
- Lei nº 556, de 25 de junho de 1850 (Código Comercial Brasileiro)
- Lei nº 3.071, de 1º de janeiro de 1916 (Código Civil Brasileiro)
- Lei 1.903, de 29 de dezembro de 1978 (Sistema Estadual de Defesa do Consumidor).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Decretos:**

- Decreto nº 21.111, de 1º de março de 1932
- Decreto nº 22.626, de 7 de abril de 1933
- Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940
- Decreto nº 63.196, de 29 de agosto de 1963
- Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997

**Códigos:**

- Código de Auto-Regulamentação Publicitária
- Código de Ética dos Profissionais de Propaganda
- Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990)

**Associações:**

- Associação Brasileira de Propaganda (ABP)
- Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP)
- Associação dos Inquilinos Intraquilos

**Conselhos:**

- Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (CONAR)
- Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP)
- Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE)

**Institutos:**

- Instituto Verificador de Circulação (IVC)
- Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC)

**Entidades:**

- Centro de Estudos e Pesquisas dos Direitos do Consumidor

Após a coleta, a descrição e a análise dos dados deram-se a partir de registro em arquivo digital, em ordem cronológica, dos fatos mais importantes e marcantes relacionados à publicidade e ao direito do consumidor, de forma detalhada, possibilitando uma retrospectiva do tema.

## Fundamentação teórica

Esse trabalho tem como fundamentação teórica os estudos que se concentram nas relações entre o consumidor e a publicidade, abordando temas

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



como a história da publicidade no Brasil, a ética publicitária e a legislação e defesa do consumidor nesse país.

O texto é parte de um projeto em andamento, mas as idéias principais baseiam-se nos autores Gino Giacomini Filho, com a visão da Publicidade sobre o assunto, e Isabella Vieira Machado Henriques, sob o viés do Direito. Giacomini (1991) trabalha com o conceito de *consumerismo*, como as forças sociais que buscam um melhor tratamento para o consumidor, incluindo questões como a ética publicitária e a propaganda enganosa, argumentando também sobre a falta de credibilidade da publicidade nas relações de consumo. O autor trabalha numa perspectiva histórica em relação à proteção do consumidor no Brasil. Já Henriques (2006) traz em sua obra uma análise detalhada da regulamentação publicitária voltada ao público infantil, dentro do panorama do direito do consumidor e da proteção à criança. Ambos os autores tem como base para suas análises o Código de Defesa do Consumidor, que trata das relações de consumo nas esferas civil, administrativa e penal, sendo a primeira lei dedicada exclusivamente à proteção do consumidor no Brasil.

**Considerações finais**

A partir dos dados coletados, obteve-se como resultado uma retomada histórica e cronológica detalhada sobre a regulamentação publicitária e a legislação do consumidor no Brasil.

Com isso, foi possível também a elaboração de uma linha do tempo (apresentada abaixo), desde 1808, com a criação da imprensa no Brasil, até 2009, evidenciando, de um lado, os fatos relacionados à publicidade, e de outro, os acontecimentos relacionados ao consumidor, estabelecendo uma relação entre os fatos relevantes dos dois assuntos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



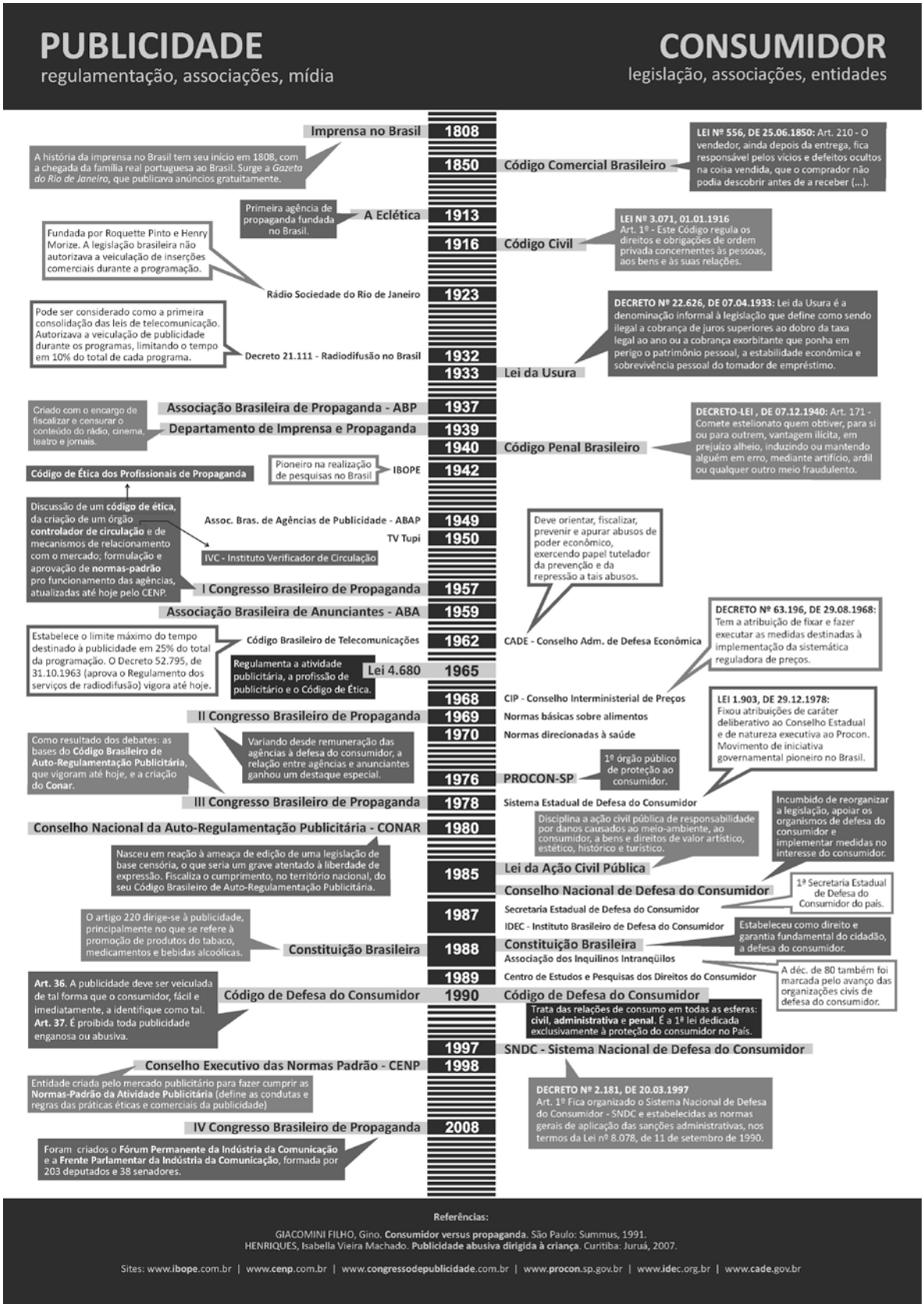



Figura 1: Síntese dos resultados na Linha do Tempo

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Referências**

GIACOMINI, Gino. *Consumidor versus Propaganda*. São Paulo: Summus, 1991.

HENRIQUES, Isabella Vieira Machado. *Publicidade abusiva dirigida à criança*. Curitiba: Juruá, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. Técnicas de pesquisa. In: *Fundamentos da Metodologia Científica*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

STUMPF, Ida Regina C.. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

TOALDO, Mariângela. *Cenário publicitário brasileiro*: anúncios e moralidade contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2005.

## 2. A gauchidade no merchandising do programa Coisas do Sul

*Fernanda do Amaral Ferrari (acadêmica)*

(f.a.f@hotmail.com)

*Helen Piegas Barcelos (acadêmica)*

(barcelos.helen@gmail.com)

*Flavi Ferreira Lisboa Filho / UNIPAMPA*

(flavifilho@unipampa.edu.br)

Este trabalho tem por finalidade analisar o merchandising presente no programa Coisas do Sul veiculado pela emissora SBT RS. O objetivo desse estudo centra-se no estudo do merchandising de empresas que se valem de programas de televisão estreitamente regional para divulgação de seus produtos e serviços. Decidimos estudar aspectos da tradição gaúcha e verificar como atravessam o merchandising dentro do contexto do programa. Foi utilizado o estudo de caso analisando assistematicamente como as empresas fazem uso de uma cultura regional.

**Palavras-chave**: Merchandising; Cultura Regional; Gauchidade.

**Introdução**

Este estudo centra-se no merchandising do programa regional Coisas do Sul, transmitido nas manhãs de domingo pelo canal SBT RS. O propósito deste

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



trabalho é de analisar o merchandising dentro do programa, verificando como se manifesta a cultura regional, para compreender como e por que empresas valem-se da gauchidade para se promover dentro do estado.

O programa "Coisas do Sul" faz um resgate à cultura, raízes e folclore gaúcho. São apresentadas entrevistas, apresentações de grupos musicais, dança artística e culinária típica do estado sul-rio-grandense. Volmir Martins, apresentador do programa Coisas do Sul é trovador renomado, hoje ele é reconhecido como melhor repentista do estado, com mais de cinco premiações, cantor de sucesso crescente e apresentador de TV, onde mostra seu talento para todos os gaúchos, levantando a bandeira de valorização do artista e da cultura regional.

O tipo de pesquisa utilizado foi o de estudo de caso ou método monográfico. Que visa analisar profundamente como as empresas fazem uso de uma cultura regional, dentro de um programa de televisão, especificamente o programa Coisas do Sul, para se promover dentro do estado através do merchandising. Quanto à abordagem da pesquisa foi qualitativa que visa analisar e interpretar aspectos mais profundos trata-se de uma investigação, dos hábitos, atitudes e tendência de comportamento. Refere-se a uma análise audiovisual, para um melhor entendimento de como se constrói esse discurso da gauchidade televisiva.

**Identidade e diferença**

Contextualizamos o estudo em questões de identidade e diferença, pois identidade é um conjunto de caracteres que nos diferenciam umas das outras, ou seja, ela é marcada pela diferença. É o reconhecimento de um "eu" em comparação com o "outro", pela diferença. Para Hall (2006, p.106), "identificação", na linguagem de um senso comum, é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal.

> A representação é um conjunto de significados, é por meio dos significados produzidos que nos posicionamos como sujeito. Aquilo que somos e que nos tornamos é o resultado das significações, esse processo forma as identidades individuais e coletivas, exemplos: um anúncio com objetivo de vender tem que haver um apelo onde às pessoas possam se identificar, marketing também usa promoções como "novo homem" produzindo uma nova identidade, tudo isso é inserido em nossa cultura. (WOODWARD, 2006, p.17).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Sem dúvida, a nacionalidade é um fator mais forte, pelos mesmos costumes, folclores, cultura, comportamento de um povo, região.

> Se examinarmos algumas questões contemporâneas de identidade, podemos observar que ela existe de diferentes níveis, em um nível "global", por exemplo, as identidades étnicas ou nacionais, e em um nível "local", como relações pessoais e política sexual. Para entender identidade, é necessário compreender suas representações, e analisar sua relação entre cultura e significado. (WOODWARD, 2006, p.16).

A identidade gaúcha provém de acontecimentos históricos do estado, essa cultura é marcada através de hábitos e costumes, como a lida campeira, seu gosto pela criação de gado e cavalos, hábito de tomar o chimarrão, além de sua culinária variada, tudo isso faz parte de uma cultura gaúcha onde a identidade se caracteriza pela preservação dos costumes e tradição do folclore.

Segundo Oliven (2006 apud LISBOA, 2009, p.173), a construção social da identidade sul-rio-grandense provém de elementos recuperados a partir de uma visão gloriosa do passado, associando o gaúcho a força, belicosidade e à liberdade. Todas essas características acabam contribuindo para a conformação de uma construção cultural da identidade gaúcha tradicional, mesmo que não façam mais parte da vida cotidiana desse povo.

## Resultados

Análises do Merchandising da Rede Agafarma de Farmácias:

O programa "Coisas do Sul" foi gravado no "Galpão da Agafarma de Farmácias", no parque Harmonia, em Porto Alegre. Programa especial durante a semana farroupilha. O cenário foi construído no interior de um galpão de madeira, e o apresentador apresenta seu programa com traje típico, bombacha, camisa, lenço e chapéu, sentado e tomando chimarrão, parecendo estar bem à vontade. O anunciante/patrocinador do programa é a Rede Agafarma de Farmácias, onde o primeiro bloco do programa é dedicado uma homenagem da Agafarma para os gaúchos, o apresentador "Volmir Martins", apresenta o convidado Diretor da Rede de Farmácias Agafarma, José Bloci Pinto, para cantar uma música especial da Agafarma para os gaúchos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O apresentador recebe um grupo com quatro pessoas, liderado pelo José Bloci Pinto (diretor da Rede de Farmácias Agafarma) onde cantam músicas gaúchas, música essa que faz uma homenagem da Rede de Farmácias para o Rio Grande do Sul. Vejamos a letra da música:

Agafarma na Harmonia na semana farroupilha
Agafarma está presente no evento todo dia

/Vamos todos para lá
Honrar nossa tradição
Um belo fogo de chão
Relembrar com emoção/:

As façanhas por altaneiras de gaúchos por tradição
De pelear pelo Rio Grande na grande revolução
Maragatos de chimangos e a família
Agafarma irmanados na vaneira, xote e rancheirinha.
E uma bela poesia declamada com ardor
Mostra amor dos gaúchos pelo próprio chimarrão.

O convidado José Bloci Pinto, fala que a Agafarma está presente em todo Rio Grande do Sul, ele elogia a cultura e a tradição gaúcha, e que a Agafarma é pioneira no associativismo do Rio Grande, nesse ramo de unir farmácias pra criar forças, um foco com grande aceitação no movimento tradicionalista. Para encerrar o bloco ele canta o hino da Agafarma de Farmácias.

Agafarma é fruto gaúcho
Nas entranhas do nosso Rio Grande

/Pioneira no associativismo
Irmanada nos seus coirmãos/:

O piquete amigos da Agafarma

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Quer mostrar o nosso valor

/E o gaúcho preserva as raízes
E se orgulha de ser deste chão/:

Agafarma do Rio Grande do Sul
Agafarma do Sul do Brasil.

A presença da Rede Agafarma de Farmácias no parque Harmonia em Porto Alegre nas comemorações farroupilhas, proporciona uma identificação com o seu público, promovendo uma boa imagem, mostrando-se que está inserido ao contexto gaúcho. A música nativista é característica da cultura do estado, a letra das músicas geralmente traz temas como natureza, vida campeira e sua história. Na letra da música apresentada pelo convidado, traz um pouco da história da empresa, que ela é um fruto gaúcho, ou seja, que é do estado do Rio Grande do Sul, cita o valor e o orgulho que a própria tem por ser deste chão, e que está sempre presente nos eventos e nas comemorações farroupilhas.

O programa se insere no contexto social utilizando o sotaque gauchesco e em certas ocasiões faz uso da trova para fazer chamadas aos convidados. O sotaque e a trova são artifícios que o apresentador usa para ostentar a gauchidade e estabelecer uma identidade ao programa.

Análise do Merchandising Agropecuária Agro Vila Nova:

Nessa publicidade o próprio apresentador do programa, Volmir Martins, é quem apresenta a empresa estando dentro da agropecuária:

– “Gauchada eu to aqui no Agro Vila Nova dos irmãos Piani, aqui eu compro ração pro cachorro, medicamento. Tudo o que tu procura tu encontra aqui, pilcha pro cavalo e pro gaúcho, tem bombacha, atirador, chapéu. Agro Vila Nova dos irmãos Piani, o caminho é por aqui meu compadre”. Essas falas foram ditas ao longo de um passar de imagens do interior da loja que destacavam produtos ditos por Volmir e outros. Nesse decorrer se percebe a presença de produtos de grandes variedades. Além de um rodapé, ao final da fala contendo informações para que o telespectador entre em contato com a agropecuária.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Sabendo que o programa Coisas do Sul é voltado para determinadas peculiaridades da cultura regional, a agropecuária usufrui desta característica para se mostrar inserida nesse meio. Este aproveitamento é percebido pela utilização do apresentador como locutor (sendo que este veste pala, chapéu e segura uma cuia), que quer representar um "verdadeiro" gaúcho, falando em um tom grosseiro com palavras mais marcantes e ditas próprias do gaúcho como "pilcha", "compadre" e o termo "tu".

Ainda, o apresentador usa uma estratégia de aproximação com o público utilizando a palavra "gauchada", se referindo que a agropecuária é e serve ao povo gaúcho. As frases "o caminho é por aqui meu compadre" e "tudo o que tu procura tu encontra aqui", mostram claramente a intenção de unir o consumo com a cultura gaúcha, ou seja, a venda através da apropriação de bens simbólicos e assim demonstrar que quem se une ao gaúcho, mesmo através do consumo, deve ter orgulho de espalhar e consolidar ainda mais a identidade gaúcha.

Esta análise é parte dos resultados obtidos no esforço de investigação, que está em andamento.

**Referências**

CASTRO, Maria Lília D.; DUARTE, Elizabete B. *Televisão entre o mercado e a academia*. Porto Alegre: Editora: Sulina, 2006, pp.209-215.

_____; _____. *Televisão entre o mercado e a academia II*. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2007.

LISBOA, Flavi Ferraira Filho. *Mídia Regional*: Gauchidade e Formato Televisual no Galpão Crioulo. (Tese de Doutorado em ciências da comunicação) Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, RS, 2009. 232f.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO-RS. *Coisas do Sul*. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://www.sbt-rs.com.br/CoisasDoSul1.aspx>. Acesso em: 2 de dez. de 2009.

WOODWARD, K.; HALL, S. *Identidade e diferença*. 6° edição. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, Petrópolis, 2006.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 3. Fantasmas, os leões de Cannes e a propaganda do Brasil, no sentido extramoral

*Graça Craidy*
(gcraidy@uol.com.br)

Em 1993, a publicidade brasileira conquistou o seu primeiro Grand Prix no festival internacional de publicidade de Cannes, com um anúncio dito *fantasma* (isto é, produzido apenas para concorrer em festivais), considerado uma espécie de marco no reconhecimento internacional do Brasil como um dos três países mais criativos do mundo em publicidade. Esse prêmio - o mais cobiçado do universo criativo publicitário mundial - acabou estimulando a naturalização da chamada *propaganda fantasma* no imaginário dos publicitários brasileiros. O arrastar de correntes das peças *fantasmas* teria começado em 1990, 1991, com o filme "Freiras" da agência Casadevall Pedreno & SPR, de Barcelona, para uma cola que nunca existiu, mas que ganhou *Grand Prix* em Cannes. A presente reflexão busca ampliar a discussão sobre a moralidade da prática dessa espécie de arte-publicitária-pela arte, e também pelo que representa aos seus autores de ascensão hierárquica, nas agências de propaganda, e de novos negócios, no setor. Sob o ponto de vista teórico, apoia-se principalmente em Nietzsche.

**Palavras-chave**: Propaganda *Fantasma*; Criação Publicitária; Verdade e Mentira.

### Introdução

Ao longo da História, verdade e mentira têm sido consideradas dois lados de uma mesma moeda moral, ora contrapondo-se uma à outra, ora justapostas, mensuradas com juízos de valor que vão do erro ao pecado.

A disputa pelo sentido se digladia desde os gregos entre socráticos e pré-socráticos, idealistas e pragmáticos, apolíneos e dionísicos. Para uns, questão fechada, ética. Para outros, relativa, estética.

Quando cruza com a religião judaico-cristã, a mentira adquire laivos que extrapolam erro ou crime e se transforma em pecado duplamente punível: pela lei dos homens e de Deus. Acrescida da culpa, o pior dos castigos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Jacques Derrida (1997:14) em sua conferência **Historia de la mentira: prolegômenos** invoca Santo Agostinho e *De mendacio* para alertar que é preciso distinguir entre mentira e crença e que a própria verdade, às vezes, mente.

Na passagem por Kant, a falta à verdade é abominada por prejudicar não apenas o Outro, mas a humanidade em geral, e também porque o dever de dizer a verdade seria um imperativo sagrado, *sagrado* no sentido de original, de sinal, de "pegada dos deuses que se foram" e que conduziria ao seu retorno, em interpretação de Heidegger.

Quando, porém, verdade e mentira encontram Nietzsche, ruptura. Espanto. Quase um alívio. Para ele, verdade seria uma espécie de mentira- pode-se até interpretar - uma ex-metáfora gasta, puída pelo tempo, desmemoriada, onde não cabe punição mas até elogio, pois o filósofo retira a expressão do seu tradicional tugúrio moral do Bem e do Mal, onde reinava há uma dezena de séculos, e a conduz além, a um diferente patamar *extramoral*, o da imaginação.

Criar publicidade pertence, sem dúvida, ao mundo da retórica, das metáforas e das metonímias adornadas e realçadas, ilusões das quais volta e meia se esquece que o são. Criar uma peça publicitária buscando o seu máximo de qualidade inventiva para depois inscrevê-la em um festival de premiações burlando uma regra - a de que deveria antes ser veiculada na mídia - neutralizaria seu valor como verdade criativa e a enquadraria como culpada de mentira?

Essa foi a grande questão que ocupou o cerne de calorosos debates sobre ética no meio publicitário brasileiro, a partir dos anos 90, quando se descobre que muitos estariam trazendo do festival de publicidade de Cannes troféus reais de peças premiadas irreais, conquistados com trabalhos ditos *crème de la crème*, mas que jamais teriam visto a luz do mercado, nem nunca se exposto à sanha dos consumidores.

A presente pesquisa busca ampliar a discussão sobre a moralidade da prática dessa espécie de arte-publicitária-pela arte, avaliando também o quanto representa de ascensão hierárquica dos seus autores, nas agências de propaganda, além de novos negócios, no setor.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Procedimentos metodológicos**

O material empírico constitui-se basicamente de pesquisa bibliográfica, obtida em duas fontes: nas entrevistas captadas on-line de veículos segmentados para o mercado publicitários, colunas e blogs, como Meio & Mensagem, Janela Publicitária, Vox News, entre outros, e informações de três livros fundamentais: A história de la mentira: prolegômenos, de Jacques Derrida, Os piores textos de Washington Olivetto, de Washington Olivetto, e A geneologia da moral, de Friedrich Nietzsche.

Nos depoimentos, são apresentadas as opiniões pró e contra, tanto dos próprios criadores de anúncios fantasmas, concorrentes brasileiros e estrangeiros, quanto de jornalistas colunistas publicitários, clientes e empresários donos de agências de propaganda.

**Fundamentação teórica**

O exercício da criatividade pura em publicidade, desvinculada do seu lado comercial, remete ao conceito nietzscheano de *vontade de poder*, no sentido de que, mais do que vontade de dominar, vontade de poder é o desejo de criar, de buscar o Belo, a arte, de se superar, de exercer seu destino como - em suas palavras - pastor, não ovelha. Além disso, para o dionisiófilo Nietzsche, o único real é o estético. E para o nihilista Nietzsche, cada um de nós é o nosso destino particular, sobrevivente sem próteses de moral ou religião. Nietzsche sequestrou a verdade do espaço moral e a colocou em um não-espaço, o extramoral, afirmando que verdades são ilusões das quais se há esquecido que o são, metáforas que se tornaram gastas. O valor da verdade, para ele, se situa além do Bem, do Mal, além da verdade e da falsidade. Ele afirma que considerar a verdade mais valiosa que a ilusão é apenas preconceito. Nietzsche sugere a *perspectiva* como condição básica da vida, filosofia que ele chamou de *perspectivismo*, poder de determinar as perspectivas de todas as coisas. Nietzsche garante que o engano e a falsificação são necessários para a vida e que somos os únicos seres da natureza com capacidade de inventar. Isto é, ele não apenas aprova a ilusão como, parece, a entende tão valiosa quanto a verdade. Verdade, por sinal, que, se compreendida como ex-metáfora, em última instância seria exatamente o mesmo que ilusão. Para contrapor as idéias

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



nietzschenianas, aborda-se também Derrida, Kant e Santo Agostinho e seus conceitos de verdade e de mentira.

**Considerações finais**

No cenário de globalização e de brutal economização da propaganda, hoje loteada entre grandes grupos mundiais, o dia-a-dia de quem trabalha em criação passou a ser muito mais angustiante, pressionado pelos chamados poderes anônimos do lucro. Os criadores, que antes podiam criar baseados muito em suas convicções e instintos artísticos, atrelados ao conhecimento técnico, passaram a ter que mensurar suas idéias, testando-as antes, durante e depois, com índices estatísticos que comprovassem o seu sucesso como peça de comunicação. O que resultou em peças publicitárias medianas, sem ousadia e conservadoras, niveladas pelo gosto médio do consumidor. Criar passou a ser matemática e não arte. E, paradoxalmente, ao mesmo tempo, dentro das agências e das empresas anunciantes, a criação ousada e inovadora passou a ser objeto de desejo e moeda de troca de alto valor. Assim, a criação de anúncios fantasmas seria uma válvula de escape e ao mesmo tempo uma vitrine do estado de arte do melhor da criação ( e do melhor dos criadores) desvinculando-se dos instrumentos métricos que, a partir dos anos 90, passaram a tentar aprisionar a criatividade em suas regras e tabelas.

**Referências**

BAUDRILLARD, Jean - *Tela total.* Porto Alegre: Sulina, 2002.

DERRIDA, Jacques. *Historia de la mentira*: prolegômenos. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. *Metamorfoses da cultura liberal*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MORIN, Edgar - *O Método 3*. O conhecimento do conhecimento. 2ª Ed. Porto Alegre: Sulina. 1999.

NIETZSCHE, Friedrich. *A Gaia Ciência.* São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

_____. *Genealogia da Moral.* São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

OLIVETTO, Washington. *Os piores textos de Washington Olivetto.* São Paulo: Planeta, 2004.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



PESSOA, Fernando. *O eu profundo e os outros eus.* Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

**Videografia:**

GIACOIA, Oswaldo. *O impacto de Nietzsche no Século XXI.* In: Balanço do Século XXI - Paradigmas do Século XXI. Os Fundadores do Pensamento. São Paulo: TV Cultura, 2005. DVDR.

**Webgrafia:**

AMARANTE, Davi. *Desista*. 2002. Disponível em: <http://www.bleast.com/shithappens/arquivos/2002_12_01_arquivos.html>.

APÓSTOLO, Marcos. *Caça-fantasmas*. In: Janela Publicitária. 1999. Disponível em: <http://www.janela.com.br/anteriores/Janela_1999-07-03.html>.

CAMPOS, José Carlos. *Clube de criativos combate fantasmas*. In: Coisa Séria. Disponível em: <http://www.truca.pt/coisas_serias_material/coisas_serias_antigas/coisas_serias5.html>.

CANEDA, Nelson. *Anúncio fantasma é ouro no Festival de Cannes*. Coluna *Propaganda e Mercado*. In: Correio da Bahia, 2002. Disponível em: <http://www.correiodabahia.com.br/2002/06/30/noticia.asp?link=not000056456.xml>.

CÍA LAMANA, Domingo. *Nietzsche: La Filosofía Narrativa de la Mentira, la Metáfora y el Simulacro*. Disponível em: <http://serbal.pntic.mec.es/AParteRei/nietdomingo.html>. Acesso em: 5 de abr. de 2006.

DIAS, Emmanuel P. *Quem ruge mais alto em Cannes?* In: Exame Executive Digest. Disponível em: <http://www.centroatl.pt/edigest/edicoes/ed34cap1.html>.

FERRENTINI, Armando. *Entrevista*. Disponível em: <http://www.dpto.com.br/especial/ferrentini/conteudo.html>.

JAPIASSU, Celso. *No último Festival de Cannes, metade dos anúncios não eram anúncios.* Disponível em: <http://www.umacoisaeoutra.com.br/marketing/cannes.html>.

LIMA, Toninho. *Deus criou a idéia. O diabo, a ficha técnica.* In: Vox News. 2005. Disponível em: <http://www.voxnews.com.br/dados_artigos.asp?CodArt=175>.

NIETZSCHE, Friedrich. *Sobre verdad y mentira no sentido extramoral.* [1903] Disponível em: <http://www.nietzscheana.com.ar/sobre_verdad_y_mentira_en_sentido_extramoral.html>.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



ROSCOE, Jomar P. S. *Lubrificando a criatividade*. Disponível em: <http://www.bancohoje.com.br/artigo.asp?Artigo=655>.

VIEIRA, Lula. *Entrevista.* In: Vitrine. Disponível em: <http://www.infoglobo.com.br/vitrine.asp?vitrine=10>.

## 4. A história da publicidade brasileira nas lentes da literatura: entre a arte e o mercado

*Juliana Zanini Salbego*

(julianasalbego@unipampa.edu.br)

*Marcelo Rocha / UNIPAMPA*

(marcelorocha@unipampa.edu.br)

O presente artigo estrutura-se nos estudos desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa História da Mídia (GPHM), da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. Desse modo, o tema “A história da publicidade brasileira nas lentes da literatura: entre a arte e o mercado” coaduna-se ao eixo das representações sociais definido pelo Grupo. A despeito do nosso grupo de pesquisa vincular-se aos desdobramentos da mídia, em âmbito local e regional, este artigo busca uma perspectiva nacional, concernente ao sistema literário do século XIX e início do século XX e suas implicações sociais. Assim, o objetivo deste trabalho, portanto, é examinar a relação entre publicidade e literatura, a partir do percurso artístico dos escritores brasileiros. Nesse sentido, buscaremos aporte teórico nas fundamentações acerca do estatuto do literário e suas articulações com história da mídia, em especial a publicidade.

**Palavras-chave**: História da Publicidade; História da Literatura; Teoria Literária; Consumo; Escritores Brasileiros.

### Introdução

A arte literária, de certo modo, está relacionada à sociedade e com o escritor que vive e pensa a respeito de sua circunstância. Contudo, isso não implica a existência de uma vinculação ortodoxa e absoluta da arte como “reflexo” da realidade, como se preconiza, muitas vezes, nas teorias literárias de orientação marxista. A criação parece estar ligada muito mais a identidades

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



múltiplas e simultâneas de origem sociais, nacionais, étnicas ou religiosas do que simplesmente a segmentações de natureza meramente econômicas. A literatura, em vez de refletir a sociedade, pode mostrar-se - como frequentemente o faz - refratária em relação a essa mesma sociedade em determinadas situações.

Nesse jogo entre ficção e realidade, a circunstância de "perda do texto" configura-se como perniciosa na constituição do estatuto do leitor. Para Stierle, esse processo implica "a figura clássica do leitor que não lê, preso que está ao poder ilusório do texto, leitor para o qual os estereótipos de sua leitura só se transformam nos estereótipos de sua ação". Isso significa que o leitor tão preso à leitura se esquece de seu caráter ficcional, reiterando a perspectiva de evasão, admoestada pela visão platônica clássica[64]. A perda do texto, sob esse ponto de vista, desestabiliza a linha entre ficção e realidade, originando um mundo a partir das modulações de identificação ou da experiência estética sentida pelo leitor.

A relação entre literatura e publicidade torna-se tão forte exatamente porque o aspecto artístico e também emocional da primeira pode atuar numa espécie de suspensão da racionalidade. Submersos num mundo de sonhos e entranhados de tal forma por tudo o que os cerca, a grande maioria dos consumidores – tal como muitos leitores- acreditam num sistema da irrealidade.

Da mesma forma que a literatura, o mundo da publicidade não reflete de forma exata o mundo em que vivemos, mas funciona, de acordo com Berger (1999), ao nível do devaneio. Em geral, os anúncios são muito pobres em conteúdo informativo e extremamente ricos em apelos emocionais. O indivíduo vive numa eterna contradição entre aquilo que ele é e aquilo que gostaria de ser.

**Procedimentos metodológicos**

O método utilizado para a presente pesquisa é bibliográfica e histórica buscando uma relação interdisciplinar. Nesse ponto, orienta-se o estudo pela articulação entre Teoria da Literatura, História da Literatura e Teoria da Comunicação, tendo como *corpus* textos de escritores brasileiros, atuando na produção publicitária e seu contexto histórico.

[64] Ver mais em: PLATÃO. Fedro. In: *Diálogos.* Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1966.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Fundamentação teórica**

No âmbito da fundamentação teórica o percurso histórico de nossos escritores é de vital importância. Assim, o caminho escolhido por alguns de nossos literatos em direção a outras atividades profissionais que não exclusivamente as letras talvez possa ser explicado por algumas transformações ocorridas na década de 1870, no Brasil. Na época, a realização e divulgação do primeiro recenseamento geral do império, o final da Guerra do Paraguai e a regularização da produção editorial, capitaneada por Baptiste Loius Garnier, são acontecimentos fulcrais para a definição do futuro dos escritores num país que ainda estava em processo de auto-reconhecimento.

Para Hélio Guimarães[65], em alentado estudo sobre os leitores de Machado de Assis, as noções de império, tal como imaginada pelos românticos, perdem-se diante da realidade da campanha do Paraguai. Até então, segundo o autor, à guerra deve ser atribuída a perspectiva inédita de promoção do convívio próximo de brasileiros de várias províncias e de diversas origens sociais. José Veríssimo[66] lembra que pela primeira vez depois da Independência sentiu o povo brasileiro a responsabilidade que a seus membros impõe o significado de nação.

É evidente que esse sentimento já havia sido ensaiado, ainda na primeira metade do século XIX, pela literatura, no entanto, é Sílvio Romero quem destaca que as décadas seguintes a 1870 serviram como um estado de consciência que levara escritores e intelectuais brasileiros a se afastarem da mentira e da falácia intelectual da literatura romântica.

Outro golpe duro no ideário romântico foi o primeiro recenseamento geral do império, realizado em 1872 e com resultados divulgados em 1876. A informação de que 84% da população era analfabeta caiu como uma bomba no colo dos nefelibatas e dos homens letrados do Brasil. Os principais jornais da corte publicaram amplamente o resultado da pesquisa.

A escassez de leitores e o processo de reconhecimento do significado de nação faz com que nossos escritores enveredem pelos caminhos de outros misteres, considerado, muitas vezes por eles, como subalternos. Logo, Casimiro de Abreu, Aluísio Azevedo, Olavo Bilac e Bastos Tigre são alguns de nossos

---

[65] GUIMARÃES, Hélio de Seixas. *Os leitores de Machado de Assis: o romance machadiano e o público de literatura no século XIX.* São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.
[66] Ibidem, p.86.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



autores que podem servir de exemplo da relação entre a arte e o mercado, apartando-se da utopia romântica oitocentista.

Na tese do romantismo como mobilizador do nascimento do consumismo moderno, Colin Campbell[67] assevera que a lógica cultural da modernidade não se articula apenas na racionalidade. Desse modo, é da paixão e do universo onírico e criativo que advém o desejo. Na tensão, portanto, entre a necessidade e o prazer é que os jogos transfigurativo da linguagem literária e publicitária aliam-se na construção de narrativas e processos similares no diálogo com leitores e, mais modernamente, espectadores.

## Considerações finais

Assim, de acordo com essa análise, a história da publicidade e da literatura aparecem como uma complexa relação entre sistemas. A essa perspectiva não devem ser esquecidas as funções dos meios e mediações, especialmente em sua função na modernidade bem como as relações com a sociedade de consumo e seus discursos legitimadores. Na esteira desses debates, o caráter simbólico do texto que alia literatura e publicidade não deve ser visto como um jogo poético e estético imanente ou puramente hedonista, mas também articulado à sociedade de consumo e utilitarista e às relações de poder. Cabe, por fim, ao analista e ao crítico a compreensão e a consciência de que os textos não são autônomos e uma história da publicidade em sua relação com a literatura (e não só com ela) pode (e deve) ser estimulada.

## Referências

BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BIGAL, Solange. *O que é criação publicitária ou (O estético na Publicidade)*. 2ª Ed. São Paulo: Nobel, 1999.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.* Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CASTINO, Sônia B. Alves dos Santos. O poético na Publicidade. In: *Revista Comunicare*. V.3, n.01, 2003.

[67] CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.* Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



CASTINO, Sônia B. Publicidade ou poesia multimidiática? In: *Revista Comunicare*. V.3, n.01, 2003.

CARRASCOZA, João Anzanello. *Redação Publicitária*: estudos sobre a retórica do consumo. São Paulo: Futura, 2003.

GUIMARÃES, Hélio de Seixas. *Os leitores de Machado de Assis*: o romance machadiano e o público de literatura no século XIX. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

PLATÃO. Fedro. In: *Diálogos*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1966.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. *Magia e Capitalismo*. Um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1985.

SANTOS, Volnyr. *Poesia: Palavra em falta.* Porto Alegre: WS Editor, 2002.

SILVA, Márcio. *Literatura e Publicidade no pré-modernismo brasileiro*: uma introdução. Revista Crítica Cultural, Vol. 1, No 1, jan./jun. 2006. Disponível em: <http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Critica_Cultural/article/viewArticle/83>.

SCHMIDT, Siegfried. Sobre a escrita de histórias da literatura: observações de um ponto de vista construtivista. In: OLINTO, Heidrun. *Histórias da literatura*. As novas teorias alemãs. São Paulo: Ática, 1996.

STIERLE, Karlheinz. O que significa a recepção dos textos ficcionais. In: LIMA, Luiz Costa. (org.) *A literatura e o leitor*: textos de Estética da Recepção. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

## 5. A ascensão da indústria da moda no Rio Grande do Sul: As reportagens da Revista do Globo de 1929 a 1950

*Maria Helena Steffens de Castro / PUCRS*

(maria.steffens@gmail.com)

Esta pesquisa aborda o percurso histórico da indústria da moda no Rio Grande do Sul, através da catalogação das reportagens da Revista do Globo (1929-1967), com a finalidade de estudar suas mutações estéticas e sua contribuição para a economia do Estado. As informações são completadas com entrevistas, fotos e anúncios publicitários relacionados ao tema.

**Palavras-chave**: Moda; História; Publicidade; Estética.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## Introdução

Este projeto visa a recuperação das reportagens sobre moda, publicadas na Revista do Globo (RG), que retratam a ascensão da indústria da moda no Rio Grande do Sul, no período de 1929 a 1950, com a finalidade de analisar suas mutações estéticas e sua importância na economia do Estado.

Lançadora de estilos e tendências a moda vai alcançar maior abrangência com as novas conquistas da modernidade, quando o fenômeno do gosto e do consumo ganham nova ênfase, através de uma nascente indústria, que é retratada nos anúncios publicitários da RG.

## Procedimentos metodológicos

Como operacionalização destes propósitos, as reportagens foram catalogadas em um software personalizado, elaborado na linguagem de programação chamada de PHP, que possibilita acesso rápido e dinâmico às informações. Também serão realizadas entrevistas com pessoas citadas nas reportagens ou personalidades que trabalharam com moda nesse período, para entender melhor como se deu a passagem de uma atividade artesanal para a comercial.

O banco de dados da pesquisa sobre Publicidade na RG (1929 a 1967), possibilitou um estudo comparativo e complementar das informações que surgiram ao longo da pesquisa. Assim, foi possível recuperar a história das principais casas comerciais de Porto Alegre, sua localização, produtos que desenvolviam e procedência dos aviamentos utilizados nas peças; indústrias de tecidos, nomes ligados à moda, particularidades das peças de publicidade e propaganda, estilistas citados, internacionais e nacionais que ajudaram a fazer a moda gaúcha e a brasileira.

## Fundamentação teórica

Para refletirmos e interpretarmos as vicissitudes pelas quais a moda passou no período pesquisado usamos como base o autor Gilles Lipovetsky, que busca no passado as explicações para analisar o atual cenário de luxo, presente nas atividades da moda contemporânea. Já, para Baudrillard, a simbiose entre a mulher e a moda contribuiu para a formação da sociedade de consumo, evoluindo

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



de um simples ornamento para uma demonstração de status social, fazendo com que o fenômeno do gosto adquirisse outra ênfase. Também foram decisivas as conquistas técnicas como a utilização racionalizada da máquina de costura, divulgada nos anúncios da RG, permitindo um amplo vôo do consumo, dando outra ênfase aos produtos relacionados com a moda.

Visando complementar as informações coletadas na RG, lançaremos mão do testemunho de pessoas que viveram nesse período e, de alguma forma estiveram ligados ao mundo da moda, buscando em P. Charaudeau a compreensão de suas falas, tanto do que é dito como o que não foi dito, uma vez que para o autor, a moda é uma linguagem código, que fornece uma prancha colorida para a compreensão de sua trajetória e de sua influência na sociedade.

**Considerações finais**

Nas 364 matérias jornalísticas sobre moda, encontradas na RG, nesse período, predominou textos que tinham como enfoque a mulher em seu papel social, ensinando como deveria se apresentar em público e os valores femininos que deveriam ser preservados. Para ser atraente a mulher deveria se atualizar sobre os padrões de beleza vigentes, sempre de acordo com sua idade, o que padronizava muito os modelos apresentados pela revista.

O padrão de Beleza nos anos 30 eram as atrizes de Hollywood e seus figurinos, divulgados em filmes, que indicavam as tendências da época a serem seguidas pelas mulheres brasileiras e que eram copiados até surgirem novos modelos.

Alguns nomes já famosos eram citados nas reportagens como Christian Dior, Jean Patou, Edith Head, Worth, Jaques Fath, etc.

Paris era o centro da moda internacional e vários produtos de armarinho eram importados de lá, para confeccionar chapéus, vestidos, casacos, etc., e divulgados pelas lojas especializadas em moda, em Porto Alegre.

Foi possível observar até o momento, que o Rio Grande do Sul não criou um estilo próprio na moda brasileira, mas sofreu várias influências e a partir delas apareceram bons alfaiates, excelentes modistas e chapeleiras, que confeccionavam modelos inspirados em estilistas famosos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A sua grande contribuição à moda nacional e internacional foram os assessórios como sapatos, bolsas e outros produtos confeccionados em couro.

**Referências**

BAUDRILARD, Jean. *A sociedade do consumo*. Lisboa: Edições 70, 1975.

CHARAUDEAU, Patrik, *Langage et discours*. Paris: Haclutte, 1983.

CASTRO, Maria Helena Steffens de. *O literário como sedução* – A publicidade na Revista do Globo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

CHETOCHINE, Georges. *La derrota de las marcas*: como evitarla. Buenos Aires: Associacion Argentina de Marketing, 1996.

FLORES, Moacyr. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Nova Dimensão, 1986.

JOSÉ, Carmem Lúcia. *Do brega ao emergente*. São Paulo: Nobel, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

## 6. Criatividade e a representação na publicidade da ascensão feminina: anúncios veiculados entre 1955 e 1965 no jornal A Razão

*Danúbia Ferreira Mai (bolsista PROBIC)*

(dudafmai@hotmail.com)

*Daniela Reis Pedroso da Silva / UNIFRA*

(danielapedroso@unifra.br)

As peças publicitárias são capazes de remeter aos padrões e processos sociais vigentes no período de sua veiculação, desse modo, este trabalho tem como objetivo analisar anúncios para mídia impressa veiculados no Jornal A Razão (Santa Maria/RS), entre 1955 e 1965, destinados ao público feminino. Como parte de um projeto em desenvolvimento, que engloba duas décadas (1955 a 1975), trata-se de uma pesquisa quanti-qualitativa com a proposta de verificar a representação do feminino via publicidade e propaganda. Os anúncios foram analisados mediante categorias estabelecidas pelos estudos da imagem (BARTHES), assim como pelas definições de criatividade (YOUNG), aliados à

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



pesquisa bibliográfica e documental para construção do referencial teórico e apresentam os primeiros indícios da representação da mulher como aquela que mantém o bem-estar da família e necessita estar bela aos olhos masculinos.

**Palavras-chave**: Anúncios; Mídia Impressa; Criatividade; Mulher.

## Introdução

Alterações no mercado consumidor andam lado a lado com as mudanças do ambiente sociocultural. Desse modo, analisar anúncios nos quais a mulher aparece como público-alvo ou como elemento "decorativo" para captar a atenção do público masculino torna-se pertinente para o resgate da história da propaganda e da publicidade.

Com o propósito de delinear a trajetória da comunicação mercadológica na região de Santa Maria, centro do estado do Rio Grande do Sul, e de modo a aprofundar os estudos, houve a necessidade de dividir a pesquisa em dois períodos: 1955 a 1965 e 1966 a 1975. As décadas selecionadas representam a instalação dos primeiros cursos de graduação pela Congregação das Irmãs Franciscanas na referida cidade.

## Procedimentos metodológicos

Durante o ano de 2009, no arquivo do Jornal A Razão (jornal veiculado regularmente na cidade desde 1934), foram cadastrados (via ficha catalográfica desenvolvida para o projeto e registro fotográfico) os anúncios veiculados no período total da proposta de estudo. Foram catalogados mais de cem anúncios, porém, considerando uma pesquisa quantitativa e qualitativa, após o estabelecimento das categorias (as quais foram fundamentais para identificar o número de vezes em que a mulher era objeto ou público-alvo), para cada categoria teve um anúncio a representando, de modo que pudessem tanto ser analisados individualmente em profundidade como posteriormente fornecer um panorama da década.

## Fundamentação teórica

O presente trabalho assume como **definição de criatividade** a proposta de YOUNG (1994) - em obra redigida originalmente em 1961 –, na qual o criativo

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



é representado por novas combinações de idéias anteriores. Além disso, os materiais acumulados para tal procedimento são de duas naturezas: específicos e gerais. Sendo os primeiros, no caso da propaganda, referentes ao produto/serviço e ao público-alvo. Já os últimos, apresentam o conhecimento sobre o cotidiano e os fatos em geral. Desses novos arranjos, é que surge o conceito de criatividade, como uma reorganização de elementos específicos e gerais, despertando no público-alvo o impacto desejado pela propaganda.

CARVALHO (2001) observa em sua obra Publicidade: a linguagem da sedução, a necessidade de "(...) destacar, também, que apesar das várias faces da vida de uma mulher - mãe, profissional, esposa, dona-de-casa -, a publicidade bate sempre na mesma tecla: para ser feliz e bem-sucedida, a mulher precisa estar sempre bela e ser (ou parecer) jovem. Podemos observar que os anúncios e campanhas publicitárias dirigidas ao público feminino são centrados no sucesso, na vaidade e na aparência".

Partindo dessa perspectiva e de acordo com o perfil **feminino** representado pelos anunciantes, estabeleceram-se as seguintes categorias para classificação dos anúncios encontrados:

- *Mulher-do-lar* (produtos de limpeza, eletrodomésticos, produtos e serviços para a casa e família, a mulher aparece no papel de mãe e cuidadora).
- *Mulher-enfeite* (anúncios em que a mulher aparece como demonstradora ou garota-propaganda).
- *Mulher-profissional* (produtos ou serviços destinados à mulheres ativas no mercado de trabalho).
- *Mulher-sensual* (produtos de higiene e beleza onde se destaque a sensualidade da mulher, produtos e serviços que enfatizem a beleza da mulher).

Seguindo a ordem acima, os anúncios selecionados para análise são assinados pelos seguintes anunciantes: Loja Singer/ Spessato & Cia; Casas Roth; Remington Rand e Casa Hypolito.

Após a seleção dos anúncios, a análise de imagem seguiu as categorias de Roland Barthes (1984):

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



- *Objetos* – os quais levam a associação de idéias; elementos de significação no instante em que remetem ao conhecido;
- *Pose* – a qual interfere no instante em que prepara o indivíduo; são possibilidades de representação culturais;
- *Trucagem* - consiste na manipulação, interferência das imagens; o principal objetivo é fazer crer que aquilo ocorreu;
- *Esteticismo* **-** é a manutenção da influência da pintura, a apresentação da mesma como um quadro, remetendo-se a eles, não existindo como tais, mas apresentando-se.

Alinhavando a pesquisa, foi necessário manter claro que se trata de peças veiculadas em mídia impressa, especificamente entre 1955 e 1965, quando os jornais em sua maioria eram diagramados e impressos em máquinas tipográficas. As categorias de Barthes assumidas aqui, foram utilizadas em anúncios que utilizaram sempre ilustrações e disposição em edições do jornal, concorrendo com a diagramação das matérias da época.

**Considerações finais**

Nos anúncios selecionados foi possível perceber a apresentação da mulher como alguém feliz, independente da situação – seja ganhando uma máquina de costura para deixar as roupas do marido impecável, ou ainda, participando de um curso de datilografia no qual apenas mulheres tinham interesse. Com destaque para os produtos e serviços anunciados, a trucagem ficou clara, (faz-se importante reforçar que até 1975 o jornal fora impresso tipograficamente, sendo possível acreditar que as características desse tipo de impressão estabelecera interferência no processo de criação publicitária e produção dos anúncios).

Associando diversos objetos do cotidiano aos produtos, os anúncios tornam-se criativos na medida em que estabelecem relações entre o *target* e o anunciante, tornando-os cada vez mais próximos. Em especial as mulheres, as quais assumem diversos papéis, como os representados nas categorias indicadas neste trabalho.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Referências**

BARTHES, Roland. *A Câmara Clara*: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

CARVALHO, Nelly de. *Publicidade*: a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 2001.

YOUNG, James Webb. *Técnicas para produção de idéias*. São Paulo: Nobel, 1994.

## 7. A mídia e as estratégias de comunicação das marcas de leite no Vale do Taquari

*Elizete de Azevedo Kreutz*

(eakreutz@bewnet.com.br)

*Augusto Schroeder Brock (acadêmico) / UNIVATES*

(augustobrock@bol.com.br)

A importância econômica e social da cadeia produtiva de leite no Vale do Taquari já é reconhecida. Entretanto, estudos realizados permitiriam comprovar que ela está fragmentada e há falhas de comunicação entre os seus elos, em especial, constatamos a existência de um grande abismo entre o último elo, a comunicação com o consumidor, e os demais elos da referida cadeia. Com isso, levantaram-se dados sobre a mídia e as formas de comunicação usadas pelas empresas e suas respectivas marcas do Vale do Taquari como forma de estratégia para compreender esse último elo da cadeia láctea, desde períodos passados até os dias de hoje. A pesquisa identifica ações de estratégias comunicacionais, assim como de *Branding,* analisando e comparando com outras atitudes de mercado, tanto em casos nacionais como mundiais em âmbito semelhante, dando subsídios para se chegar às formas adequadas de comunicação que podem ser adotadas pelas empresas lácteas da região do Vale do Taquari, sempre considerando foco, público-alvo, e a cultura em que a empresa está inserida.

**Palavras-chave**: Cadeia Produtiva de Leite no Vale do Taquari; Estratégias Comunicacionais; Branding; Marca.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Introdução**

A cadeia produtiva de leite é uma das cadeias de produção mais importantes do Vale do Taquari, por ser fonte de renda de uma parte significativa da população, a qual está envolvida em todos os setores da cadeia, desde a produção da matéria-prima até o processo final de oferta do produto ao consumidor final. Tanto quanto para a região específica, a cadeia láctea tem relevância em âmbito estadual e nacional, por ser uma potencialidade mercadológica.

Estudos realizados comprovam que o Vale do Taquari, localizado na região central do estado do Rio Grande do Sul, é um importante pólo de produção láctea, mas que ainda apresenta um grande potencial de crescimento dentro dessa área. Levantamentos feitos mostram passo a passo as metodologias usadas em cada elo da cadeia, em cada área de atuação – matéria-prima, transporte, industrialização, distribuição e comercialização -, explanando como a cadeia age e o que é necessário para o estabelecimento de qualidade do produto final em âmbito mundial. A pesquisa realizada constatou dificuldades em todos os elos da cadeia, contudo, em todo processo o que mais chamou a atenção, por sua potencialidade e por ser pouco desenvolvimento, foi a área de comunicação estratégica de marca, há um abismo entre o consumidor e os demais elos da cadeia.

É indiscutível a importância de uma marca para uma empresa e/ou um produto, pelo que ela significa fisicamente e principalmente subjetivamente dentro da cabeça de cada pessoa. A marca é muito mais que um logotipo; é a tradução de todos os valores que ela pretende representar. A marca em sua visualização e principalmente em sua disposição é uma ferramenta de extrema importância na comunicação de um produto, e suas estratégias de “conversação”, seus discursos, são primordiais para a construção e consolidação da marca na cabeça de um consumidor.

Há técnicas de relacionamento entre produto e consumidor que já foram estudas e evidenciadas. Contudo, estratégias comunicacionais, táticas de mercado, *branding*, devem ser considerados conforme o meio em que atuarão, levando em questão cultura, público-alvo, tempo, entre outros fatores. O objetivo desse trabalho é mostrar quais formas de comunicação foram adotadas por essas empresas que compõe o leque lácteo do Vale do Taquari, levando em

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



consideração as ações realizadas e sua eficiência dentro do contexto sócio-histórico em questão. Além de resgatar estratégias comunicacionais atuais, exemplificando-as e relacionando-as à cadeia láctea e às empresas do Vale do Taquari, sugerindo algumas possibilidades de ações às marcas da região do Vale do Taquari.

**Procedimentos metodológicos**

Os procedimentos metodológicos estão embasados na Hemenêutica de Profundidade de Thompson (1995).

**Fundamentação teórica**

O presente estudo busca verificar as tendências de estratégias de comunicação e *branding* e como elas podem ser adaptadas para a construção e consolidação de marcas na cadeia produtiva de leite, posto que:

- a cadeia produtiva de leite ter importância significativa para sociedade do Vale do Taquari, bem como para o estado e país. E ao realizar estudos que contribuem para o desenvolvimento da cadeia, também se contribui para o desenvolvimento socioeconômico regional, estadual e nacional;
- o Brasil ser um potencial exportador de produtos lácteos, e para isso deverá promover melhorias em toda a cadeia;
- a comunicação mercadológica dos produtos lácteos ser insignificante, se comparado a outras categorias;
- haver necessidade de confiabilidade dos produtos por parte do consumidor e isso se conquista por meio de investimentos na construção e consolidação da marca;
- a marca agregar valor ao produto;
- ter ocorrido inúmeras mudanças no contexto sócio-histórico que exigem novas formas de comunicação entre a marca e seus púbicos.

A marca deve ser sentida pelos seus públicos[68] (NEUMEIER, 2008 / LINDSTROM, 2007) e para promover isso, devemos nos aproximar de uma visão atualizada da gestão de marca que implica em assumir as transformações

[68] Trecho do *Observatório de Marcas*, artigo submetido à INTERCOM/2009, em Junho de 2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



radicais que o processo globalizador vem operando em nossas sociedades e organizações, tanto nos modos de construir e perceber simbolicamente como nos esforços para transmitir a outros essas experiências e capitais simbólicos. Dessa forma, o entendimento sociológico e psicológico, no âmbito da comunicação estratégica, levou a uma revolução nos formatos e estratégias no *branding* a partir da última década: simultaneamente com as mudanças permanentes e vertiginosas das novas tecnologias da informação e da comunicação, as empresas e organizações tiveram que tomar consciência das mudanças radicais das audiências nas formas de construir suas percepções simbólicas do mundo, incluído nisso as marcas.

Este novo momento de encontro dialético de percepções geraram um acúmulo de novas experiências que as empresas têm aquilatado e potenciado, e constituem o que aqui denominaremos "novas tendências de comunicação mercadológica". Estas fazem parte de uma nova gestão das marcas como um processo vivo nos quais intervêm aspectos funcionais, sociais e emocionais. Por isso, dar conta dessas novas práticas na criação, transmissão e gestão das marcas, equivale a reconhecer, delinear e definir essas tendências atuais sobre as percepções, como os verdadeiros centros neurálgicos que fazem com que as marcas possam forjar segurança e confiança, não só contribuindo para tomar decisões de menor risco, senão que entregando valor quando são capazes de criar meios emocionais favoráveis capazes de criar expectativas e compromissos estreitos, profundos e mais permanentes com os consumidores do século XXI.

Nessa nova leitura, descobrimos ao menos três elementos-chave para entender e caracterizar as novas tendências do *branding* que tentam construir novos laços, ou estreitá-los, conforme o caso, com os consumidores: a) as marcas são entidades vivas na vida psíquica das pessoas e fortalecem-se ou debilitam-se progressivamente com o passar do tempo, de acordo com um processo que é um acúmulo de resultados de milhares de tentativas, de pequenos gestos e de novas formas de estar em comunhão com as pessoas; b) não existe um "dentro e um fora" na gestão da marca. O *Brand Engagement* e *Alignment*, por um lado, consistem na inter-relação dos aspectos da marca corporativa com os públicos internos e supõem dar valor aos recursos humanos como ativo para construir e projetar a imagem de marca. Por outro, os públicos internos precisam

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



viver e sentir os valores da marca para que eles sejam partícipes do processo de construção da imagem de marca para os consumidores; c) por último, as novas tendências do *branding*, evidenciam em seus exemplos mais destacados que os aspectos mais importantes para construir e gestionar uma marca se constituem por ter claro que o mais relevante é a satisfação dos clientes com o produto ou serviço, e que a credibilidade e reputação da organização é decisiva (MAS, 2009).

Sendo assim, cada dia torna-se mais necessário conhecer e compreender até que ponto uma marca e todas as suas atividades, que implicam a sua construção e consolidação, estão influenciando positivamente o resultado da organização, na obtenção do valor de marca – *Brand Equity*: diferencial competitivo que faz com que a organização tenha vendas maiores, melhores preços e menores custos (AAKER, 1998). Para isso, por um lado, os profissionais responsáveis pela gestão da marca necessitam medir o que intuitivamente sabem estar alcançando, pois o que não se mede, não se move (MAS, 2009); por outro lado, considerando o atual contexto, mais do que em outros tempos é necessário que as ações da organização tenha reflexo em seu discurso, e vice-versa, para criar uma imagem-conceito positiva na mente de seus públicos (LIPPINCOTT MERCER, 2004; BALDISSERA, 2003).

Considerando o exposto, a análise das tendências estratégicas de comunicação e do discurso multimodal (SILVESTRE, 2008) da marca, de sua produção de sentido que se constrói no seu contexto sócio-histórico, bem como a avaliação de seu desempenho, nos seus diversos ângulos (valor financeiro, percepção, seu vínculo com a sustentabilidade sócio-ambiental e a reputação corporativa), são ações que permitem orientar os profissionais responsáveis para a gestão da marca de forma mais eficiente.

## Considerações finais

A conquista de novos mercados exige produtos inovadores, com garantia de atendimento a todos os requisitos exigidos em sua categoria e que atendam às necessidades e aos desejos do consumidor. A proposta da presente pesquisa é oferecer subsídios para a melhoria dos processos ao longo da cadeia, obtendo melhores resultados no produto, na comunicação e no marketing, gerando um crescimento contínuo. Paralelamente a isso, esperamos que os resultados obtidos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



possam subsidiar a política setorial da cadeia leiteira e estimulando o desenvolvimento de programas regionais (Vale do Taquari), estaduais e nacionais de leite.

**Referências**

AAKER, David A. *Estratégia de portfólio de marcas*. Porto Alegre: Bookman, 2007.

BALDISSERA, Rudimar. Imagem-conceito: a indomável orgia dos significados. In: *XXVI Intercom.* 2003. Disponível em URL: http://www.sinprorp.org.br/clipping/2003/2003_ NP05_baldissera.pdf. Acessado em 02 de março de 2009.

DUARTE, M. Estudo de caso. In: DUARTE, J. BARROS, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* São Paulo: Atlas, 2006, pp.215-235.

GASKELL, George. Entrevistas Individuais e Grupais. In: BAUER, M. e GASKELL, G. *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som*: um Manual Prático. Petrópolis: Vozes, 2002, pp.64-89.

LINDSTROM, Martin. *Brand Sense.* Porto Alegre: Bookman, 2007.

LIPPINCOTT MERCER. *Sense*: the Art and Science of Creating Lasting Brands. EEUU: Rockport Publishers, Inc. 2004.

MAS FERNÁNDEZ, Francisco e KREUTZ, Elizete A. *Branding e as tendências da Comunicação mercadológica*. Associação Ibero Americana de Comunicação IBERCOM – Madeira, Portugal: abril / 2009.

MAS FERNÁNDEZ, F. J.; KREUTZ, E. A.; MÜLLER T.C.; SILVESTRE, C.; VIEIRA, J. *O Discurso da Marcas*: o caso Natura e NaturaPura. VIII Congresso Lusocom. Lisboa, Portugal: abril / 2009.

MEIO & MENSAGEM. *O papel dos gestores de comunicação*. São Paulo: M&M, 03 de novembro de 2004, pp.7-11.

_____. *Campanhas inesquecíveis*: Propaganda que fez história no Brasil. São Paulo: Editora Meio & Mensagem, 2007.

NEUMEIER, Marty. *The Brand Gap*. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SILVESTRE, Carminda. *Mapping emotions en multimodal text*. Nina Norgaard (ed) Systemic Functional Linguistic in Use. Odense Working Papers in Language and Communication. Vol. 29. 2008.

STEEL, Jon. *A arte do planejamento*: verdades, mentiras e propaganda. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



STUMPF, I. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J. BARROS, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* São Paulo: Atlas, 2006, pp.51 a 61.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna.* Petrópolis: Vozes, 1995.

ZOZZOLI, Jean-Charles Jacques. Marca: para além da concepção de *branding*. In: GOMES, Neusa. *Fronteiras da Publicidade*: faces e disfarces da linguagem persuasiva. Porto Alegre: Sulina, 2006.

## 8. Catálogo Geral e Guia do Turista: Registrando a Exposição Farroupilha de 1935

*Susana Gastal / UCS e PUCRS*

(sgastal@terra.com.br)

Os dados aqui apresentados são resultados parciais de pesquisa mais ampla, que objetiva traçar a construção do campo do Turismo no Rio Grande do Sul, ao longo do século XX. A construção teórico-metodológica aproxima as noções de sistema simbólico, *campo* e *habitus,* em Pierre Bourdieu (1983) e a teoria do texto, conforme Roland Barthes (1988). O presente artigo destaca o *Exposição do Centenário Farroupilha - Catálogo Geral (Official) e Guia do Touriste*, editado 1935 pelo S.T.A.R / Foto Dutra Editores Limitada, que seria um dos primeiros guias de turismo publicado no Rio Grande do Sul, pelo que aponta a investigação até agora realizada.

A tradição dos guias de turismo teria iniciado com Handbook Murray, editado em 1836, na Inglaterra. Em 1941 a "Ad. Joanne publicou o Itinéraire de la Suisse e 1843, Baedeker começou a edição de seus Guias". (BOYER, 2003, p.25) Segundo BOYER (2003, p.25), as "três grandes coleções de Guias (inglesa, francesa, germânica) codificaram, na época romântica, a *videnda* dos turistas (primeiro a Itália, a Suiça, Paris...), divulgaram-nas até os nossos dias e por sua constante repetições (eles se copiam), fixaram o olhar do turista". Os lugares divulgados por esses guias eram as grandes estações termais, balneárias, de alpinismo (Chamonix, Zermatt), de inverno mediterrâneo. Os guias – o Murray inglês, o Baedeker alemão e o Joanne francês – se encarregaram de alimentar a reputação destes lugares.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O *Guia do Touriste*, de 1935, teve uma única edição, associada a grande exposição realizada naquele ano, para comemorar os cem anos da Revolução Farroupilha, acontecida no Rio Grande do Sul entre 1835 e 1945. A publicação tem sua primeira parte dedicada às informações turísticas, mais propriamente; a segunda parte é organizada como catálogo do evento.

A Exposição do Centenário Farroupilha insere-se numa tradição de feiras iniciada em 1875, quando é realizada em Porto Alegre a Exposição Comercial e Industrial, no edifício do Ateneu Rio-Grandense. Seguem-se a Exposição Brasileiro-Alemã, em 1881; a Grande Exposição Estadual, realizada em Porto Alegre em 1901, no terreno onde hoje estão o Parque Farroupilha e a Praça Argentina, junto a Escola de Engenharia. "A partir da década de 1930, foram comuns as exposições agrícolas, rurais, avícolas, pecuárias e industriais em diversas cidades do Rio Grande do Sul. Em 1931, ocorrera a Exposição Estadual Rural". (POSSAMAI, 2007, p.2) Apenas em 1934, foram realizadas no Estado, a 1° Exposição Agrícola, Industrial e Pastoril de Santa Rosa; a 2° Exposição Agro-Pecuária e Industrial de São Borja; a Exposição Agrícola, Industrial e Pastoril de Carazinho; a Exposição Agro-Pecuária de Vacaria; a Exposição Agro-Pecuária de Bagé; a Exposição de Bebidas em Montenegro; a Exposição Comemorativa da Imigração Alemã em São Leopoldo.

Como nas demais, o objetivo da Exposição do Centenário Farroupilha foi o de apresentar os avanços do Estado e, no caso desta, mostrar que "o Rio Grande do Sul de hoje, na esfera fecunda de seu trabalho construtivo, é bem digno do Rio Grande de hontem, na ação épica dos seus heróis", como ficou registrado no seu Regulamento (apud MACHADO, 1990, p.100). Também a escolha do local para a Exposição – o campo da Redenção – se filia tradição, pois o local, em parte, já fora utilizado nas exposições de 1881 e 1901.

A Exposição Farroupilha foi coordenada por um Comissariado Geral, do qual faziam parte diferentes segmentos das elites locais, encabeçada pelo governador Flores da Cunha, ficando como Comissário Geral o prefeito de Porto Alegre, Alberto Bins. A Exposição teve cuidadosa política de divulgação, que incluiu correspondências, tanto oficiais como cartas pessoais de seus coordenadores, enviadas a instituições e autoridades no Estado, no País e mesmo no exterior ou a representantes diplomáticos sediados no Estado. Houve

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



ainda a edição de cartões, catálogos, panfletos, postais e álbum fotográfico. Segundo o Relatório da Exposição, os três cartazes escolhidos "foram lithografados e disseminados por toda parte, tendo sido remetida apreciável quantidade para o extrangeiro (sic)". (p.10) Quanto ao cartaz, o mesmo foi resultado de um concurso do qual participaram 30 artistas, tendo sido classificados em primeiro e terceiro lugar Oswaldo Magalhães e, o segundo, para Nelson Boeira Faedrich. (MACHADO, 1990)

Na apresentação, os editores explicam que a parte turística do Catálogo poderia parecer supérflua, mas que ela "interessará aos forasteiros, a ponto de se lhes tornar indispensável guia, mas aos próprios citadinos que, por dever de hospitalidade tenham de proporcionar excursões aos visitantes ou lhes servir de 'ciceroni' (sic) (....)". (S.T.A.R, 1935, p.11)

O Guia do Touriste lista hotéis, explica como chegar à Exposição, as linhas de bonde e pontos de automóveis (táxis). Realiza uma rápida apresentação dos atrativos da Exposição, que serão apresentados com mais detalhes na segunda parte, e destaca, na cidade, além da sua modernidade, as praias e os arrabaldes, as praças e monumentos, jardins de recreio, teatros e cinemas, os serviços públicos, consulados, bancos e os horários da Viação Férrea. Uma nota explica, em relação aos hotéis, que informações mais precisas sobre disponibilidade de leitos podiam ser solicitadas bastando "dirigi-vos a um dos postos de informações do comissariado geral da Exposição Farroupilha. Haverá um em cada ponto de desembarque, para attender-vos solicitamente". (p.13) O Catálogo tem 322 páginas, fartamente ilustradas com fotos e anúncios, e tem oferta em sebo do Porto Alegre por R$ 200,00.

**Referências**

BOYER, M. *História do turismo de massa*. Bauru: EDUSC, 2003.

EXPOSIÇÃO DO CENTENÁRIO FARROUPILHA – Relatório. Porto Alegre. 1936.

MACHADO, N.H.N. *A Exposição do Centenário Farroupilha*: Ideologia e Arquitetura. Dissertação de Mestrado. PUCRS, 1990.

POSSAMAI, Z. R. *Olhar passageiro*: um álbum de fotografias entre memória, esquecimento e imaginário. História Unisinos. São Leopoldo, 11(3):330-341, Setembro/Dezembro 2007.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



STAR Limitada. *Catálogo Geral (Official) e Guia do Touriste* – Exposição do Centenário Farroupilha. Porto Alegre: Globo, 1935.

## 9. Propaganda e Democracia Participativa (Porto Alegre, 1989-2004)

*Maria Berenice Machado / UFRGS*

(mberem@cpovo.net)

### Introdução

O resumo que ora estamos apresentando será um dos capítulos sobre a propaganda do governo, parte II, de livro com o título provisório "Uma cidade entre a informação e a propaganda (estudos sobre representações de Porto Alegre, de 1989 a 2004)", publicação de pesquisa coordenada pela professora Maria Helena Weber, do PPGCOM/UFRGS, com subsídios do CNPq, entre os anos de 2003 e 2006. O principal objetivo desta etapa é compreender como o projeto político do Partido dos Trabalhadores (PT), a Democracia Participativa (DM), foi representado pela propaganda nas quatro administrações municipais de Porto Alegre. A literatura registra que a propaganda política conheceu, até então, os modos autoritários e o democrático-liberal, este próximo do marketing. Com a ascensão do PT, e seu modelo diferenciado de fazer comunicação, podemos estar diante de uma terceira via da comunicação propagandística. A questão nos parece tão interessante quanto complexa, se considerarmos que para a implantação da política democrática e participativa, os governos do PT tiveram que fazer a sua promoção e, simultaneamente, promover a cidade e as suas próprias gestões.

### Procedimentos metodológicos

Seguimos as orientações da pesquisa histórica documental, com abordagem qualitativa, e estudamos uma amostra aleatória de peças publicitárias impressas - folders, folhetos, flyers, cartazes – usadas para a divulgação e a promoção de projeto culturais dos governos da Administração Popular, na Prefeitura Municipal de Porto Alegre, entre os anos de 1989-2004. As técnicas

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



para trabalhar com o material empírico têm como base os métodos de análise de conteúdo e de discurso.

**Fundamentação teórica**

O diálogo com o objeto está embasado por alguns conceitos-chave, entre eles propaganda, política, democracia participativa, uma breve contextualização da cidade Porto Alegre e dos Governos PT na Prefeitura Municipal, no período 1989 – 2004.

Propaganda é palavra comumente associada e/ou empregada como sinônimo de Publicidade. Entendemos que ambas são formas/técnicas de comunicação persuasiva que visam à difusão de produtos (bens tangíveis, produzidos ou fabricados), serviços (atividades econômicas de que não resultam produtos), imagens, ideias, entre as quais projetos de governo como a Democracia Participativa. Recorremos a Durandin (1995, pp.12-13) para compreender o papel da propaganda e da publicidade: modificar a conduta das pessoas através da persuasão, ou seja, sem parecer forçá-las. O autor dá à propaganda e à publicidade um tratamento coincidente, no entanto pondera que os âmbitos de aplicação da propaganda e da publicidade são, em princípio, diferentes: normalmente se fala de publicidade quando se trata do terreno comercial, e de propaganda quando se trata de problemas de ordem política ou de interesse geral. Para o autor, as duas têm o mesmo fim geral: modificar a conduta das pessoas; ambas emprestam seus métodos mutuamente para estudos prévios de mercado – publicidade – e do eleitorado e da comunicação de governos – propaganda.

A ligação propaganda e política é defendida por Domenach (1959, pp.8-9): desde que existem competições políticas, isto é, desde o início do mundo, a propaganda existe e desempenha seu papel. O termo propaganda, segundo Pratkanis e Aronso (1994, p.28), vem do latim pontifical, empregado pela Igreja Católica Romana, por volta de 1622, pelo Papa Gregório XV, que criou a Sagrada Congregação para a Propagação da Fé. Laswell (apud MATTELART, 2000, p.37) faz a ligação propaganda e democracia: constitui o único meio de suscitar a adesão das massas; além disso, é mais econômica que a violência, a corrupção e outras técnicas de governo desse gênero. Chomsky (2003, pp.14 e 19) corrobora

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



no mesmo sentido: propaganda é consenso, não discussão. Emprega-se a propaganda para conseguir a concordância da população para coisas que ela não quer, com a utilização de técnicas diversas. A propaganda está para a democracia assim como o cacetete está para o Estado totalitário. Buscamos, também, Garcia (1992, pp.10 e 18) e seu estudo sobre propaganda ideológica, considerada por ele complexa: "Sua função é a de formar a maior parte das ideias e convicções dos indivíduos e, com isso, orientar todo o seu comportamento social (...) manter o *status quo* e garantir seu poder, ou transformar a sociedade; em ambos os casos, procura envolver as massas na consecução de determinados objetivos e realização de certos interesses"

A compreensão das relações que circundam a noção de política deriva do adjetivo grego *politikós,* ligada à pólis, cidade grega, e à ágora, praça na qual se fazia o mercado e onde se reuniam as assembléias do povo para discutir e decidir a vida em sociedade (ARISTÓTELES, 1998). Thompson (1998) compreende a democracia como a única ideia capaz de garantir o exercício legítimo do poder político no século XX. Para Morin (1995), este é o sistema político mais civilizado, que nasceu marginalmente na história, ao lado dos impérios despóticos, das tiranias, das aristocracias, dos sistemas de castas, e que permanece marginal, a despeito da universalização da aspiração democrática. O filósofo francês recorda a trajetória da democracia moderna, produto de uma história incerta, que comporta avanços e recuos, na qual emergiram, se firmaram e se desenvolveram seus princípios: liberdade, justiça, igualdade, justeza, equidade, soberania do povo, obediência às leis e regras, e a transferência periódica de soberania a eleitos (MORIN, 1995, p.118; HELLER, 1998, pp.103-105).

Encontra-se a origem da democracia no século VI, em Atenas, mas foi a partir do século XVIII que o ideal democrático se revitalizou, passando a ser um princípio de organização política do poder, no momento em que havia a emergência das sociedades modernas, a afirmação das instituições de democracia representativa, nos também emergentes estados nacionais, associados ao desenvolvimento da economia de mercado e de instituições econômicas autônomas, organizadas em base capitalista (THOMPSON, 1998, p.216). Morin (1995, p.118) entende a diversidade e a conflitualidade como traços fundamentais da democracia: "a democracia supõe e alimenta a diversidade dos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



interesses e grupos sociais assim como a diversidade das ideias". Desta maneira, a democracia não deve "impor a ditadura da maioria", mas "reconhecer o direito à existência e à expressão das minorias e dos que protestam, e permitir a expressão das ideias heréticas e desviantes".

O regime da democracia participativa segue modelo clássico de exercício do poder político e democrático, com escolha periódica de representates e dirigentes pelo voto direto, acrescido de efetivos mecanismos de interação e controle da sociedade civil sob a administração pública, que presta contas (*accontability*) dos seus atos. Neste estudo focamos a experiência da democracia participativa durante os quatro mandatos consecutivos do Partido dos Trabalhadores na prefeitura de Porto Alegre: de 1989 a 1992 – Olívio Dutra e Tarso Genro; 1993 a 1996 – Tarso Genro e Raul Pont; 1997 a 2000 – Raul Pont e José Fortunatti; 2001 – 2002 – Tarso Genro e João Verle; 2003 – 2004 - João Verle. Além da instituição do Orçamento Participativo (GENRO, SOUZA, 2001) pelas administrações municipais, a descentralização das atividades culturais foi uma das marcas desse período. Interessa-nos, especialmente, neste estudo, compreender como o projeto político foi representado nas peças que propagaram tais iniciativas.

**Considerações finais**

A exploração inicial do material permite distinguir o tipo de evento (tema, modalidade, localização, agenda e forma de acesso) promovido ou apoiado pelos governos da cidade. O projeto político do PT prega a diversidade, a descentralização e a popularização da cultura que estão representadas nas peças publicitárias. Entre as iniciativas culturais divulgadas em folders, folhetos, flyers e cartazes há as ligados a livros e literatura, música, artes plásticas, teatro, fotografia, prédios históricos (Usina do Gasômetro e Mercado Público), cinema, televisão, vídeo, carnaval, consciência negra, encontro pela paz, programação verão, seminários, festivais, simpósios, feminismo, cursos no Atelier Livre, Semana de Porto Alegre (baile da cidade), festa junina, aniversário do Parque Farroupilha, shows musicais, salão desenho imprensa, mostras/ concursos fotográficos e musicais. Extraímos dos elementos verbais das peças da amostra, referências à gratuidade dos eventos, a localização alternativa, ou seja, na

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



periferia da cidade e em bairros populares. Como elemento icônico predominante encontramos a figura humana, com diversidade de cor, gênero, classes sociais e culturais. A partir desses indicadores pretendemos, no texto final, argumentar sobre a representação da democracia participativa na propaganda.

**Referências**

ARCONADA, Mario Herreros. *Teoria y Técnica de la Propaganda Electoral.* Barcelona: PPU, 1989.

ARISTÓTELES. *A Política.* São Paulo: Martins Fontes, 1998.

CALVINO, Ítalo. *As cidades invisíveis.* São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CHARAUDEAU, P. *Discurso político.* São Paulo: Contexto, 2006.

CHOMSKY, Naom. *Propaganda e Consciência Política*. Bauru: EDUSC, 2003.

DIONÍSIO, Pedro; BROCHAND, Bernard; LENDREVIE, Jacques; RODRIGUES, Joaquim Vicente. *Publicitor.* Lisboa, Portugal: Dom Quixote, 1999.

DOMENACH, J. M. *Propaganda Política.* São Paulo: DIFEL, 1959.

DURANDIN, G. *La Mentira en la Propaganda Política y en la Publicidad.* Barcelona: Paidós, 1995.

GARCIA, N. J. *O que é Propaganda Ideológica.* São Paulo: Brasiliense, 1992.

GENRO, Tarso, SOUZA, Ubiratam de. *Orçamento Participativo*. A Experiência de Porto Alegre. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

GENRO, Tarso. *Porto da Cidadania*: A Esquerda no Governo de Porto Alegre. Porto Alegre, Artes e Ofícios, 1997.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.* São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Wilson, MAIA, Rousiley. *Comunicação e Democracia*: Problemas e Perspectivas. São Paulo, SP Paulus, 2008.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa.* São Paulo, SP Paulus, 2004.

HELLER, Agnes. *A Condição Política Pós-Moderna.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



IASBECK, Luiz Carlos. *A Arte dos Slogans*. São Paulo: Annablume; Brasília: Upis, 2002.

LIEDTKE, Paulo. *A esquerda presta contas*: Comunicação e Democracia nas cidades. Itajaí, Ed. da UNIVALI, 2002.

MATTELART, Armand. *A Globalização da Comunicação*. Bauru: EDUSC, 2000.

MORIN, Edgar. *Terra-Pátria.* Porto Alegre: Sulina, 1995.

NEVES, Manoella Mª P. Moreira das. *Marcas da política da Administração Popular na Prefeitura de Porto Alegre, 1989 a 2002.* Dissertação de mestrado em Comunicação e Informação. PPGCOM/UFRGS, Porto Alegre, 2002.

ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso*: Princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2002.

OSÓRIO, Pedro. *Comunicação e Cidadania*: A contribuição da Administração Popular de Porto Alegre para um novo modelo de Comunicação Política e Governamental. Dissertação de mestrado em Comunicação e Informação. PPGCOM/UFRGS, Porto Alegre, 2003.

PEREZ, Clotilde e BARBOSA, Ivan Santo. *Hiperpublicidade 1 e 2.* São Paulo: Editora Cengage Learning, 2007.

PRATKANIS, A.; ARONSO, E. *La Era de la Propaganda*: Uso y abuso de la persuasión. Barcelona: Paidós, 1994.

QUALTER, Terence. *Publicidad y Democracia en la Sociedad de Masas*. Barcelona: Paidós, 1994.

SANTOS, Gilmar. *Princípios da Publicidade.* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

THOMPSOM, John B. *A Mídia e a Modernidade*: Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

WEBER, Maria Helena. *A Cidade Traída* (os recortes da mídia e do governo). Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. UNESP-Bauru, 2006. In: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_445.pdf>. Acesso em 12 de setembro de 2009.

WEBER, Maria Helena. *A comunicação como estratégia de compartilhar o poder.* Trabalho apresentado no II Colóquio Brasil- Itália di Scienze della Comunicazione. Porto Alegre, 2001. (mimeo).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO TECNOLÓGICA

Rádio, televisão, vídeo, cinema, fotografia, Internet, redes sociais, blogs e games.

**Coordenação: Andréa Brächer / ULBRA** (andrea.bracher@terra.com.br)

### 1. Participação política e censura: o cotidiano dos radialistas de Santa Maria, durante os anos de chumbo (1968-1974)

*Amanda Costa da Silva / Feevale*

(amandacosta.acs@gmail.com)

Este estudo propõe verificar como era o cotidiano do trabalho nas emissoras de rádio do interior do Brasil e qual o papel exercido pela censura nesse meio de comunicação, analisando como essa questão influenciou no trabalho dos profissionais do rádio, bem como, em suas vidas pessoais e em suas percepções sobre política. O período aqui pesquisado compreende os anos entre 1968 e 1974, conhecidos como "Anos de Chumbo", devido à forte repressão exercida pelos governantes do País. Para isso, será realizado um estudo de caso das emissoras de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. A metodologia utilizada foi a História oral, analisando, assim o depoimento de sete radialistas que atuavam no município naquele momento.

**Palavras-chave**: Radialistas; Censura; Participação Política; Anos de Chumbo; Santa Maria.

#### Introdução

Este trabalho tem, como finalidade, verificar, de que forma ocorria a censura, analisando a realidade e o cotidiano das rádios do interior do País, durante os anos compreendidos entre 1968 e 1974. Para isso, será realizado um estudo de caso das rádios de Santa Maria, no Rio Grande do Sul.

O período aqui analisado, entre o final do governo de Arthur Costa e Silva (1967-1969) e o governo de Emílio Garrastazu Médici (1969-1974), ficou conhecido como "Anos de Chumbo", devido à forte repressão e a ampla utilização de práticas autoritárias como a censura nos meios de comunicação e a tortura

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



como forma de interrogatório. Na época, o controle desses meios garantia que a população só tivesse acesso às informações de interesse do governo. Dessa mesma forma, sabe-se que o Presidente Médici pertence ao grupo denominado "linha dura" e defendia qualquer ação que coibisse as atividades que não viessem de encontro do interesse do regime, como a questão da repressão à luta armada. É por esse motivo que os anos em que Médici esteve na Presidência da República são considerados os mais rígidos de todo o período ditatorial no Brasil.

Por sua vez, nesse mesmo período, a cidade de Santa Maria já contava com uma das maiores Guarnições Militares do Brasil, devido a sua localização estratégica no centro-oeste do estado do Rio Grande do Sul. Além disso, sabe-se que, com a criação da primeira Universidade Federal do interior do País, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), em 1960, a cidade começou a receber um número cada vez maior de jovens estudantes, tornando Santa Maria um local propício para a contestação do governo vigente. Esses jovens, muitas vezes, procuravam empregos no município, inclusive nas emissoras de rádio que eram um mercado em expansão durante o período analisado.

Durante esse período, existiam cinco emissoras de radiodifusão em Santa Maria, fazendo com que o rádio fosse o principal meio de comunicação da cidade. Dessa forma, devido à forte representação militar, à vida acadêmica e ao papel que o rádio exercia como formador de opinião na época, em Santa Maria, o questionamento sobre como se dava a censura nas emissoras da cidade, durante os Anos de Chumbo, torna-se pertinente.

## Procedimentos metodológicos

Nesse período, nas rádios, o registro não era incentivado e, sendo assim, as emissoras de Santa Maria não possuem acervos de documentos sobre essa época. Desse modo, a maneira mais apropriada para resgatar os acontecimentos ligados a esse espaço de tempo foi através de entrevistas com quem vivenciou essa parte da história. Assim, a História oral se colocou como melhor metodologia para executar esse estudo, já que "a história oral responde à necessidade de preenchimento de espaços capazes de dar sentido a uma cultura explicativa dos atos sociais vistos pelas pessoas que herdam os dilemas e as benesses da vida no presente". (MEIHY, 2005, p.24)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A História oral dá a oportunidade de se ir direto a fonte, ou seja, ouvir o relato de quem realmente vivenciou determinado acontecimento, ou período a ser estudado. Dessa forma, esse estudo analisou os depoimentos de sete radialistas que atuavam, durante o período pesquisado, nas emissoras de Santa Maria, além de utilizar fontes bibliográficas disponíveis sobre a temática estudada. Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, buscou-se, no mínimo, um representante de cada emissora de rádio da época, sendo eles: Hugo Fontana (Rádio Medianeira)[69], João Gilberto Lucas Coelho (Rádio Medianeira)[70], Cláudio Zappe (Rádio Guarathan)[71], Fernando Adão Schmidt (Rádio Imembuí)[72], Vicente Paulo Bisogno (Rádio Santamariense e Rádio Imembuí)[73], Quintino Oliveira (Rádio Universidade)[74] e Roberto Bisogno (Rádio Santamariense)[75]. O objetivo aqui, entretanto, não é analisar cada uma das emissoras de forma separada, mas sim traçar um perfil do cotidiano nas emissoras e da ação da censura nesse meio de comunicação como um todo. Para chegar nesses sete nomes, foi realizado um levantamento das rádios existentes no período em Santa Maria, bem como dos profissionais que nelas atuavam.

Assim, essa pesquisa trabalha com História oral temática, uma vez que parte de um assunto específico, comprometendo-se em saber a visão do entrevistado sobre aquele determinado fato. “A história oral temática não só admite o uso do questionário, mas, mais do que isso, ele torna-se peça fundamental para a descoberta dos detalhes procurados”. (MEIHY, 2005, p.163) Dessa forma, optou-se, para a realização das entrevistas, o uso de questionários diretos e indutivos, já que o objetivo principal da pesquisa era “se ater ao fato em causa e [...] acompanhar tanto o envolvimento pessoal como a sequência dos fatos”. (MEIHY, 2005, pp.163-164) Assim, utilizando-se de questionários semi-

---

[69] FONTANA, Hugo Antonio. Ex-radialista, colunista, professor universitário. Entrevista realizada em 30 de setembro de 2009.
[70] COELHO, João Gilberto Lucas. Ex-radialista, advogado, ex-vereador, ex-deputado federal, ex-vice-governador. Entrevista realizada em 10 de outubro de 2009.
[71] ZAPPE, Cláudio. Radialista e empresário. Entrevista realizada em 27 de outubro de 2009.
[72] SCHMIDT, Fernando Adão. Ex-vereador; radialista. Entrevista realizada em 27 de outubro de 2009.
[73] BISOGNO, Vicente Paulo. Radialista, advogado, ex-vereador. Entrevista realizada em 27 de outubro de 2009.
[74] OLIVEIRA, Quintino Corrêa de. Ex-radialista, professor universitário aposentado. Entrevista realizada em 03 de novembro de 2009.
[75] BISOGNO, Antonio Roberto. Radialista, professor universitário. Entrevista realizada em 03 de novembro de 2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



estruturados, com perguntas abertas e semi-abertas, procurou-se traçar um perfil de cada profissional, saber como ocorria a censura dentro das emissoras, além de descobrir a visão desses radialistas sobre assuntos relacionados a essa temática, como o regime militar, o trabalho em rádio, participação política e outros aspectos que dessem sentido aos posicionamentos de cada entrevistado, uma vez que dentro da História oral temática, detalhes da história pessoal do narrador interessam "na medida em que revelem aspectos úteis à informação temática central". (MEIHY, 2005, p.163)

Após a realização das entrevistas, foi feita uma análise dos depoimentos coletados, traçando o perfil das emissoras, dos profissionais e da ação da censura nas rádios de Santa Maria, objetivo central desse trabalho.

**Fundamentação teórica**

A ditadura militar, no Brasil, durou 21 anos (de 1964 a 1985), mas o ápice da repressão e da censura do governo aconteceu entre 13 de dezembro de 1968, quando o Presidente Costa e Silva promulgou o Ato Institucional número 5 (AI-5), que concedia ao Presidente da República inúmeros poderes, e 1974, último ano do governo Médici. Devido a esta repressão, esse período ficou conhecido como "Anos de Chumbo". O aparato repressivo do governo consistia, principalmente, em três ações: a criação de novas leis, que davam cada vez mais poder para os militares; o uso da violência, institucionalizando a tortura como técnica de interrogatório e controle político (ALVES, 2005, p.193); e a prática da censura, que impedia que a população tivesse conhecimento tanto das ações negativas do governo, quanto das ações de sucesso da oposição. Embora a censura estivesse presente durante todo o regime militar, ela foi intensificada após a instituição do AI-5, tendo o seu ápice durante o governo Médici. Assim, foram criados diversos decretos e leis, geralmente vagos e amplos, que permitiam ao governo, não só controlar as informações divulgadas pelos meios de comunicação, como também punir os profissionais que se indispusessem com as novas regras impostas[76].

[76] Entre os principais suportes legais utilizados pelo regime militar estão: a Lei nº 4.483, primeira lei que trata sobre a censura durante o regime militar; a Lei 5.250, a nova Lei de Imprensa; o Decreto-Lei nº 459, que criou a Comissão Geral de Inquérito Policial-Militar (IPM); o Decreto-Lei nº 898, conhecida como nova Lei de Segurança Nacional; o Decreto-Lei nº 1.077, que estabelecia a censura prévia; além do próprio AI-5.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Dessa forma, a repressão criou o que pode ser chamada de uma "cultura do medo" [77], em que qualquer forma de oposição ao governo militar estava diretamente associada à tortura. Segundo Maria Helena Moreira Alves (2005, p.205) os três componentes psicológicos criados pela "cultura do medo" são: o silêncio, imposto à sociedade através da censura aos meios de informação; o isolamento, já que os que sofriam com a repressão, devido ao silêncio instaurado, se sentiam sozinhos; e a descrença, pois o silêncio e o isolamento davam a ideia de que qualquer ação contra o regime não teria sucesso. Dessa forma, a forte repressão criou a ilusão de que "todos os canais de oposição estavam fechados". (ALVES, 2005, p.205)

Apesar da forte repressão, o governo Médici também ficou marcado como um período de desenvolvimento e prosperidade do País. Essa imagem foi legitimada pelo "Milagre Econômico", que assegurou o crescimento econômico do País, por determinado tempo, e estabilizou a inflação. Para isso, promoveu um arrocho salarial e incentivou os investimentos estrangeiros, o que gerou o aumento da dívida externa do Brasil. Apesar disso, a ideia que o governo passava era de que isso seria um período transitório e que, em pouco tempo, todos estariam em uma situação financeira melhorar. Essa ideia foi transmitida a população através de propagandas do governo militar. O órgão responsável por essa propaganda era a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP), que buscava legitimar a imagem de um governante benevolente. Uma das formas mais utilizadas pela AERP foi associar a imagem de Médici com as conquistas esportivas, com músicas, além dos documentários televisivos que traziam temas como desenvolvimento, construção de um País melhor, entre outros.

Dessa forma, a "cultura do medo" associada à forte propaganda política a favor do governo Médici, fizeram com que os Anos de Chumbo se tornassem um dos períodos mais contraditórios do regime militar: ao mesmo tempo em que a população era coagida e tinha a sua liberdade cerceada, o governo Médici foi o mais popular de todos, conseguindo densa popularidade, mesmo liderando uma ditadura fortemente repressiva. (COUTO, 2003, p.115)

---

[77] Esse termo é utilizado por Maria Helena Moreira Alves em seu livro "Estado e oposição no Brasil (1964-1984)". (2005, p.204)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A cidade de Santa Maria[78], durante esse período, já possuía um grande efetivo militar, além de também ser caracterizada, em sua região, como uma cidade universitária, devido a criação, em 1960, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Assim, o município, no início da década de 1960, se tornou um dos maiores centros "de estudos de nível superior do interior do Rio Grande do Sul" (BEBER, 1998, p.26) e, por isso, atrai diversos jovens de todo o Estado, que encontram no munícipio a possibilidade de continuar os seus estudos. Durante as décadas de 1960 e 1970, muitos desses jovens estudantes, ao chegar no município, procuraram seu primeiro emprego e encontraram, nas emissoras de rádio de Santa Maria, essa oportunidade.

Durante o período aqui estudado, existiam cinco emissoras de rádio, todas estavam em freqüência de amplitude modulada com som mono, ou seja, eram rádios AM. São elas: a Rádio Imembuí, fundada em 1942; a Rádio Santamariense, fundada em 1954; a Rádio Guarathan, fundada em 1960; a Rádio Medianeira, que deixou de ter caráter experimental em 1960; e a Rádio Universidade, fundada em 1968, vinculada a UFSM.

**Considerações finais**

Através dos depoimentos, pode-se perceber, em um primeiro momento, que as emissoras de Santa Maria acompanhavam a realidade das rádios das demais cidades do Brasil. A estrutura técnica, a programação e a rotina eram bastante similares às demais emissoras do País. A similaridade entre as programações pode ser atribuída à influência das emissoras de outros municípios na concepção dos programas das rádios de Santa Maria. A programação das emissoras, em geral, era baseada em três itens: música, informação e esportes, sendo a maior parte da programação destinada a programas musicais. Esse fato gerava uma forte fiscalização dos censores em relação às músicas que seriam executadas nas emissoras, através da censura prévia e das listas de canções proibidas.

[78] Santa Maria, fundada em 1858, fica localizada na região centro-oeste do estado do Rio Grande do Sul. A cidade "tem sua origem ligada à atuação de militares" (RECHIA, 1985, p.116), e é conhecida como uma das mais importantes áreas militares do Brasil, sendo o segundo maior contingente militar do País.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Uma peculiaridade das emissoras de Santa Maria era o fato de que, devido à criação da UFSM, em 1960, contavam com diversos estudantes e universitários em seu quadro de funcionários[79]. Esses jovens criavam, dentro da Universidade, uma consciência política, já que era um local propício para o debate entre pessoas intelectualizadas e mais informadas sobre a situação do País. Dessa forma, a consciência política e a proximidade com a repressão, presente, através da censura, nas emissoras, fizeram como que esses jovens radialistas tivessem a oportunidade de estarem mais cientes do cenário político do Brasil.

Em um segundo momento, verificou-se que a censura não se restringiu somente aos Anos de Chumbo, nem somente ao rádio. Apesar disso, ficou evidente que foi durante esse período que a ação dos censores se intensificou. Como alguns entrevistados afirmaram, o medo, a preocupação e os excessivos cuidados acompanharam, como "fantasmas", o dia-a-dia dos radialistas. Apesar de todos os entrevistados afirmarem que havia repressão, bem como a presença da censura nas emissoras, nem todos vêem o período Médici como sendo o mais rígido do governo militar. Assim, ficou evidente que as percepções dos radialistas, tanto sobre a censura, quanto sobre o regime e o governo Médici, são distintas. Essas visões divergentes se devem a diversas questões.

Primeiramente, pode-se perceber que os radialistas com envolvimento político[80] com a oposição, através de política estudantil ou partidária, ou ainda, que mantivessem algum contato com pessoas envolvidas, tem uma visão mais clara sobre a repressão, se posicionando mais abertamente sobre o assunto. Isso se deve ao fato de que essas pessoas, através de suas ligações, obtinham mais informações sobre as ações repressivas do governo militar, sendo que as demais acabavam por receber somente as informações vindas de outros veículos, que também estavam sob forte censura.

Também se deve ressaltar que os radialistas, assim como a população em geral, enfrentavam os três elementos que constituíam a "cultura do medo": o silêncio, o isolamento e a descrença. O silêncio, além de fazer parte de sua rotina

---

[79] Seis dos sete entrevistados possuem Ensino Superior, embora nenhum seja formado em Jornalismo. Isso se deve ao fato de que a primeira turma de Jornalismo da UFSM se formou somente em 1975.

[80] Entre os sete entrevistados, quatro foram ou são filiados a partidos políticos, sendo que dois deles foram vereadores em Santa Maria durante o regime militar, um pela ARENA e o outro pelo Movimento Democrático Brasileiro, o MDB.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



profissional, uma vez que a censura foi duramente imposta nas emissoras, também estava presente na falta de informações. Além disso, através dos relatos, pode-se notar que a censura também imperava na Universidade Federal e no próprio Exército, principais instituições do município. Ao mesmo tempo, é preciso lembrar que esses profissionais também estavam expostos às propagandas do governo, e, como foi relatado, os próprios censores tentavam "doutrinar" os profissionais, através de palestras, transmitindo a visão do governo sobre a situação do País.

Outro ponto perceptível é que, mesmo os radialistas mais conscientizados da realidade política do País, não sabendo exatamente o que se passava – pois, apesar de ter uma grande representatividade militar, bem como, de estudantes, Santa Maria estava longe do foco das mobilizações de oposição ao regime – sentiam-se isolados e possuíam a impressão de que qualquer reação, nos microfones, contra ao regime, seria fracassada. A partir disso, surge a descrença. Os entrevistados, muitas vezes, ao longo de seus relatos, demonstraram não concordar com o regime militar, mas, apesar disso, acabavam por respeitá-lo, pois acreditavam não poder agir de outra forma, tamanha a coação a qual eram submetidos. Entre seus principais temores figuravam: perder o emprego, o fechamento da rádio e a prisão.

Assim, essa falta de esperança de que alguma reação contrária à ação dos militares teria êxito fez com que os radialistas incorporassem a censura no dia-a-dia das rádios. Essa situação explica a contradição dos radialistas em determinados momentos de suas entrevistas, pois ao mesmo tempo em que alegaram ter sido um período rígido, difícil e complicado para executar a atividade de radialista, eles também afirmaram ter uma rotina "mais ou menos normal", porque foram, aos poucos, se acostumando com as normas impostas pelo regime. Dessa forma, a presença constante da censura nas emissoras, através de comunicados, telefonemas e proibições que chegavam a todo o momento, e o aumento das exigências após a decretação do AI-5 fizeram com que os radialistas se adaptassem àquela realidade. Depois de determinado tempo, a censura foi inserida à rotina das emissoras e os radialistas passaram a enxergá-la como algo habitual no cotidiano de seu trabalho.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Referências**

ALBERTI, Verena. *História oral*: a experiência do CPDOC. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, 1989.

ALVES, Maria Helena Moreira. *Estado e oposição no Brasil (1964-1984).* Bauru: Edusc, 2005.

BEBER, Cirilo Costa. *Santa Maria 200 anos*: História da Economia do Município. Santa Maria: Pallotti, 1998.

COUTO, Ronaldo Costa. *História indiscreta da ditadura e da abertura*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. *Manual de História Oral*. 5ª ed. São Paulo: Loyola, 2005.

RECHIA, Aristilda A. *Santa Maria Cidade-sol Coração-gaúcho*. Santa Maria, 1985.

## 2. De "Mães Pretas" e "Pais João" às Favelas-Séries: negros na televisão brasileira

*Lúcia Loner Coutinho / PUCRS*

(lucialoner@gmail.com)

Neste trabalho versaremos sobre a trajetória dos negros na televisão brasileira. Após muitas décadas de representações estereotipadas, nos últimos anos, a população negra tem tido mais visibilidade com papéis de maior relevância e profundidade, e com a produção de séries com a temática da periferia baseadas em películas do cinema nacional. Veremos algumas questões sobre esta invisibilidade de uma importante parcela da população e os primeiros passos de uma inclusão midiática, o que pode significar a formação de uma nova identidade para este grupo. Para tanto, utilizaremos autores como Ivana Bentes e Joel Zito Araújo.

**Palavras-chave:** Televisão Brasileira; Negros na Mídia; Representações.

### Introdução

Este trabalho visa mostrar um breve panorama da representação do negro na televisão brasileira através de alguns momentos chaves para tal história, e como

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



este tem ganhado, recentemente, maior espaço e destaque, protagonizando enredos onde a cultura negra está presente e não é subjugada a cultura dominante. O negro sempre esteve presente na televisão brasileira, entretanto até meados dos anos 60, aos atores negros cabiam papéis de total subalternidade. Esta realidade tem mudado lentamente desde então. O retorno a temática das periferias no cinema nacional no início deste século teve reflexos na televisão também, com a produção de séries baseadas ou adaptadas do cinema. Estas séries fazem parte do capitulo atual na história dos negros na televisão brasileira.

História pouco estudada, cuja obra mais significativa é a de Joel Zito Araújo, com o livro e documentário *A Negação do Brasil* (2004 e 2000, respectivamente). Tal relação e seus significados tem sido alvo de bastante debate entre críticos e acadêmicos, como Bentes (2007a, 2007b) e Hamburguer (2007), autoras que utilizaremos para pautar tal discussão.

**Estereótipos na Televisão**

Utilizamos o paralelo que Araújo (2008) faz ao comparar o papel do negro na ficção televisionada norte-americana e como este modelo foi adaptado para o Brasil. Araújo (2004) argumenta que muitos dos estereótipos sobre negros criados pelo cinema estado-unidense e posteriormente levados à televisão daquele país foram transportados para a televisão brasileira. Os cinco principais estereótipos na representação do negro no cinema americano seriam o mulato trágico, a *mammie*, *Tom,* o *coon* e o *Buck* (ARAÚJO, 2004). Todos estes tipos foram, em algum nível, utilizados na televisão brasileira. O mulato trágico é por vezes colocado como personagem ridículo ou de certa forma perverso, pois, pertencente a dois mundos, não se encaixa em nenhum. A *mammie*, e sua variação brasileira, a “Mãe Preta”, é um dos estereótipos mais fortes e persistentes da mulher negra nas representações midiáticas, sendo utilizado ainda hoje nas telenovelas brasileiras. A “mãe preta” é a serviçal, grande, forte e muitas vezes mandona, mas com intenso instinto maternal, sempre pronta a cuidar de sua família branca.

O “Pai João” (ou *Tom*) é uma imagem retirada do romance norte-americano *Uncle Tom’s Cabin*, de Harriet Beecher Stowe. O “Pai João”, representa o estereótipo do “negro de alma branca”, serviçal digno e sábio. O *coon*, é uma forma de menestrel, palhaço e malandro. A quinta imagem, segundo Araújo (2004) foi

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



menos usada na televisão nacional, o *Buck* representa o negro brutal e sexualmente perigoso. Todavia isto não significa que variações deste (ou destes personagens) não tenham sido utilizadas assiduamente nas novelas brasileiras. O "jagunço" negro e perigoso é um papel recorrente na teledramaturgia nacional, assim como o "fiel guarda costas". Um dos papéis mais tradicionais relegado às mulheres negras nas nossas novelas é o de "empregadinha" subserviente e risonha. Tanto na mídia norte-americana quanto na brasileira estas imagens clássicas tem se transformado com o passar do tempo, alguns destes estereótipos foram saindo de cena enquanto outros foram reinventados.

Visto estes estereótipos genéricos, falaremos agora de alguns exemplos e momentos marcantes de personagens negros na produção televisiva brasileira. O primeiro personagem negro de destaque em uma novela nacional foi a Mamãe Dolores de *O Direito de Nascer*, interpretada pela atriz Isaura Bruno. Nesta novela, de 1964/1965, Bruno interpretava a típica *mammie* (ARAÚJO, 2004), como mãe adotiva do protagonista branco Albertinho Limonta. A novela fez um grande sucesso e a personagem Mamãe Dolores marcou época, levantando grande interesse sobre a atriz. Em 1969, a Rede Globo apresentou *A Cabana do Pai Tomás* (que conforme vimos, introduziu na televisão o estereótipo do *Uncle Tom*/Pai João no país) e esta novela causou uma das primeiras polêmicas raciais da televisão nacional. O personagem principal, o negro Pai Tomás, foi interpretado pelo ator branco Sérgio Cardoso, que foi pintado e usou rolhas no nariz e lábios. A atriz Ruth de Souza (esta sim negra) que interpretava a importante personagem Tia Cléo, esposa do Pai Tomás, viu seu personagem perder espaço no enredo e nos créditos da telenovela para as atrizes e personagens brancas.

A atriz branca Lucélia Santos interpretou a primeira personagem protagonista afro-descendente em uma telenovela em *A Escrava Isaura* (Rede Globo, 1977) de Gilberto Braga. De acordo com Araújo (2004), *A Escrava Isaura* foi o ápice do ciclo abolicionista das novelas brasileiras, fez um enorme sucesso e foi o primeiro produto da Rede Globo a ser internacionalizado. A novela tinha uma posição anti-escravagista e contou em seu elenco com muitos atores e personagens negros, porém, entre estes não havia enfrentamento ou identidade racial, o que era mostrado seguia a permanente servidão, docilidade e gratidão

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



aos protagonistas brancos (ARAÚJO, 2004). A trama foi adaptada de forma a refletir os mesmos preconceitos e valores raciais e estéticos que balizavam o romance original, escrito um século antes. O conservadorismo da produção, desta forma, passou desde a personagem principal aos coadjuvantes.

Levaria quase duas décadas para que uma telenovela tivesse como protagonista uma atriz negra. *Xica da Silva*81 (Walcyr Carrasco, 1996/1997) veiculada na Rede Manchete, trazia Taís Araújo (então com 17 anos) interpretando a "rainha negra" do século XVIII. Antes disso, em 1995, a Globo apresentaria, na novela *A Próxima Vítima* de Sílvio de Abreu, uma família negra de classe média, na qual um dos filhos, Jefferson, interpretado por Lui Mendes, era homossexual. Nesta obra a família Noronha era descrita como uma "família comum" e de fato, tão comum, e com valores extremamente conservadores, que não trazia nenhum traço étnico marcante. O que levou Araújo (2004, p.286) a questionar: "Será que ser de classe media é uma experiência exatamente igual para todos, independentemente de origem e pertencimento racial?" A trama não abordava a questão étnica, o preconceito racial e a dificuldade dos negros em melhorarem de *status* social não foram temas relevantes, assim como a identidade racial também não foi trazida à tona.

Sete anos após seu desempenho inédito em *Xica da Silva*, Taís Araújo voltou a interpretar uma protagonista em novelas, desta vez na Rede Globo, em *Da Cor do Pecado* (2004). Taís interpretou Preta, uma feirante pobre que se apaixona por Paco (Reynaldo Gianecchini), um rapaz branco e rico. Para Joel Zito Araújo, o papel da atriz nesta novela foi "um fator inédito de auto-estima para crianças e adolescentes afro-descendentes de todo o país, quebrando paradigmas e estereótipos sobre o negro brasileiro". (2008, p.981)

Taís Araújo tem se firmado como a mais proeminente atriz negra de sua geração, e na atualidade figura como um dos principais nomes do elenco da Rede Globo. Em setembro de 2009, estreou como protagonista da novela *Viver a Vida*, de autoria de Manoel Carlos, principal telenovela da emissora, no horário das 21h. Nesta novela, ela interpreta é uma modelo de renome, independente e bem resolvida em sua vida pessoal e carreira, que, ainda no início da trama apaixona-

81 A novela é uma adaptação do filme homônimo de Cacá Diegues (1976), que trazia Zezé Motta no papel título.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



se e casa-se com Marcos (José Mayer), um homem branco e mais velho. Em relato a revista *Marie Claire* (set. 2009), Taís declara que não acredita que recebeu tal papel apenas por ser negra, mas sim que seu personagem poderia ser interpretado por uma atriz jovem de qualquer etnia, fato que a atriz considera demonstrar um avanço, pois mostraria o pós-racialismo para o qual a sociedade se encaminha. O novelista Manoel Carlos, no entanto, afirma que escolheu a atriz por querer mostrar uma "Helena" negra e jovem.

Uma das cenas mais impactantes de *Viver a Vida*, a humilhação de Helena frente à Tereza (Lília Cabral, que interpreta a ex-esposa de Marcos) foi bastante comentada por setores do movimento negro. A cena apresentada dia 16 de novembro de 2009, traz Helena pedindo perdão pelo acidente de Luciana (Alinne Moraes), enquanto Tereza a culpa pela situação da filha. Ela acusa Helena de subir na vida através do assassinato de uma criança (se referindo a um aborto que a personagem fez na juventude) e do casamento com um homem rico, e condena a rival a viver com a culpa pelo que Teresa considera serem dois crimes (o aborto e o acidente de Luciana). Por fim, Helena ajoelha-se e pede perdão, ao que recebe um tapa de sua algoz. As críticas de parte do movimento negro foram intensas. Uma leitura mais cuidadosa mostra ser impossível furtar-nos a perceber as semelhanças que a simbologia que esta cena, em particular, guarda com recorrentes imagens da dramaturgia nacional sobre a submissão negra e o escravismo.

Em crônica no jornal Folha de São Paulo, Bia Abramo destaca a importância da iniciativa, ainda que acanhada, da apresentação de personagens e atores negros em papéis de destaque na televisão. Afinal, se isso não indica o fim do racismo, ao menos mostra que existe interesse nos meios de comunicação de massa de se dirigir às temáticas de inclusão. Isso se configura ainda mais considerando que na segunda metade de 2009, das três telenovelas apresentadas pela Globo em seu horário noturno, duas trouxeram atrizes negras como protagonistas. Além de Taís Araújo em *Viver a Vida*, a novela *Cama de Gato* traz como atriz principal Camila Pitanga (Rose). Ao contrário da atual personagem de Taís Araújo, Rose apresenta uma história de vida muito menos glamorizada. Mãe divorciada com quatro filhos, ela inicia a trama trabalhando como faxineira, mas terá um relacionamento com seu patrão, o milionário Gustavo (Marcos Palmeira).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Mesmo com esta visibilidade, é necessário, no entanto, complementarmos o fato de que nenhuma das duas tramas em desenvolvimento planeja enfocar o racismo como tema, e este poderá ser tratado apenas de forma marginal, ou secundária. Essa atitude está em consonância com uma característica da mídia nacional, já apontada anteriormente, que individualiza o racismo, ao invés de mostrá-lo como problema social (ARAÚJO, 2004). Para Andrade (2009) as telenovelas da Rede Globo neste século têm oscilado entre duas formas de representação da mulher negra, com alguns bons exemplos tal como as protagonistas de *Da Cor do Pecado* e *Viver a Vida*, que apesar de seus problemas ajudam a desenvolver uma visibilidade e identificação positiva com a população negra. Mas há uma grande quantidade de exemplos negativos, personagens que representam os estereótipos clássicos e/ou marcadas pela invisibilidade, como é o caso de muitas das personagens interpretadas por atrizes negras nas produções mencionadas acima.

A evolução das representações dos negros tem sido um processo extremamente lento, a televisão, como meio que integra a cultura midiática, dificilmente inova em questões que podem chocar ou desagradar à audiência. A tendência a produzir sempre as mesmas representações domina em muitas ocasiões, e as inovações, geralmente ocorrem quando algo já é amplamente aceito pela sociedade.

A partir da primeira década do século XXI, através da transposição de histórias tiradas do cinema para a televisão, os negros começaram a ver-se protagonizando outro gênero de produção na televisão, e sendo mostrados de outra maneira. O primeiro passo neste sentido foi dado durante a preparação para as filmagens do filme *Cidade de Deus*. Os diretores Fernando Meirelles e Kátia Lund dirigiram o curta-metragem *Palace II,* apresentado em 2001 na Rede Globo. Em outubro de 2002 *Palace II* foi transformado em episódio piloto para a produção de uma série, *Cidade dos Homens*, com a parceria entre a O2 Filmes e a Rede Globo. A série mostrava a amizade de dois adolescentes, negros e pobres. O cotidiano entre a grande criminalidade e as dificuldades de se tornarem cidadãos, era o pano de fundo para os dois amigos. Em *Cidade dos Homens* o foco principal é a vida dos rapazes que vivem fora do ciclo das drogas e da criminalidade.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Firmou-se, assim, mais do que uma parceria, uma relação de compartilhamento entre o cinema brasileiro e a televisão. Uma conexão entre o cinema e um conglomerado de comunicação e rede de emissoras em específico, a Globo. Com o sucesso do filme *Carandiru,* de Hector Babenco, foi produzida a série *Carandiru - outras histórias* (10 episódios, exibidos em 2005) que expandem a ideia do filme original, concentrando sua ação nas vidas dos criminosos. Tanto o filme quanto a série contaram com um elenco de nomes consagrados no cinema e televisão nacional, e, embora muitos dos atores sejam afro-brasileiros, a negritude não é um fator de destaque, nem no elenco, nem no enredo da série.

Após estas experiências positivas na representação da vida na periferia, a Rede Globo seguiu a ideia de investir em programas televisivos inspirados nas histórias do cinema, produzindo uma série focada na vida de mulheres negras da periferia, *Antônia,* que estreou em 2006. O seriado é uma continuação do filme homônimo, dirigido por Tata do Amaral. Em *Antônia* o cenário foi a comunidade paulistana da Brasilândia e o enredo compreende questões importantes aos moradores de comunidades desprivilegiadas e em especial para as mulheres negras, como preconceito, machismo e as dificuldades impostas pela precariedade dos serviços públicos básicos. Foi também introduzido um tema de especial importância para a compreensão da cultura negra contemporânea, o *rap* e o movimento *hip hop*. Uma vez que as quatro personagens principais da trama formam um grupo musical, houve uma opção por compor o elenco com verdadeiras cantoras de *rap*, valorizando assim a questão da música. *Antônia* retirou o foco da violência como algo autogerativo da condição de pobreza. Na série a violência trazida pela criminalidade é deixada de lado – apesar de não ser esquecida – e é dado também destaque à violência da sociedade contra o pobre e o negro. Para Bentes (2007b), *Antônia* traz uma visão menos estereotipada da vida na periferia, porém a autora aponta para a importância e o cuidado para que estes produtos midiáticos não despontem para uma glorificação da pobreza. Sendo dado a esta condição social um *status* de valorização midiática*,* sem que sejam reconhecidos os reais problemas sociais que ela representa. Na série, a pobreza não é glamorizada, mas encarada como uma condição social que traz problemas, mas não vergonha. As demonstrações de orgulho das personagens, na realidade, não advêm apenas de uma posição de classe social, mas de sua

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



aceitação racial, pessoal, e do entendimento que são capazes de realizar seus desejos, e assumindo a posição de "guerreiras da periferia", como foram chamadas pela crítica.

O último exemplo, até o momento, de série que traz uma ligação com a periferia e também com a negritude que vamos citar, não tem como cenário uma favela exatamente, mas entra nessa denominação por retratar uma população que vive em uma periferia social e ser estreitamente centrado na negritude, *Ó Pai Ó*, pode também ser citado como parte desta tendência, de tematização da periferia e conexão entre cinema e televisão. Adaptado de uma peça de Márcio Meirelles, o filme *Ó Paí Ó* (2007) dirigido por Monique Gardenberg, mesclou os gêneros musical, comédia e drama ao contar a história de moradores de um cortiço, no Pelourinho em Salvador durante o carnaval. Como em *Antônia* a música é uma importante parte da trama, porém neste caso o ritmo escolhido para representar a expressiva africanidade da cultura baiana é o *axé*. Em 2008 e 2009 *Ó Paí Ó* foi também adaptado às telas da Rede Globo em duas temporadas de cinco episódios cada uma, e contou com atores de prestígio nacional para retratar o cotidiano dos moradores do cortiço. Contudo na adaptação para a televisão a narrativa terminou por perder alguns de seus aspectos de crítica social e dramaticidade, fixando-se principalmente no aspecto humorístico do longa-metragem original, e terminando por cair em uma abordagem estereotipada da baianidade.

## Considerações finais

De acordo com Hamburguer (2007), na televisão a pobreza sempre foi mascarada, preterida em favor de representações mais glamorosas da sociedade, e ainda quando apresentada foi regularmente adocicada e limpa, descaracterizada, em geral, de seus aspectos mais cruéis. Desta forma, séries como as que citamos quebram um paradigma, não só pela estética e linguagem mais sofisticada, com inspiração nos filmes que as precedem, mas também na representação das comunidades desprivilegiadas de maneira mais honesta e menos romantizada ou idealizada, como era comum no cinema e como ainda é realizado em outros gêneros televisivos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Não se trata, entretanto, de uma afirmação definitiva de mudança nas representações das mídias audiovisuais, especialmente da televisão. Para Bentes (2007b) a negritude e a periferia transformaram-se em "mercadoria quente" no rol de representações. E apesar de possuir também uma dimensão tem se mostrado uma poderosa fonte de identidade e formação de novos significados. A autora aponta ainda que, assim como a cultura da periferia tem sido, por vezes, enaltecida sob o rótulo de "periferia legal", e os lugares para o negro na representação ficcional tem crescido, em outros espaços, como no jornalismo, ainda é comum o discurso conservador que mostra o pobre, em especial o negro, como criminoso, em eterna relação com a violência. Para Bentes, esta ambiguidade não é uma simples omissão, mas faz parte do mecanismo de exclusão racial no país e funciona como uma reprodução da violência nos discursos relacionados à pobreza.

É inegável que a absorção de novos parâmetros e linguagens pela televisão promove diversas questões, não apenas no âmbito das representações culturais, mas tendo em vista posições sociais e econômicas. A projeção do ambiente marginalizado, as favelas e periferias do país, podem e devem ser vistos como parte de um crescente interesse da cultura midiática no "lado exótico" da pobreza, do subdesenvolvimento. É necessário que o caso brasileiro seja integrado a uma tendência que vem tendo projeção globalmente, o destaque às camadas desprivilegiadas da sociedade tem formado um nicho importante no cenário das representações culturais midiáticas, não podendo mais ser qualificado de modismo passageiro. Mesmo assumindo que tais formas de representação sejam, conforme propõe Hall (2008), reguladas ou até espetacularizadas, servindo a um propósito não necessariamente de inclusão, seguimos o pensamento de Hall de que a mudança nas formas mais conservadoras de representação já é, em si, um fator relevante a ser estudado.

## Referências

A NEGAÇÃO do Brasil. *Documentário*. Direção, Roteiro e Produção: Joel Zito Araújo. São Paulo, 2000, 91 min.

ANDRADE, Danúbia. A Mulher Negra na Telenovela Brasileira. In: LAHNI, Cláudia Regina, et al. *Cultura e Diásporas Africanas*. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2009. pp.137-152.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



ARAÚJO, Joel Zito. *A Negação do Brasil*: O negro na telenovela brasileira. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

_____. O negro na dramaturgia, um caso exemplar da decadência do mito da democracia racial brasileira. In: *Estudos Feministas*, Florianópolis, v.16, n.3, set-dez/2008, pp.979-985.

ABRAMO, Bia. Ainda é gesto tímido escalar atrizes negras como protagonistas, mas já é um avanço. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 12 out. 2009. Folha Ilustrada.

BENTES, Ivana. *Sertões e favelas no cinema brasileiro contemporâneo*: estética e cosmética da fome. ALCEU, Rio de Janeiro, v.8, n.15, jul./dez. 2007a, pp.242-255. Disponível em: <http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/Alceu_n15_Bentes.pdf>. Acessado em: 10 de jun.de 2009.

_____. O contraditório discurso da TV sobre a periferia, *entrevista concedida:* MELO, Dafne. *Portal Brasil de Fato*. 02/02/2007b. Disponível em: <http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/entrevistas/a-periferia-como-convem>. Acessado em: 10 de jun. de 2009.

HALL, Stuart. Que negro é esse na cultura negra? In: SOVIK, Liv. (org.) *Da Diáspora*: Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2008, pp.317-330.

HAMBURGER, Esther. Violência e pobreza no cinema brasileiro recente: reflexões sobre a idéia de espetáculo. *Novos estudos - CEBRAP*, São Paulo, n. 78, Julho 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002007000200011&lng=en&nrm=iso>. Acessado em: 10 de jun. de 2009.

Taís Araújo entrevista Taís Araújo: a atriz que dá vida à oitava Helena de Manoel Carlos é também jornalista! *Marie Claire*. Set. 2009. Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI94608-17733,00-TAIS+ARAUJO+ENTREVISTA+TAIS+ARAUJO+A+ATRIZ+QUE+DA+VIDA+A+OITAVA+HELENA+DE+M.html>. Acessado em: 13 de out. de 2009.

## 3. Assombr(e)amentos: poéticas do imaginário infantil através de processos fotográficos históricos

*Andréa Brächer / ULBRA*

(andrea.bracher@terra.com.br)

Em minha pesquisa de doutorado, na área de poéticas visuais, investiguei o fazer fotográfico através da evocação de iconografias ligadas à relação

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



maternidade-infância. Realizada no período de 2005 a 2009, foram produzidas a partir de processos fotográficos analógicos e digitais, ou dos processos denominados *Early Photographic Processes:* como daguerreótipos, ambrótipos, *tintypes*, papel salgado, cianótipo, goma bicromatada e *kallitype* ou marrom *vandyck*. O resultado se traduz no *corpus* de obra denominado "Assombr(e)amentos". Na pesquisa analisou-se o caráter material da fotografia em tais processos históricos - enquanto imagem e objeto, detentora de propriedades físicas – e que enseja o toque e a um olhar háptico. A partir das considerações de Carol Mavor serão analisadas estas qualidades no trabalho da fotógrafa vitoriana Julia Margaret Cameron.

**Palavras-chave**: Artes Visuais; Fotografia; Processos Fotográficos Históricos; Materiais Fotossensíveis.

**Julia Margaret Cameron: fotografia, processamento e maternidade**

Julia Margaret Cameron (1815, Calcutá, Índia – 1879, Sri Lanka), foi uma fotógrafa britânica, conhecida por iniciar a fotografar em um período tardio de seu vida. Dedica-se inicialmente às cenas religiosas e renascentistas (1864-1865), a partir de 1866 aos retratos, e, nos anos de 1870, passa a se interessar por cenas de gênero (mitos, lendas inglesas e personagens da literatura popular).

Sua filha, Julia, ao deixar o lar para casar-se em 1863, presenteou sua mãe com uma câmera fotográfica para "entreter-se". Em *Annals of My Glass House,* uma autobiografia escrita em 1874, Cameron relata sua visão sobre a fotografia, a qual deveria ser um meio de transformação e de grande força de expressão[82]. O nome do livro deve-se ao fato de ela ter convertido seu galinheiro em estúdio e o abrigo do carvão num laboratório fotográfico[83].

Cameron fez de seu trabalho algo que se misturava com sua vida, não apenas transformando partes de sua casa em seu atelier, estúdio e laboratório, mas vivendo uma intensa rotina de retratos e processamentos em seu cotidiano.

---

[82] HAMILTON, 1996, p.7.

[83] Annals of my Glass House, p.5. FORD, 2003, p.42. Deixei as transcrições deste livro em inglês, pois a maneira de Cameron escrever em sua autobiografia inclui a linguagem da época e a maneira pessoal de expressão. O nitrato de prata é conhecido por manchar tecidos e madeira de forma permanente. Na pele sua mancha dura em torno de uma semana. Uma das características comentadas por visitantes à Cameron era ter suas mãos sempre manchadas pelo químico.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Como demonstra por este trecho sobre o convívio com os processamentos e as lidas de casa.

> My husband from first to last has watched every picture with delight & it is my daily habit to run to him with every glass upon which a fresh glory is newly stamped & to listen to his enthusiastic applause. This habit of running into the dinning room with my wet pictures has stained such an immense quantity of Table linen with Nitrate of Silver indelible Stains that I should have been banished from any less indulgent household[84].

Após meses de aprendizado, com 49 anos[85], iniciou-se retratando *Madonas*, A Sagrada Família e Anjos. Embora não se duvide de sua religiosidade, o tema da maternidade estava impregnado em sua própria vida: deu à luz seis filhos, adotou três, criou dois órfãos e uma criança de rua[86].

Como identificam Jeremy Howard e Violet Hamilton[87], a artista foi influenciada pelas imagens religiosas e a renascença, especialmente aquelas de Leonardo, Michaelangelo, Perugino, Giotto e Raphael[88].

George Bernard Shaw, ao se deparar com as crianças sem roupas, com palpáveis asas de papel, rotuladas de anjos, fadas ou santos de Cameron, não podia acreditar que se tratasse da obra da mesma artista que realizara os retratos de Herschel e Tennyson. Para Shaw, essa produção seria rotulada de "trivialidades infantis"[89]. No entanto, a temática religiosa da época era compartilhada por Cameron assim como pelos Pré-Rafaelitas. Inclinados a retratar as temáticas bíblicas, pretendiam assim explorar estéticas clássicas, que

---

[84] Annals of my Glass House, p.11. FORD, 2003, p.42.

[85] Viveu durante seus primeiros 24 anos de casamento com Charles Hay Cameron criando seus filhos no Sri Lanka (antigo Ceilão). Ao aposentar-se em 1848, e deixando sua plantação de café e borracha para trás, a família Cameron com cinco filhos e uma filha, mudaram-se para a Inglaterra. Em 1860, Charles Hay Cameron viajou para suas propriedades no Ceilão, deixando-a por conta própria. Após algum tempo e devido ao círculo de amigos, Tennyson em particular, comprou duas casas na *Isle of Wight*, reformou-as e as batizou de *Dimbola Lodge* (nome das propriedades no Ceilão). HOWARD, 1990, p.7. O local hoje foi transformado em museu, contando com um restaurante e uma livraria, espaço de exposições temporárias, um estúdio "antigo", que pode ser alugado, e em seus cômodos restaurados podemos encontrar artefatos usados pelos habitantes da casa, pelos fotógrafos da época e o quarto de dormir de Julia Cameron.

[86] MAVOR, 1996, p.44.

[87] HOWARD, 1990, p.8; HAMILTON, 1996, p.40.

[88] Jeremy Howard credita essa influência, do predomínio dos "Antigos Mestres", entre outros fatores, a sua filiação a *Arundel Society*, que era dedicado ao estudo e publicação de pinturas de afrescos italianos. Outras conexões são estabelecidas no texto, assim como em Violet Hamilton, 1996.

[89] HIGONNET, 1998, p.125.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



eram enraizadas na tradição da pintura renascentista, mais do que externalizar ideias pessoais religiosas ou se alinhar com alguma crença[90].

Entre suas intenções com essas imagens, estavam a de representar a beleza da maternidade, a beleza feminina, e os atributos da bondade e dos cuidados maternais. A imagem da Santa Mãe nessas fotografias, muitas vezes é acompanhada de pequenos anjos e querubins[91], idealizando a família como sagrada, com atributos divinos e domésticos ao mesmo tempo.

Tive contato com essas imagens de Julia Margaret Cameron logo no início da pesquisa de doutorado, pois a temática ligada à maternidade era um dos focos iconográficos do trabalho. Durante uma visita a Londres em 2006, ao fotografar seus originais de *Idylls of the King*[92] (1874), e outras obras de 1864-1865, visualizo as características *hápticas*[93] de seu trabalho.

Nas reproduções fotográficas do trabalho de Julia Margaret Cameron, geralmente muito pequenas, como as que encontramos nos livros dedicados à sua obra ou à história da fotografia, não é possível ou fácil perceber os pontos de sujeira, as marcas deixadas pelas digitais, dos fios de cabelos que caíram e se acumularam sobre a chapa de vidro. Há também sobreposição de imagens, descolamentos ou total ausência de emulsão de colódio, craquelados, entre tantos "defeitos" ao qual é passível este tipo de processamento.

Ao visitar o Museu *Victoria and Albert* para fotografar seu trabalho, compreendi o real sentido das afirmações de Carol Mavor em *To Make Mary: Julia Margaret Cameron's Photographs of Altered Madonnas*: de que ela além de arranhar, pincelar, deixar digitais em suas chapas de vidro (do processo do colódio), ela também focalizava da maneira que a mulher toca seus filhos – com

---

[90] HAMILTON, 1996, p.46.

[91] O anjo com asas é o símbolo da alma imortal e da acensão para o céu. No decorrer do tempo, o símbolo da cabeça da morte alada deu lugar a um anjo alado, e gradualmente seu rosto ficou cada vez mais cheinho e gentil. ARIÈS, 1991, p.340.

[92] O livro com imagens de Cameron, encontrado no *Victoria and Albert Museum* (Londres), é a cópia entregue à Rainha Victoria, nesta versão as imagens são ampliações originais fotográficas e os poemas escritos à mão.

[93] Palavra de difícil tradução. Do original inglês *haptic*, traduzido como o ramo da psicologia que pesquisa as informações que são percebidas pelo toque. Segundo *The Random House Dictionary of English Language*. É um dos sentidos que primeiro se desenvolve no feto. Contemporaneamente o termo é também usado para designar as tecnologias sensoriais, em áreas de interação entre homem-computador, p.644.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



as mãos e com os lábios. Este toque maternal, segundo a autora, encontra-se inclusive nas fotografias em que mulheres tocam outras mulheres[94].

Concluí que meus trabalhos, que empregravam processos fotográficos históricos, como os *phytotypes* de *Ilex Matetype* detinham essas mesmas qualidades, assim como as obras realizadas para minha tese que empregaram o colódio úmido (assim como os de Cameron).

Não há uma completa apreensão do trabalho por meio eletrônico ou impresso. Senti-lo em sua plenitude é possível quando se tem contato real com os mesmos. Tanto os processamentos de meu trabalho como os dela permitem acasos, incertezas e impurezas que necessitam "um ver mais de perto".

**Fotografia e crianças**

Em *Pleasures Taken: performances of sexuality and loss in Victorian photographs*, Carol Mavor reflete acerca da invenção da infância par-e-par com a invenção do meio fotográfico, sobre as fotografias de crianças (como as de Lewis Carroll e de Julia Margaret Cameron), e analisa como eram vistas a sexualidade na infância e o credo da assexualidade infantil. Aspectos da sexualidade feminina, homo e heterossexual, bem como a relação das mães e filhos, são problematizados no livro.

Os pontos abordados pela autora foram importantes, em um primeiro momento, para eu me posicionar sobre o que e como fotografar. Uma vez eleita a maternidade e o mundo infantil como temáticas na tese, adotei uma posição clara e crítica em torno do uso da imagem infantil, de meus e de outros filhos, que viessem a ser fotografados, ou suas imagens usadas no contexto deste trabalho. Questões como a exploração sexual da imagem infantil e o uso permissivo por parte de mães e pais, de imagens ditas íntimas ou de seu contexto particular de seus filhos são alvo de críticas desde a concepção da fotografia e chegam aos dias atuais. Cameron fotografa crianças de seus entornos em *Freshwater*, filhos de amigos, visitantes e de sua própria família: como suas filhas, irmã, netos e sobrinhos.

Anne Higonnet em *Pictures of Innocence*[95] afirma que, com o passar do tempo, tanto grandes audiências, bem como historiadores e críticos de arte em

[94] MAVOR, 1996, p.48.
[95] Cap. 6 *Through the Looking Glass,* em *The History and Crisis of Ideal Childhood*, 1998.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



particular, têm visto significados sexuais distintos do que seus realizadores pensaram, quando se trata de fotografias de crianças. E a cada nova e sucessiva interpretação, essas fotografias têm sido produto de uma diferente situação espaço-temporal. Entre os fotógrafos de crianças que mais têm sofrido mudanças drásticas de interpretação estão justamente Lewis Carroll e Julia Margaret Cameron. Os dois fotógrafos aparecem em imagens opostas, mas espelhadas, de acordo com a autora. "...um deles parte da aclamação para a humilhação (Carroll) e o outro nasce do desdém para o respeito (Cameron)".[96]

**Processamentos e o toque feminino**

Em especial no capítulo *To Make Mary: Julia Margaret Cameron's Photographs of Altered Madonnas,* Carol Mavor, confessa que um dos motivos de sua atração pelas fotografias de Cameron é sua própria experiência como mãe, da qual confesso também compartilhar. Embora seus Anjos e *Madonas* pareçam isolados de um entorno, como soltas no espaço de um fundo infinito, os desfoques e defeitos ocasionados na primeira fase de seus trabalhos (em sua maioria entre 1864-1865) são, para mim, os mais estimulantes em termos visuais. Ao fotografar crianças, aproximava bem a câmera, usando uma luz difusa. A falta de um fundo/cenário ou o emprego de fundo escuro facilitava a sobreposição de negativos. E a ausência deste cenário permite pensar em um momento, registro distanciado de uma data, atemporal.

Imagens da "Mãe" (*Madonas*) que zela por seu filho dormindo aparecem em várias versões e com diferentes títulos. Seu enquadramento muda de mais aberto para mais fechado. Interpreto estes enquadramentos fechados e quase sem foco, como o olhar míope ou da mãe que tem o filho no colo ou nos braços. Seria este causado pela perspectiva da mãe ou da criança em seus primeiros meses de vida? Essa pergunta é válida tanto para meu trabalho como para o de Cameron. Embora há autores que teorizam seu *soft focus* como desconhecimento técnico, a própria fotógrafa esclarece esta questão ao afirmar, em uma carta para Sir John Herschel, que seu estilo de focalizar é deliberado, e não uma falta de habilidade. "What is focus – and Who has the right to say what focus is the

[96] HIGONNET, 1998, p.123.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



legitimate focus?"[97]. Em *Annals of My Glass House* ela afirma: "When focusing and coming to something which, to my eye, was very beautiful, I stopped there instead of screwing on the lens to the more definitive focus which all other photographers insist upon"[98].

No entender de Mavor, as fotografias de Cameron são hápticas no "sentido total da palavra. Não apenas esfregou, arranhou, pintou com o pincel e deixou marcas de suas digitais em seus negativos de vidro, como também focalizou suas imagens na maneira com que a mulher toca [outro ser humano]".[99]

Em suas *Madonas,* "Maria" beija a criança em seu colo e a acaricia com seu toque maternal. O toque entre as duas é apontado como mais uma característica que enfatiza a qualidade processual de Cameron. Ela tocava a superfície da emulsão, assim como permitia que outras substâncias tocassem e fossem incorporadas à "pele" de seus negativos. No entanto, em sua interpretação, Mavor não contempla que se o colódio e o nitrato de prata fizeram uma fina camada sobre o vidro, com a qual ela compara à pele, a qual sofre as interferências externas, tais interferências acabam soando como uma agressão. Se há, em um certo sentido uma gestualidade feminina que incorpora o carinho de uma mãe para seu filho, há também aquela mão que desfere golpes contra essa delicada pele (da emulsão e da criança).

**Considerações finais**

Analisando as características processuais e hápticas do processo de trabalho e nas fotografias de *Madonas* de Julia Margaret Cameron, penso que tal qual a vida e suas imperfeições, as matrizes (que chamo de mater) e suas (re) produções (cópias) sofrem materialmente. Observamos nos trabalhos de Cameron, na fase de 1964-65, o fora de foco – parte devido ao uso de longas exposições, parte por assumir uma postura não perfeccionista neste ponto – as incorporações de sujeiras da superfície da matriz/placa (durante a captura); durante o emulsionamento através da duplicação de pinceladas, pingos, apagamentos, falha no emulsionamento dando incompletude à imagem; levantamentos e perdas da emulsão, quando aplicados ao vidro; riscos,

[97] HOWARD, 1990, p.9.
[98] HOWARD, 1990, p.9.
[99] MAVOR, 1996, p.48.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



raspagens, marcas de digitais; durante o processamento: incorporações de materiais externos antes e depois da secagem.

Ao verificar essas possibilidades concretizadas nas imagens finais de Cameron, assim como nas minhas, conclui-se que os processos fotográficos antigos lidam com a processualidade, a serenpicidade e a instabilidade. Há uma incontrabilidade em certo grau. Essas características advindas da manualidade dos emulsionamentos, processamentos e cópias finais remetem ao caráter háptico desses trabalhos bidimensionais, que uma fascinação pela materialidade da superfície fotográfica, solicitação ao toque, à carícia, ao olhar míope (ver de perto), próprios da relação maternal.

A materialidade fotográfica não pode ser reduzida à experiência somente com a imagem: as chapas de vidro do colódio têm espessura e peso; mesmo quando a imagem fotográfica é suportada sobre papel, estes são depósitos de químicos, tintas. Sua presença física no mundo, portanto, está envolvida com interações sensuais e sensíveis.

Julia Margaret Cameron invoca a capacidade da fotografia de cristalizar o tempo nesses retratos, especialmente através da beleza da iconografia atemporal – anjos eternos. A processualidade de suas fotografias está conectada intimamente a vida materna: estúdio, laboratório, rotinas diárias de vida e processamentos. *Madonas.* Danos, aparecimentos e desaparecimentos. Sagrado e Profano. Nas várias camadas com as quais podemos analisar o trabalho da artista, vemos as experiências e vivências, formando as camadas de sua e da história da fotografia. As vivências do processo aderem também a cópia final. Maternidade: vida e morte.

## Referências

ARIÈS, Philippe. *The Hour of our Death.* Nova Iorque: Oxford University Press, 1991.

CAMERON, Julia Margaret. Originais fotográficos de. Coleção do Victoria & Albert Museum, Londres, 2006.

CAMERON, Julia Margaret. Originais fotográficos de. Coleção Museu The J. Paul Getty, EUA. Disponível em: <http://www.getty.edu/>. Acesso em: 27 de mar. de 2010.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



CAMERON, Julia Margaret. Originais fotográficos de. Coleção George Eastman House, EUA. Disponível em: <http://www.geh.org/>. Acesso em 1 de fev. de 2009.

FLEXNER, Stuart B. *The Random House Dictionary of English Language.* Nova Iorque: Random House, 1981.

FORD, Colin. *Julia Margaret Cameron*: a critical biography. Los Angeles: Getty Publications, 2003.

HAMILTON, Violet. *Annals of My Glass House.* Seatle: University of Washington Press, 1996.

HOWARD, Jeremy. *Whisper of the Muse*: the world of Julia Margaret Cameron. Londres: P&D Colnagui & Co. Ltd, 1990.

HIGONNET, Anne. *Pictures of Innocence*: the History and crisis of ideal childhood. Londres: Thames and Hudson, 1998.

MAVOR, Carol. *Pleasures Taken*: performances of sexuality and loss in Victorian Photographs. 2a. ed. Perpetua: Duke University Press, 1996.

## 4. Cena 1: levantamento de dados sobre a história da Televisão Bagé Ltda

*Cárlida Emerim / UNIPAMPA*

carlidaemerim@unipampa.edu.br

O projeto de Pesquisa **História da RBS TV Bagé** propõe-se a investigar e registrar o percurso histórico de implantação da emissora de televisão na cidade de Bagé nos anos 70, período de fechamento de empresas de comunicação e do acirramento da ditadura militar no Brasil. O projeto, que começou em 2005 e passou por mudança de Instituição, faz parte hoje das atividades de dois grupos de pesquisa da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), o Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GPTELE) e o Grupo de Pesquisa História da Mídia (GPHM). O objetivo maior é contribuir no restabelecimento da história da imprensa no interior do Brasil, mais especificamente, da imprensa televisiva do interior gaúcho bem como buscar subsídios para o estudo dos modos de fazer jornalístico, suas principais características e condições de produção, circulação e consumo.

**Palavras-chave**: História; Televisão; Imprensa no Interior; Modos de Produção.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Apresentação**

O projeto de Pesquisa **História da RBS TV Bagé** é uma das etapas de um projeto de pesquisa maior que se propõe a restabelecer a história da mídia no interior do Rio Grande do Sul.

A prospecção dessa temática começou quando a pesquisadora ainda pertencia ao quadro de funcionários da RBS TV Bagé, mas em razão do ritmo do trabalho em telejornalismo, não foi possível empreender mais do que uma recuperação breve dos arquivos da emissora que serviam de base para as reportagens comemorativas. Outros fatores que também contribuíram para o interesse do tema como pesquisa foram a constatação de que havia: 1) dificuldade em se estruturar um arquivo de imagens e de textos históricos da e na emissora; 2) escassez de arquivos imagéticos disponíveis; 3) história latente contada nos corredores e em encontros informais de funcionários mais antigos, e 4) percepção de que havia uma parte da história dos fazeres televisivos fora dos grandes centros que urgia der ser visibilizada.

Porém, somente no segundo semestre de 2005 foi possível efetivar o projeto de Pesquisa **História da RBS TV Bagé**, quando essa foi registrada na Universidade da Região da Campanha (URCAMP), com sede na cidade de Bagé (RS), no qual a professora pesquisadora atuava desde 1997. Na época, empreendeu-se uma grande busca de dados, informações e contatos com funcionários pioneiros e profissionais da antiga e/ou na ativa do Grupo RBS, pertencentes ao quadro da Televisão Bagé, com vistas a entender os modos de investigação que deveriam ser empreendidos bem como estabelecer um roteiro de trabalho. Foi montada uma equipe de pesqusia formada por um aluno bolsista e mais dois colegas professores: um jornalista e um historiador. Mas, com a mudança de instituição da pesquisadora em 2006, a pesquisa foi interrompida e os dados/materiais coletados organizados e arquivados.

Em março de 2007, com a criação do **Grupo de Pesquisa História da Mídia** (**GPHM**), este propôs uma pesquisa ampla, com vistas a restabelecer a história da mídia localizada em cidades do interior do Rio Grande do Sul. Como a UNIPAMPA tem um formato *multicampi* com sedes espalhadas em dez municípios da região Metade Sul do estado, organizou-se o trabalho de investigação do GPHM em etapas que contemplassem essas micro-regiões. Mas,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



nos seus primeiros anos, o GPHM focou seus interesses de pesquisa na mídia impressa regional e, somente em 2010, ampliou o foco para outros veículos privilegiando, então, que esta pesquisa pudesse ser retomada.

Assim, a presente pesquisa é fruto do interesse do pesquisador em mapear a história das emissoras de televisão no interior do Rio Grande do Sul. E, seguindo o propósito do GPHM, priorizando as cidades sedes da UNIPAMPA, estabeleceu-se um roteiro cujo início das investigações se preocuparia com a implantação da mídia televisiva na região de São Borja, portanto, estudar a **História da RBS TV Uruguaiana**[100]. Porém, diante do vasto material arquivado sobre a implantação da TV Bagé, decidiu-se por também focar o interesse na RBS TV Bagé concomitantemente e, assim, empreender estudos sobre as duas emissoras regionais nas cidades de Bagé e de Uruguaiana. Em 2008, os projetos tiveram outra interrupção, pois não havia na UNIPAMPA uma estrutura de recursos físicos e humanos adequados à pesquisa na ocasião. Em 2009, com a criação do **Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo** (**GPTELE**) juntamente com o já estruturado GPHM, essas pesquisas foram repensadas e, com maior aporte de bolsistas, foi possível retomar uma proposta e manter a intenção de investigar as duas regiões acima citadas. Nesse resumo expandido, têm-se os objetivos de apresentar os primeiros levantamentos bibliográficos obtidos por esta investigação bem como levantar questionamentos que servirão de desafios a serem enfrentados ao longo da pesquisa.

Para dar conta dessa investigação, a presente pesquisa escolheu o método que articula os percursos de investigação do jornalismo e os propostos pela semiótica contemporânea voltada aos objetos da comunicação, preocupada em responder às suas especificidades do ponto de vista da produção, da circulação e do consumo de produtos midiáticos, enfim, uma semiótica da comunicação. Nas etapas de trabalho já citadas, compreende-se três macro etapas: 1) levantamento de dados (buscar todas as referências possíveis que possam ajudar a contar sobre essa história); 2) sistematização do material investigado (compreender a natureza dos materiais adquiridos e distribuir o seu uso (em livros, artigos, documentários audiovisuais; peças para museus;

[100] Praça regional que abrange além de São Borja e Uruguaiana, as cidades de Alegrete, Barra do Quaraí, Itaqui, Manoel Viana e Quaraí.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



digitalização de documentos; arquivo; desdobramentos de material, etc.); 3) análise, e 4) produção textual da pesquisa.

A pesquisa está na Etapa 1, sendo subdivida em diferentes fases: 1) recuperação bibliográfica sobre o tema e pesquisa direta em materiais disponíveis, tais como documentos da junta comercial, contratos de constituição da sociedade bem como as alterações contratuais; 2) pesquisa em jornais, matérias publicados/divulgados na imprensa sobre o tema e materiais imagéticos (filmes e fitas magnéticas conservadas pela emissora ou por particulares); 3) livros, revistas, monografias, dissertações e teses científicas sobre o tema; 4) gravação presencial de depoimentos e compilação de entrevistas via telefone e e-mail com participantes/realizadores do percurso histórico em diferentes cargos e que representam diferentes fases da emissora; 6) mapeamento dos funcionários a partir dos arquivos do setor de Recursos Humanos da própria RBS TV Bagé; 7) catalogação e sistematização dos dados; 8) formulação do questionário básico de investigação; 9) seleção e distribuição da captação dos depoimentos; 10) fechamento parcial dos dados obtidos nessa etapa da pesquisa.

Na recuperação bibliográfica, tentou-se recorrer às publicações nacionais disponíveis em acervos abertos que pudessem conter, de forma integral ou parcial, a história da televisão no Brasil e as regulamentações de televisão com vistas a buscar as referências sobre a história da televisão no interior do Rio Grande do Sul. Em registros gerais, também se encontram alguns apontamentos em livros biográficos de autores que viveram a época de implantação do rádio ou mesmo da própria televisão no país. Aliás, estes não serão aqui referenciados, pois neste resumo expandido, o propósito é o de apresentar os processos indiciais da pesquisa.

**Apontamentos sobre a história da implantação da Televisão Bagé Ltda.**

Com o Golpe Militar que tomou o poder no Brasil em 1964, a imprensa ficou sob intensa censura. O período mais acirrado e violento dessa censura ocorreu durante o governo do General Emílio Garrastazú Médici, de 1969 até 1974, promovendo, com o seu poderoso aparato de repressão, o fechamento de diversos veículos de comunicação e a perseguição a jornalistas que, não raras

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



vezes, resultava em prisões, tortura e morte. É exatamente nesse período que ocorre o surgimento da Televisão Bagé.

Antes de apontar sobre essa implantação, é preciso dizer que o mercado de mídia em Bagé nessa época era formado por quatro veículos de comunicação, sendo um jornal impresso – o *Correio do Sul* (já com cerca de 50 anos de veiculação) e três emissoras de rádio AM – a *Rádio Difusora*; a *Rádio Clube* e a *Rádio Cultura*.

No final da década de 1960, mais especificamente entre primeiro e quatro de dezembro de 1969, cinco empresários de Bagé, Antônio Fernando de Oliveira, João Henrique Bianculli Gallo, Pedro Martins Jardim, Djalma Pimentel Maurente, liderados por Aracely dos Santos Menezes, registraram no cartório da cidade a *constituição de uma sociedade comercial por quotas de responsabilidade limitada*[101] cujo objetivo era o de explorar os serviços de radiodifusão de sons e imagens (televisão) na cidade de Bagé, definindo o nome dessa sociedade como **Televisão Bagé Limitada**. No contrato dessa sociedade, em conformidade com a lei vigente, assumindo o compromisso de *uso exclusivo e restrito a negócios de interesse social, ficando-lhes expressamente vedado usá-las em negócios ou atos estranhos aos interêsses da sociedade*[102].

Embora a sociedade tenha se definido em 1969, foi em 1972 que a cidade passou a contar com uma antena repetidora - que reproduzia a programação da então TV Piratini, de Porto Alegre que, por sua vez, também repetia programas da TV Tupi de São Paulo e do Rio de Janeiro. Segundo CURTINAZ (2003), o empresário Aracely Menezes, que detinha um comércio de eletrodomésticos chamado Casa Eletromáquinas, comprometeu-se com a empresa Pintucci & Spadari Limitada na venda de unidades de aparelhos de televisão e, em troca, essa empresa paulista estabeleceria o sinal para a repetidora na cidade de Bagé. Para manter os custos dessa antena repetidora, instalada no terraço do edifício em que funcionava a Casa Eletromáquinas, localizada na época em frente à Praça dos Esportes, na Avenida Sete de Setembro, foi montada uma entidade intitulada Bagé TV Clube formada por sócios pagantes[103]. Ainda, segundo o

[101] Trecho retirado de **cópia** do contrato social original, redigido em 1969, doado à pesquisa pelo então gerente Executivo da RBS TV Bagé, João Paulo Célia, em 2005.
[102] Idem a nota anterior.
[103] Aliás, processo semelhante ao que ocorreu com a implantação da televisão em Uruguaiana.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



mesmo autor, os sinais recebidos pela antena repetidora em Bagé eram transmitidos de Pelotas e, no "caminho", podiam ser recebidos pelas cidades de Canguçu e Pinheiro Machado e havia, também, uma antena *irradiadora* que permitia a distribuição desse sinal para as cidades e ou localidades de Candiota, Dom Pedrito e Santana do Livramento[104].

Cabe aqui salientar que o desenvolvimento do setor de radiodifusão foi incentivado durante o regime militar no Brasil por ser entendido como um setor estratégico e utilizado como ferramenta de consolidação da ideologia autoritária. Assim, segundo SIMIS (2006), em nome da segurança nacional, as legislações foram reiterando a concepção de que a mídia radiofônica e televisiva é um bem público e como tal deve ser regulado pelo Estado. Não por acaso, como bem aponta Ada Silveira (2002) no período da ditadura militar o Brasil era, na América Latina, o mercado mais promissor em termos de radiodifusão. Afirma a autora que em 1977, o Brasil contava com 75 emissoras de televisão, sendo nove em São Paulo e nove no Rio Grande do Sul. No Rio Grande do Sul, em 1969, foram criadas as duas primeiras emissoras sediadas em cidades do interior do estado: no norte do estado, na cidade de Caxias, a *TV Caxias* e no centro geográfico do estado, na cidade de Santa Maria, a *TV Imembuí* e, na seqüência, em 1972, as *TV Tuiti* em Pelotas e com o mesmo nome em Erechim, em 1977 a *TV Bagé*, em Bagé. Segundo Silveira, "*em 1979, o Rio Grande do Sul superava São Paulo em termos de canais televisivos, com 13 emissoras, enquanto o outro estado detinha 11 emissoras*". (SILVEIRA: 2002, p.06).

**Considerações finais**

Há muitas lacunas abertas na história da Televisão Bagé Ltda que precisam ser apuradas pela pesquisa. Nestas considerações finais, propõe-se elencar algumas delas com vistas a indicar percursos de investigação a serem seguidos ao longo do ano de 2010. No que tange a própria constituição da sociedade, os documentos pesquisados deixam claro a liderança de Aracely Menezes na implantação da Televisão Bagé, desde a sua mais inicial concepção – a antena repetidora de programação. Porém, o que não se consegue esclarecer é quando, efetivamente, José Pedro Pacheco Sirotsky, então proprietário da TV

[104] O trabalho de Curtinaz (2003) não precisa em que região localizava-se essa antena *irradiadora*.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Gaúcha de Porto Alegre, entra na sociedade, pois, segundo os depoimentos, ele faz parte do processo de implantação desde o seu surgimento. Mas, nos documentos contratuais, ele assume como cotista majoritário apenas em 14 de junho de 1982, na quarta alteração contratual do Contrato de Constituição de Sociedade por Quotas de Responsabilidade Limitada **Televisão Bagé Ltda**. Segundo alguns depoimentos, há também uma forte participação do então Presidente da República, General Médici, na liberação dessa concessão para os empresários de Bagé, por ser esta a sua cidade natal. Aliás, algumas notícias publicadas no jornal *Correio do Sul* da época dão conta da crença positiva dos bajeenses no desenvolvimento de sua cidade e região por conta do governo do "conterrâneo" Emílio Garrastazú Médici. E a implantação de uma emissora de televisão na cidade estava entre as ações prospectadas. Por conta do propósito desse resumo, o de apresentar uma etapa inicial de ação de pesquisa, acredita-se já ter conseguido demonstrar que há muito trabalho a ser empreendido bem como a relevância de se imergir sobre esta temática na tentativa de entender o presente a partir da implantação e dos reflexos nos modos de fazer televisão no Brasil.

**Referências**

ALBERTI, Verena. *Manual de história oral*. 3.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

BAUER, George GASKELL e Martin W. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

CASETTI, Frederico de CHIO e Francesco. *Análisis de la televisión*. Barcelona: Paidós, 1999.

CURTINAZ, Quéli dos Santos. *A imagem da nossa gente*. Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Universidade da Região da Campanha (URCAMP), sede Bagé, em 2003.

GASPARI, Elio. *A ditadura envergonhada*. São Paulo: Cia. das Letras, 2002.

HABERT, Nadine. *A década de 70*: apogeu e crise da ditadura militar brasileira. São Paulo: Ática, 1992.

KILPP, Suzana. *Apontamentos para uma história da Televisão no Rio Grande do Sul*. São Leopoldo: UNISINOS, 2000.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



LAGO, Márcia BENETTI e Claudia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

MACHADO, Maria Novais da Mata. *Entrevista de Pesquisa*. Belo Horizonte: C/Arte, 2002.

MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

PINSKY, Carla B. (org.) *Fontes históricas*. São Paulo: Contexto, 2006.

REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil*. São Paulo: Summus, 2000.

SODRÉ, Nelson Werneck. *Vida e morte da ditadura*: vinte anos de autoritarismo no Brasil. 2.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

**Referências obtidas na Internet:**

FINGER, Cristiane. *50 anos de televisão no Rio Grande do Sul*. In: <http://www.ufscar.br/rua/site/?p-2506>. Acessado em: 18 de mar. de 2010.

SILVEIRA, Ada Machado da. *A malha de comunicação local-internacional:Polifonia e discursividade no Brasil Meridional*. In: <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/utopie/Machadod.pdf>. Acessado em: 19 de mar. de 2010.

SIMIS, Anita. *As legislações sobre as concessões da radiodifusão*. In: <http://www.alaic.net/ponencias/UNIrev_Simis.pdf>. Acessado em: 25 de fev. de 2010.

**Referências diversas:**

Entrevistas parciais realizadas pela autora com Luis Paulo Célia, Guilherme Tamanini e Roberta Mércio (2005) – RBS TV Bagé; Glênio Lopes (2005), Roni Padilha (2005, 2009/10) e João Batista Benfica (2005) – Ex- Profissionais da RBS TV Bagé.

Dados extraídos de apontamentos da autora, durante o período de setembro de 1994 até abril de 1997.

Dados retirados dos arquivos da emissora em Bagé, no mesmo período.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 5. Organização dos acervos radiofônicos da FAMECOS

*Luciano Klöckner*
(luciano.klockner@pucrs.br)
*Daniel Augusto Pereira Marcilio (bolsista BPA/PUCRS)*
(daniel.marcilio@acad.pucrs.br)

Iniciado em 2009, tem por objetivo reunir, catalogar e preservar de forma adequada os arquivos em áudio produzidos pelos alunos, cedidos pela comunidade em geral e os depositados na Faculdade de Comunicação Social (FAMECOS), da PUCRS, oportunizando a produção de trabalhos acadêmicos ancorados na pesquisa de materiais tratados. A posteriori, com a digitalização dos áudios e dos documentos, vai possibilitar o acesso aos arquivos, via internet.
**Palavras-chave:** Rádio; Programação dos Alunos da FAMECOS; Artigos Radiofônicos.

### Introdução

O projeto, a partir da reunião, catalogação e preservação dos áudios existentes e cedidos à faculdade, tem por escopo desenvolver pesquisa mais ampla sobre a memória e fatos históricos ligados à radiofonia. Ao mesmo tempo, os materiais sonoros serão digitalizados e armazenados em um site criado para tal fim. Cabe ressaltar que os alunos da FAMECOS produzem a cada semestre, sob a orientação dos professores, dezenas de programas nas disciplinas de Radiojornalismo, além de registros únicos, provindos das coberturas radiofônicas de eventos. Nos arquivos atuais, encontram-se diversas produções que receberam prêmios locais, regionais, nacionais e até internacionais. Infelizmente, algumas gravações extraviaram-se ou deterioraram-se pela falta de cuidado e pela dificuldade de manuseio. A organização permanente do acervo sonoro, de imediato, facilita a localização de programas a serem exibidos como exemplos aos alunos do curso. Além disso, o acervo apresenta-se como fonte original para pesquisas e para trabalhos acadêmicos em diferentes níveis. Portanto, preservar e catalogar os áudios, entre outros documentos impressos, permite o compartilhamento de um novo recurso de investigação na própria universidade, com divulgação e acesso de outras instituições de ensino e da sociedade em geral.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Soma-se a isso, o recebimento de acervos originais, entre eles: a) a primeira transmissão de uma rádio de estrada no Brasil (Rádio Free-way, na BR 290, entre Eldorado do Sul e Osório); b) as gravações de Carlos Nobre - humorista gaúcho que marcou época; c) os áudios de O Repórter Esso - os únicos existentes no País, após a perda dos mesmos, admitida na Rádio Nacional do Rio de Janeiro; d) os depoimentos sobre a Rádio Setembrina, emissora de propriedade da PUCRS nos anos 50 e 60; d) os documentos da primeira rádio web universitária do Brasil, a RadioFam, da FAMECOS.

Entre as proposições básicas do projeto, destacam-se: 1) Objetivo geral: a partir da preservação adequada dos acervos em áudio dos programas produzidos pelos alunos, cedidos pela comunidade em geral e arquivados na Faculdade de Comunicação Social, FAMECOS, a intenção é produzir trabalhos acadêmicos sustentados na pesquisa dos materiais sonoros devidamente tratados. O desenvolvimento constitui-se de cinco etapas básicas: na primeira haverá a reunião do material; na segunda, a identificação de categorias e temáticas; na terceira, a digitalização do áudio; na quarta, o reforço da pesquisa; e na quinta, a confecção dos trabalhos acadêmicos; 2) Objetivos específicos: a) dispensar tratamento adequado ao acervo que computou até o momento mais de 400 programas; b) identificar categorias (gêneros e formatos radiofônicos) e temáticas em todos os áudios catalogados; c) digitalizar e armazenar os programas; c) selecionar temas para elaboração de artigos, visando a preservar a memória da faculdade, da universidade e do rádio gaúcho e brasileiro.

A título de exemplo, a partir de um programa sobre a Cadeia da Legalidade de 1961, houve a expansão da pesquisa, centrando-se na constituição de uma segunda tentativa do gênero três anos depois da primeira. Cumprindo-se as fases descritas, foi elaborado o artigo "Segunda Cadeia da Legalidade: a resistência ao golpe de 1964 que não passou para a história", apresentado em encontro de pesquisadores da mídia e que ainda é objeto de estudos, visando ao aprofundamento do tema.

## Procedimentos metodológicos

A metodologia de pesquisa do projeto Organização dos Acervos Radiofônicos e sonoros da FAMECOS está lastreada em levantamento

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



documental, a partir de arquivos audiovisuais e impressos (roteiros dos programas, pautas e documentos em geral). Os procedimentos, em linhas gerais, preconizam a localização do material, muitos dos quais distribuídos por diversos setores da faculdade, a reunião, a catalogação, a digitalização dos áudios (em CDs, DVDs), a identificação e classificação por assunto, a seleção dos temas para levantamentos científicos, a imersão na pesquisa e a elaboração do trabalho acadêmico.

A organização dos acervos desenvolve-se da seguinte forma: 1) Reunião do material disponível na faculdade e das produções em curso; 2) Catalogação inicial; 3) Audição; 4) Avaliação e condições de aproveitamento; 5) Digitalização dos programas que ainda estão em fitas magnéticas e discos; 6) Classificação; 7) Arquivamento; 8) Armazenamento no site. Concomitante a isso, há o manuseio dos roteiros impressos que estruturaram os programas, passando por fases semelhantes as já nominadas até o arquivamento final. As etapas de arquivamento baseiam-se em Paes (2006) e St. Laurent (2001).

A pesquisa documental se ampara em Gil (1999), a partir de documentos sonoros (gravações de programas, entrevistas, documentários, radiojornais, radiorrevistas, radionovelas, etc.) e documentos impressos (por exemplo, as pautas e os roteiros dos programas, e os trabalhos de conclusão de curso) existentes nos estúdios de rádio e nas dependências da faculdade. Os materiais localizados serão tombados, catalogados de acordo com a sua natureza, categorizados por temas específicos, a partir de uma análise de conteúdo dos documentos, sustentadas em Bauer & Gaskell (2002).

**Fundamentação teórica**

A pré-catalogação dos programas tem por base, mas não exclusivamente, os gêneros e formatos radiofônicos explicitados por Barbosa Filho (2003), destacando-se a reportagem, a entrevista, o comentário, a crônica, o radiojornal, a radiorrevista, o documentário, a mesa-redonda (painel e debate), programa temático, programa ficcional (adaptação de texto literário), entre outros. A divisão e a subdivisão das categorias já permitiram a organização inicial do acervo. Atualmente, mais de 400 programas armazenados em CDs e DVDs estão arquivados em seis grandes categorias: documentário, adaptação de texto literário (programa ficcional), reportagem, radiojornal, radiorrevista e mesa-

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



redonda. Cada uma delas foi listada em separado, com título, resumo e nome dos autores, com acesso franqueado a professores e aos alunos do curso.

Da mesma forma, estão sendo organizados os acervos cedidos pela comunidade acadêmica e em geral como, por exemplo, os áudios originais citados e documentos impressos, entre eles, os trabalhos dos alunos. Nestes casos, o inventário segue os mesmos passos indicados nos procedimentos metodológicos. Atualmente, foram arroladas 200 monografias de alunos, tratando de temas envolvendo produções radiofônicas. Todas constam de uma relação com número, título, autor, ano e professor-orientador, disponibilizada para consulta dos estudantes interessados em realizar os respectivos Trabalhos de Conclusão de Cursos (TCCs) na área.

Quanto ao desenvolvimento de artigos e de trabalhos de conclusão, os procedimentos metodológicos expressos e a fundamentação teórica podem receber complementações, tendo em vista que o enfoque da pesquisa depende da abordagem e/ou do tratamento dispensado pelo pesquisador para cada tema extraído do catálogo geral do acervo.

**Considerações finais e resultados esperados**

Os primeiros nove meses deste projeto (abril a dezembro de 2009) resultaram em duas pesquisas inéditas: 1) Trabalho de Conclusão de curso sobre a Rádio Setembrina, concessão de rádio que a PUCRS detinha nos anos 60; e 2) Artigo científico sobre a Segunda Cadeia da Legalidade, episódio ocorrido de 31 de março para 1º de abril de 1964, visando à permanência do presidente João Goulart no comando do país, apresentado no Congresso Nacional da Rede Alfredo de Carvalho (ALCAR), em Fortaleza/CE, em 2009. No mesmo ano, o texto foi transformado em capítulo do livro História da Mídia Sonora: experiências, memórias e afetos de Norte a Sul do Brasil (http://www.pucrs.br/edipucrs/midiasonora.pdf, p.147) e será apresentado como pesquisa em andamento durante a IX Cumbre Iberoamericana de Comunicadores, em Buenos Aires, Argentina, de 28 a 30 de abril deste ano.

Por se encontrar em fase intermediária, de prospecção e reunião do acervo, até o momento foram identificados mais de 400 programas produzidos por alunos. A quantidade de mídias vem aumentando, pois, a cada semestre, as produções

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



dos alunos dos cursos de comunicação são agregadas ao arquivo, passando por uma fase de classificação e catalogação conforme a metodologia adotada.

O arquivamento do material se dá através de CDs e DVDs. Por outro lado, ainda não foi possível digitalizar os áudios que estão em fitas (rolo ou cassete) e outro tipo de mídia não-digital (discos). Do panorama inicial, estão pendentes essas digitalizações e o arquivamento dos áudios em site específico. Ainda será necessário revisar e complementar o catálogo elaborado em 2009, adequando-o ao projeto.

Ao longo da prospecção e da reunião do material, detectou-se programas, entrevistas e depoimentos com conteúdos preciosos para futuros levantamentos em relação à memória do rádio gaúcho e brasileiro. Boa parte dele é oriunda da produção dos alunos da faculdade há mais de cinco décadas. Com a digitalização e o armazenamento em site próprio, a FAMECOS constituirá um acervo de valor inestimável para a universidade e para a memória do Rádio, que em breve será franqueado à comunidade em geral.

**Referências**

ABRÃO, Janete. *Pesquisa & História*. Porto Alegre: Edipucrs, 2007.

BARBOSA FILHO, André. *Gêneros radiofônicos*: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARBOSA, Marialva. Meios de comunicação e usos do passado: temporalidade, rastros e vestígios e interfaces entre comunicação e história. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart e HERSCHMANN, Micael. (orgs.) *Comunicação e história*: interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Mauad X e Globo Universidade: 2008.

BAUER, Martin W. e GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2004.

BAUM, Ana. (org.) *Vargas, agosto de 54*: a história contada pelas ondas do rádio. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

COSTA, Jeremias Cunha. Rádio *Setembrina, uma emissora esquecida pela radiodifusão gaúcha*. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do diploma de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social (FAMECOS)/PUCRS. Porto Alegre, 2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



DILLENBURG, Sérgio Roberto. *Os anos dourados do rádio em Porto Alegre*. Porto Alegre: ARI/CORAG, 1990.

FELIZARDO, Joaquim José. *A legalidade*: o último levante gaúcho. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1988.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio no Rio Grande do Sul*: (anos 20, 30 e 40) dos pioneiros às emissoras comerciais. Canoas: Editora da Ulbra, 2002.

_____. *Rádio e Capitalismo no Rio Grande do Sul*: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20. Canoas: Editora da Ulbra, 2007.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1999.

HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio e Política*: tempos de Vargas e Perón. 2ª edição. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

HAUSSEN, Doris Fagundes e CUNHA, Mágda Rodrigues da. (orgs.) *Rádio brasileiro*: episódios e personagens. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

INSTITUTO ESTADUAL DO LIVRO. *Nós e a Legalidade*: depoimentos. Porto Alegre: IEL; AGE, 1991.

KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso*: a síntese noticiosa mundial que fez história. Porto Alegre: Edipucrs/AGE, 2008.

KLÖCKNER, Luciano e PRATA, Nair. (orgs.) *História da Mídia Sonora*: experiências, memórias e afetos de Norte a Sul do Brasil. Porto Alegre: Edipucrs, 2009. E-book acessível no endereço: http://www.pucrs.br/edipucrs/midiasonora.pdf.

ST. LAURENT, Gilles. *Guarda e Manuseio de materiais de registro sonoro*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2001.

PAES, Marilena Leite. *Arquivo*: teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart e HERSCHMANN, Micael. (orgs.) *Comunicação e história*: interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Mauad X e Globo Universidade: 2008.

VAMPRÉ, Octavio Augusto. *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Porto Alegre: Feplam/RBS, 1979.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 6. A comunicação externa do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA)

*Angela Lovato Dellazzana*
(angela.lovato@terra.com.br)
*Taís Steffenello Ghisleni / UNIFRA*
(taisghisleni@yahoo.com.br)

A chegada das novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC[105]) à realidade das pessoas aumentou a capacidade e a qualidade dos recursos técnicos de distribuição de informação e conhecimento, mudou consideravelmente a forma com que as pessoas e ou organizações se comunicam com os outros e entre si. Sob essa perspectiva, torna-se pertinente pensar a comunicação organizacional a partir das novas tecnologias, à luz do pensamento complexo. Buscando analisar esta questão, foi pesquisado o uso das novas tecnologias na comunicação organizacional externa do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA).

**Palavras-chave:** Comunicação Organizacional; Estratégias; Novas Tecnologias; Complexidade.

### Introdução

A chegada da tecnologia da informação (TI) à realidade das pessoas aumentou a capacidade e a qualidade dos recursos técnicos de distribuição de informação e conhecimento, mudou consideravelmente a forma com que as pessoas e ou organizações se comunicam com os outros e entre si. Sob essa perspectiva torna-se necessário pensar a comunicação organizacional como a possibilidade de interlocução entre colaboradores, e da construção de uma gestão colaborativa. Bueno (2009, p.1) informa que “ninguém pode negar que os meios de comunicação têm um impacto considerável na formação da imagem e da reputação das organizações e mesmo das pessoas, sobretudo as figuras ditas

[105]As chamadas Novas Tecnologias de Comunicação e Informação (NTCI) são definidas como uma série de tecnologias que geralmente incluem o computador e que, quando combinadas e interconectadas, são caracterizadas pelo seu poder de memorizar, processar, tornar acessível (na tela ou em outro suporte) e transmitir, em princípio para qualquer lugar, uma quantidade virtualmente ilimitada e extremamente diversificada de dados (GRÉGOIRE apud COSCARELLI, 1998).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



públicas". O autor ainda acrescenta que "como há uma relação entre imagem/reputação das organizações e a divulgação pela mídia, não sobra para elas, particularmente para as empresas privadas outra alternativa a não ser a construção de uma relação saudável com a imprensa , não dando sobretudo motivos para freqüentá-la de maneira desfavorável". (2009, p.1)

Diante desse cenário surge a necessidade de se estudar como é praticada a comunicação dentro do Centro Universitário Franciscano, para compreender quais as novas possibilidades de comunicação externa que se estabeleceram a partir do uso da internet. Pretende-se elaborar instrumentos para aferir a legitimidade da comunicação organizacional, identificando as ferramentas de comunicação utilizadas e as possibilidades geradas a partir das novas tecnologias.

Assim, surgiram algumas questões que são propostas para este estudo, a saber: de que forma a instituição entende a comunicação organizacional; que aplicações se podem identificar nos processos da comunicação organizacional; como identificar as tendências que surgiram a partir do uso das novas tecnologias. A partir destes questionamentos foram traçados os objetivos que norteiam este trabalho, que estão resumidos através dos seguintes passos: 1) Descrever as ferramentas de comunicação externa que participam da comunicação organizacional da Unifra; 2) Decifrar as principais características de cada ferramenta utilizada; 3) Compreender as aplicações da tecnologia da comunicação e sua relação com a comunicação organizacional das Instituições de Ensino Superior - IES. Enfim, o objeto de estudo deste projeto é a comunicação organizacional externa, especialmente com uso das ferramentas trazidas pelas novas tecnologias.

## Procedimentos metodológicos

Trata-se de um estudo de natureza qualitativa, que tem como intuito construir um conhecimento mais aprofundado sobre o tema ao identificar qual é o papel das novas tecnologias na comunicação organizacional, decifrando as suas principais características de uso.

Optou-se pelo estudo de caso como estratégia (YIN, 2005) para estudar a comunicação do Centro Universitário Franciscano a partir do uso das novas tecnologias. Para Barichello (2001, p.167) "identificar essas práticas [de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



comunicação] significa proporcionar à Instituição reconhecimento do relacionamento que a mesma coloca em ação dentro da própria comunidade universitária e do que propões à sociedade na qual se insere".

Para dar conta dessa análise será utilizado o amparo do pensamento de complexo de Morin (2002), que possibilita uma análise profunda que foge das amarras metodológicas, permitindo o uso de diversas técnicas de coleta e interpretação de dados para melhor se compreender o objeto de estudo. Nesse sentido, os três princípios elaborados pelo autor, o hologramático, o recursivo e o dialógico, permitem perceber a complexidade inerente a todo processo de comunicação. Segundo Morin (2003), estes princípios são explícitos em três etapas que auxiliam a compreender a complexidade. A primeira etapa da complexidade indica que conhecimentos simples não ajudam a conhecer as propriedades do conjunto. O autor exemplifica sua idéia através de uma tapeçaria, que seria mais do que a soma dos fios que a constituem, ou seja o todo é mais do que a soma de suas partes.

A segunda etapa da complexidade revela exatamente o contrário, ou seja, o todo é menor do que a soma de suas partes. Ou autor conclui que o fato de existir uma tapeçaria faz com que as qualidades desse ou daquele fio não possam expressar-se em sua plenitude, pois estão inibidas ou virtualizadas.

A terceira etapa da complexidade une as duas etapas anteriores e afirma que o todo é ao mesmo tempo maior e menor do que a soma de suas partes, rompendo com as inúmeras dualidades presente no campo das ciências.

Para Morin (2003), o pensamento complexo não é um pensamento onisciente, mas uma aventura contraditória que exige a construção e a reconstrução dos fatos para chegar a uma auto-organização recursiva. Tal organização permite compreender a realidade e a sua interdependência, ou seja, a realidade recíproca entre as noções de sociedade e indivíduo, características inerentes à comunicação organizacional.

Informa-se que os materiais desta análise referem-se ao material de comunicação veiculado pela Unifra para seu público externo durante o primeiro semestre de 2010.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Fundamentação teórica**

A maioria das organizações já se conscientizou da dependência que tem de seus mercados e consumidores, e se preocupa em entender, identificar e comunicar-se com eles de forma planejada. Contudo, embora evidenciem o uso da comunicação, as organizações ainda enfatizam apenas algumas ferramentas, e não exploram a importância e o poder que a comunicação exerce sobre toda a estrutura organizacional, e conseqüentemente sobre seus diversos públicos de interesse.

Baldesser (2008, p.12) informa que

> desde o advento da Internet temos verificado o estabelecimento de parâmetros culturais diferentes daqueles que conhecemos seja na questão pessoal, organizacional ou institucional. Mudaram os hábitos de leitura, de relacionamento e de busca e produção de informações. A cada nova ferramenta que nos é apresentada criamos outras formas de sociabilidade, como temos verificado em relação ao e-mail e as redes sociais [...]. Da mesma forma, a disponibilidade de informações tem criado questionamentos sobre a forma de apropriação e aproveitamento destas e se essa "saturação" implica apenas em quantidade, mas também em qualidade.

Fica clara a imensa gama de possibilidades de pesquisa e aplicações a partir da rede mundial de computadores que surge neste contexto e que precisam ser estudadas para colaborar com o entendimento dessa nova cultura e das novas formas de fazer comunicação que surgem junto com ela.

Esta preocupação da conduta organizacional perante a sociedade é cada vez mais necessária para que a empresa possa crescer e se desenvolver num mercado globalizado, competitivo e exigente. Wolton (2003) enfatiza a importância da comunicação no contexto mundial atual para se evitar o choque de civilizações, pois na era da globalização, o fim das distâncias físicas expôs a grande extensão das distâncias culturais. O autor afirma ainda que, através da comunicação, é possível a construção da *coabitação*, uma civilização onde seria possível atingir o grande desafio de ideal de democracia e paz. Nesta *coabitação*, a comunicação, como agente de construção da tolerância, está no centro das relações pessoais, familiares, sociais, políticas e, cada vez mais, mundiais (WOLTON, 2004).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



No que tange à comunicação organizacional, muitas mudanças já ocorreram em função da globalização. No caso das IES, Barichello (2001, p.17) informa que "o desafio da universidade é encará-la como um ser mutante diante de uma nova ordem tecnocultural, ditada pela sociedade informacional, que se organiza sob a forma de uma grande teia. Para isso, é preciso repensar conceitos e estratégias".

Pode-se dizer que a situação destas instituições precisa estar em harmonia com a sociedade em que se insere para que possam ser feitas análises do tipo de comunicação que estas operam, já que "a evolução da instituição é decorrente de tensões e interações geradas por esse relacionamento". (BARICHELLO, 2001, p.15)

Neste sentido, Carvalho e Lemos (2004, p.232) acrescentam que "a internet é um meio de comunicação presente, hoje em dia, em vários setores da sociedade. Nos meios acadêmicos, pode ser de grande valia na troca de informações e conhecimentos práticos e/ou teóricos". Os autores informam ainda que praticamente todas as instituições de ensino superior estão conectadas na internet.

As informações disseminadas pela rede podem interferir nas opções de escolha dos usuários, e por este motivo, o site tornou-se uma ferramenta essencial para divulgação e relacionamento das empresas com o seu público-alvo. Percebe-se que a convergência[106] e a interatividade[107] permitirão novas formas de relacionamentos e entretenimento e que os conteúdos passam a ser formulados de forma colaborativa, liberando para que as informações possam ser compartilhadas de forma intensa, fazendo do usuário um produtor, e não apenas receptor das mensagens.

---

[106] Palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Algumas das idéias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdos através de vários suportes midiáticos, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca das novas estruturas de financiamento das mídias que recaiam sobre os interstícios entre antigas e novas mídias, e o comportamento migratório da audiência, que vai a quase qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que deseja. Talvez, num conceito mais amplo, a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas midiáticos coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente. Convergência é entendida aqui como um processo contínuo ou uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas midiáticos, não uma relação fixa. (JENKINS, 2008, p.332)

[107] Potencial de uma nova tecnologia de mídia (ou de textos produzidos pela mídia) para responder ao feedback do consumidor. Os fatores determinantes da interatividade (que é, quase sempre, pré-estruturada ou pelo menos possibilitada pelo designer) se contrapõe aos fatores sociais e culturais determinantes da participação (que é mais limitada e, de maneira geral, moldada pelas escolhas do consumidor). (JENKINS, 2008, p.337)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



No entanto, Gómez (2006, p.84) lembra que "a chegada de um novo meio ou tecnologia não supõe necessariamente, nem tampouco imediatamente a suplantação do anterior". O autor cita várias razões e explica especialmente que esta transformação envolve outros fatores, além dos estritamente técnicos ou instrumentais. Evidencia que cada nova tecnologia necessita de um tempo de aprendizagem e apropriação por parte dos usuários, e também que cada nova tecnologia atende uma ou mais necessidades anteriores, mas não todas, o que causa um re-ordenamento na sociedade.

> É importante enfatizar que se as mudanças tecnológicas trouxeram somente mudanças instrumentais na comunicação, talvez fosse mais fácil e rápida sua assimilação e até poderiam ser vistas, com clareza, as relações de causa-efeito. Mas as mudanças tecnológicas, ademais, supõem transformações substantivas nas práticas sociais que geram, dentro das quais logo têm lugar. (MARTÍN-BARBERO apud GÓMEZ, 2006, p.87)

Martín-Barbero (2004) aborda também a necessidade crescente de conscientização da transdisciplinaridade do campo da comunicação. Esta consciência é imposta pela globalização, que cada vez mais levanta questões transnacionais com novos territórios, atores, contradições e conflitos. Entretanto, o autor alerta que essa transdisciplinaridade não significa a dissolução dos objetos da comunicação nas disciplinas sociais, e sim a construção de articulações que permitem a compreensão das novas formas de percepção e de linguagem.

A comunicação insere-se neste contexto como o elo norteador da interação da organização com seus diversos públicos, na medida em que o relacionamento entre as pessoas é considerado fator primordial na vida organizacional. Esta visão é compartilhada por Kunsch (2003), que considera a comunicação como ponto crucial da sobrevivência das organizações, sendo o único meio para conhecer o consumidor e se relacionar com ele. Para a autora, o grande valor de uma organização e seu produto ou serviço é a diferença e a credibilidade gravada na mente do consumidor.

Bueno (2005) admite que a imagem de uma organização está definitivamente atrelada a tudo que se relaciona a ela, pois, no mundo globalizado, onde as empresas estão focadas no cliente, não é possível imaginar ações que sejam apenas institucionais ou mercadológicas, pois tudo se soma

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



para construir a imagem. Toda a ação mercadológica positiva reforça a imagem da organização como toda a ação social efetiva, qualifica seus produtos.

Assim, a comunicação também é analisada a partir de uma realidade una e múltipla, em que a pluralidade está nas relações complexas que o sujeito estabelece com o mundo. Para Morin (2002), o pensamento complexo não é um pensamento onisciente, mas uma aventura contraditória que exige a construção e a reconstrução dos fatos para chegar a uma autoorganização recursiva. Tal organização permite compreender a realidade e a sua interdependência, ou seja, a realidade recíproca entre as noções de sociedade e indivíduo.

## Considerações finais

Constata-se a necessidade de estudar a comunicação de uma maneira global e multidisciplinar, revisando constantemente os conceitos e permitindo a integração com um mundo cada vez mais complexo, onde a comunicação tem papel essencial. Acredita-se que os resultados obtidos nesta pesquisa permitirão aprofundar a abordagem inicial da comunicação como objeto de estudo para a melhor compreensão da comunicação no âmbito organizacional, onde esta possui papel fundamental e estratégico. Neste sentido, um dos resultados esperados é a constatação de que a complexidade e a incerteza presentes nas organizações estão implícitas em seus processos comunicacionais, questão que é amplificada com o uso das NTICs.

## Referências

BARICHELLO, E.M. da R. *Comunicação e comunidade do saber*. Santa Maria: Palotti, 2001.

BUENO, W. C. *Comunicação empresarial no Brasil*: uma leitura crítica. São Paulo: All Print, 2005.

BUENO, Wilson da Costa. *Os equívocos na construção de um projeto de Auditoria de Imagem das organizações*. Disponível em: <http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/artigos/auditoria_imagem/artigo4.php>. Acesso em: 5 out. 2009.

CARVALHO, G.C.; LEMOS, A.C.F.V. de. O uso da internet na comunidade universitária. In: BARICHELLO, E.M. da R. *Visibilidade midiática, legitimação e responsabilidade social:* dez estudos sobre as práticas de comunicação na Universidade. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2004. pp.193-230.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



GÓMEZ, Guillermo Orozco. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis de. (org.) *Sociedade miditizada.* Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência.* São Paulo: Aleph, 2008.

KUNSCH, M. M. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.* 4ª ed. São Paulo: Summus, 2003.

MARTIN-BARBERO, J. *Ofício de cartógrafo* – Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo, Edições Loyola, 2004.

MORIN, E. *As Duas Globalizações*: complexidade e comunicação, uma pedagogia do presente. Porto Alegre: 2ª ed. Sulina/Edipucrs, 2002.

_____. Introdução ao pensamento complexo. 4ª ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

WOLTON, D. *Internet, e depois?* Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

_____. *Pensar a comunicação*. Brasília: UnB, 2004.

YIN, R. K. *Estudo de caso*: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

## 7. O cinema vai aos espectadores: a experiência do cinema itinerante na região de Santa Maria por Ademar da Rocha e Cineclube Lanterninha

*Dafne Reis Pedroso da Silva / PUCRS*

(dafnepedroso@gmail.com)

*Eloísa Joseane da Cunha Klein / UNISINOS*

(eloisa_klein@yahoo.com.br)

A proposta deste texto[108] é a de compreender a trajetória da prática de exibição de cinema caracterizada pelo modo itinerante no contexto da região central do Rio Grande do Sul, em especial na cidade de Santa Maria. O destaque é para o trabalho do Irmão Palotino Ademar da Rocha e do *Cineclube Lanterninha*

[108] O texto tem como base a dissertação de mestrado (PPGCC/UNISINOS) "Hoje tem cinema: a recepção de mostras organizadas pelo Cineclube Lanterninha Aurélio Itinerante" (2008), de Dafne Reis Pedroso da Silva e o livro "Vida de Projeção", de Eloísa Klein.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



*Aurélio*. Estas duas experiências possuem semelhanças na articulação entre a prática cineclubista e a itinerante.

O cineclubismo, que completa 82 anos em 2010, reafirma sua proposta ancorada na cinefilia, ou seja, no gosto pelo cinema, e amplia sua prática com uma rearticulação do movimento desde 2003. Suas atuais preocupações tratam não só em termos estéticos do cinema, assim como em relação ao mercado nacional, formas de distribuição e de exibição, direitos do público espectador, entre outros.

O cineclubismo, enquanto movimento que se propõe a promover uma prática diferenciada de consumo de cinema, marcada por uma proposta crítica e educativa, assim como pela cinefilia, parece ser compartilhado pelo tipo de trabalho desenvolvido por Ademar da Rocha (décadas de 1920 a 1960) e por *Lanterninha Aurélio* (após década de 1970). Ambos apresentam independência com relação à indústria cinematográfica, o que permite uma discussão das questões mercadológicas do setor. Além disso, o modo como os filmes chegam aos espectadores é diferente, já que proporciona que se assista ao filme de uma forma coletiva, em ambientes cotidianos aos espectadores, o que geralmente possibilita a existência de algumas discussões em torno do que é visto. Há casos em que há uma distância entre quem propõe a itinerância e quem assiste o filme, como no Lanterninha Aurélio. Em outras situações, como nas exibições de Ademar da Rocha, a aproximação é garantida.

**Palavras-chave**: Ademar da Rocha; *Lanterninha Aurélio*; Cineclubismo; Itinerâncias.

**Contexto das itinerâncias em Santa Maria**

Em Santa Maria, cidade situada na região central do Rio Grande do Sul, a primeira exibição de cinema aconteceu em 17 de fevereiro de 1898, pela *Companhia de Variedades do Teatro Lucinda*, de Germano Alves (Beltrão apud Corrêa, 2005). O início das exibições nesta cidade do interior do estado é semelhante ao que aconteceu não só no Brasil, mas em outras partes do mundo, ou seja, as sessões eram itinerantes, improvisadas, pois ainda não havia lugares fixos específicos para as exibições. Os filmes eram trazidos por viajantes que improvisavam as exibições, a maioria feita no *Theatro Treze de Maio*, local

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



importante para a atividade cultural da cidade. Em 1908, havia também o *Salão Seyffarth*, na Avenida Rio Branco onde exibidores ambulantes faziam algumas exibições, mas isso teve pouca duração. Nos anos 20, o interior da cidade de Santa Maria ainda recebia exibições itinerantes organizadas por Frederico Scherechvski. Com um projetor 35mm, ele projetava os filmes em igrejas, salões de clubes e até residências particulares. Nesse mesmo período havia outros espaços de exibição, que não salas fixas de cinema, tais como a *Confeitaria Ponto Chique*, local também de exibições filmes e o *Cine Universal*, uma mistura de bar e cinema ao ar livre. É interessante perceber como neste início eram possíveis outros locais de exibição de cinema, que provavelmente misturavam os elementos de uma confeitaria e de um bar, com as projeções de filmes, promovendo o encontro e a sociabilidade.

A prática itinerante permanece até hoje, mas reformulada por conta do mercado cinematográfico instituído. Os projetos atuais têm a proposta a levar filmes a quem, em tese, não tem acesso, em uma tentativa de formação de platéias para o cinema nacional. Se no início das exibições de cinema no Brasil, o caráter ambulante se dava pela falta de público e de um mercado constituído, as sessões itinerantes contemporâneas se dão também pelas conseqüências do mercado que se construiu. A falta de espaço para exibição e de demanda para o consumo dos filmes brasileiros faz com surjam atividades como as projeções itinerantes de cinema. Com o quase total desaparecimento dos *cinemas de calçada* e a transferência das salas de cinema para os *shopping centers* dentro dos grandes complexos, ou *multiplex*, que abrigam num mesmo hall de entrada cinco ou mais salas de exibição, somado aos altos custos dos ingressos (sem considerar toda a problemática da disseminação da assistência de filmes no ambiente familiar, pela televisão, VHS, DVD, e em todos os formatos possíveis com os meios digitais), a possibilidade de recepção coletiva de cinema torna-se cada vez mais difícil.

Os projetos atuais têm a proposta de democratização do acesso aos filmes nacionais, assim com a formação de platéias para estas produções. Entretanto, cada atividade itinerante tem características particulares: algumas são organizadas por cineclubes; outras por empresas ou órgãos públicos; existem as que só exibem filmes brasileiros, enquanto há as que também projetam

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



produções norte-americanas de grande distribuição; algumas atividades possuem grande estrutura, já em outras, as sessões acontecem de forma improvisada; ainda há as projeções que reúnem filmes e variadas apresentações artísticas. As sessões itinerantes de cinema contemporâneas se caracterizam também pela gratuidade e por serem feitas, principalmente, em cidades em que não haja salas comerciais de cinema ou em regiões periféricas de cidades que têm salas de cinema, mas que os moradores dessas regiões não teriam possibilidades financeiras de freqüentar tais salas. As itinerâncias possibilitam a experiência coletiva de recepção de cinema, mas uma experiência diferenciada, em que o contexto de recepção tem papel fundamental.

**O projeto de Ademar da Rocha e o cineclube lanterninha**

O projeto de itinerâncias desenvolvido pelo irmão Palotino Ademar da Rocha aconteceu de 1928 a 1968. Neste período, o cinema fazia parte do cotidiano dos moradores da região central do estado. Entretanto, para quem não morava na cidade, ou morava em regiões distantes, o acesso às salas de cinema era difícil. Por conta disso, a sua idéia era a de levar o cinema para quem não tinha acesso a ele, seja por condições financeiras ou de localização. A idéia era a de levar uma distração e chegar com um filme nas comunidades, paróquias, colégios, era uma felicidade para as pessoas. As sessões organizadas por Irmão Ademar foram as primeiras experiências de recepção coletiva de muitos moradores da região central do estado.

Esse projeto tinha ligação com o movimento cineclubista católico, muito forte durante as décadas de 50 e 60 no país e que tinha o propósito de orientar os seus fiéis em relação ao que assistiam. As projeções eram chamadas de *Cine Educativo* e, além de exibir, ele também produzia filmes sobre as comunidades, o que atraía a atenção das pessoas que gostavam de se ver projetadas na tela. A escolha dos filmes era feita por Ademar, que tinha que seguir as recomendações dos padres. Cenas com imagens de mulheres com braços desnudos eram proibidas, por exemplo, por serem consideradas imorais. Então, ele ou cortava as cenas e remontava o filme ou tapava o projetor durante as exibições. Além do *Cine Educativo*, Irmão Ademar também trabalhou com o *Cine Fórum*, uma prática cineclubista estimulada pela igreja católica, que visava orientar os fiéis sobre o

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



que eles deveriam assistir e formar espectadores, no sentido de observar pontos positivos e negativos dos filmes.

O *Cineclube Lanterninha Aurélio*, por sua vez, funciona há 32 anos na cidade e, todas as quartas-feiras, às 19h, são exibidos filmes, gratuitamente, no auditório da *Cooperativa dos Estudantes de Santa Maria* (CESMA). A atividade itinerante do cineclube Lanterninha Aurélio vem da década de 70, desde sua criação, quando os envolvidos levavam filmes com temáticas políticas de modo a suscitar discussões a respeito do regime militar instituído no país naquele período. A retomada das itinerâncias em 2004, apesar de inspirada nas sessões do início do *Lanterninha*, tem suas especificidades. O cineclube volta a levar o cinema até bairros e vilas da periferia da cidade, a pessoas que, em tese, não tem acesso ao cinema, ou pelo menos não têm acesso a filmes que a equipe do *Lanterninha* considera importantes de serem vistos: produções nacionais, em especial curtas-metragens, que possuem pouco espaço de circulação. Porém, desde 2005, o *Lanterninha Aurélio* viaja, os cineclubistas colocam os equipamentos dentro de um carro e vão para onde forem convidados. Em bairros, vilas, distritos e em cidades vizinhas à Santa Maria, eles improvisam exibições de filmes, dando prioridade a produções brasileiras, longas e curtas-metragens. Praticamente qualquer local serve para a projeção dos filmes, sejam salões de igrejas, ginásios, auditórios, salas de aula, praças ou *Centros de Tradições Gaúchas* (CTGs).

## Aspectos analíticos

Pode-se dizer que a prática cineclubista[109] e as projeções itinerantes de cinema, articuladas, ajudam a compor o grande propósito do *cineclube Lanterninha Aurélio Itinerante*. Há também uma busca comum em relação à discussão do mercado cinematográfico instituído. As itinerâncias, por sua vez, parecem ser uma forte proposta de ação nesse sentido. As relações do cineclube

[109] Em Santa Maria a atividade cineclubista também se desenvolveu de outras formas e é possível perceber eixos de ação atravessando as propostas locais. O movimento de interiorização da atividade que aconteceu no país nas décadas de 50 e 60 também teve reflexos na cidade. O primeiro cineclube funcionou de 1951 a 1962 e era chamado Clube de Cinema. Ele funcionava todas as segundas-feiras no *Centro Cultural,* no *Theatro Treze de Maio,* os sócios recebiam a programação do mês e os filmes eram organizados em ciclos temáticos, como acontece até hoje no *Lanterninha Aurélio* e em muitos outros cineclubes do país, de modo que se possa explorar a filmografia de vários diretores, escolas do cinema, entre outros.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



com as políticas públicas parecem expressar concretamente o funcionamento dessas propostas do governo (especialmente federal), no sentido de ampliar a exibição e o consumo de cinema nacional. E é na atividade das itinerâncias que esses projetos funcionam, com os equipamentos fornecidos, os recursos disponibilizados e os catálogos de filmes comprados.

O cineclube, entendido enquanto configurador no processo de recepção das itinerâncias constitui-se desse modo também pelo fato de como os filmes chegam aos espectadores. Ou seja, o encontro entre receptores e filmes não seria o mesmo, se não promovido pelo *Lanterninha*. Há incluído nesse encontro toda a proposta do cineclube, em possibilitar o acesso de uma filmografia diferenciada, enfatizar a questão de uma recepção coletiva, a quebra da rotina, assim como a disponibilização de bons equipamentos de projeção. Apesar de haver uma negociação, é possível perceber que a proposta do cineclube prevalece, revelando aqui a questão do poder do cineclube no processo interacional.

No local das exibições, as relações entre receptores e cineclubistas são marcadas, particularmente, pela distância. Eles dominam o espaço, os equipamentos de projeção e as falas que são, muitas vezes, pouco explicativas. Entretanto, há sessões em que a interação acontece de outra forma, gerando uma relação mais próxima.

Sobre o encontro entre a cultura cineclubista e a cultura popular dos receptores, existem na proposta do *Lanterninha*, além do acesso ao cinema, significados sobre uma idéia de modificação de gosto e de constituição de competências relativas a essa filmografia diferenciada. Entretanto, os poucos encontros nas comunidades não se revela suficiente para realizar isto. Há o reconhecimento de distinções e um estranhamento diante de uma filmografia diferenciada, porém a atividade itinerante do cineclube parece pouco modificar as competências cinematográficas destes sujeitos naturalizados em uma ambiência midiática e em um consumo semanal de filmes, é possível que a prática do Irmão Ademar, em um outro contexto, tenha formado gostos e formas de fruição do cinema.

O trabalho de Ademar da Rocha iniciou com a fotografia. Após receber materiais e instruções de um amigo, Ademar começou a fotografar festividades da comunidade católica a qual estava vinculado. Estas fotos eram exibidas em

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



projetores de slides, o que foi a base para as posteriores itinerâncias com o cinema. Pela cobrança de valores simbólicos para a exibição da imagem, Ademar comprou uma máquina de reprodução de filmes, que funcionava a manivela. A projeção era feita com luz acetileno, com carbureto, que esquentava demais e por isso logo o equipamento estragou. Depois disso, comprou um aparelho inativo, consertou e tornou a exibir filmes, alugados com um padre, Rafael Iop, que também forneceu uma lanterna com quatro bicos acetileno. Sendo os filmes mudos, o barulho que se ouvia era da própria máquina.

> A vida era muito simples naquele tempo. Não havia cinema, nem rádio, televisão nem se ouvia falar... Na campanha, o pessoal quase não viajava, a condução era muito precária, não havia asfalto, as estradas eram ruins. Em Santa Maria, nas Dores, era um atolador que quase não se podia passar. Era muito difícil o transporte. Por isso eu gostava de levar o cinema, era uma distração a mais para aquelas pessoas. Chegar com um filme numa comunidade, paróquia, festa, ou nos colégios, significava uma alegria imensa. (ROCHA, entrevista à Eloísa Klein, 2001)

As sessões eram feitas cerca de uma vez por mês, geralmente nos salões das comunidades católicas. As comunicações eram feitas através de convites impressos e remetidos com atencedência para as comunidades. Um atrativo era a apresentação de filmes gravados com filmadora 8mm nas localidades.

> Nos momentos em que eu ia fazer a sessão na comunidade, dizia: “vai aparecer aquele filme!”. Então, toda aquela gente que tinha participado da filmagem gostava de estar lá, todos corriam para ver. (...) Em Faxinal, eu fiz o mesmo trabalho com projeção. Passei fotografando as casinhas, todas, com a família reunida em frente. Eu mesmo revelei e montei as imagens, passadas no salão da Paróquia. Todo mundo ia ver. (Idem)

> Nos lugares aonde a gente ia, sempre havia muitas pessoas que nunca tinham visto um filme e que apreciavam ver as imagens. Eu lembro que, entre os seminaristas, a cada ano sempre havia uns dez ou doze que nunca tinham visto um filme. Quando eu punha o rolo para rodar, fazendo projetar imagens na tela de dois por três metros, eles ficavam admiradíssimos de ver coisas tão bonitas, figuras e movimentos que pareciam reais. Passado o filme, na hora da discussão, sempre comentavam de como ficavam surpresos com a capacidade do cinema em criar cenas. Uma vez eu passei um filme que tinha muitas cascatas e rios. Ao final, veio um menino, e eu judiando com ele disse: “vai lá ver se a tela não ficou molhada!”. E ele foi, com toda a segurança. Apalpou a tela e disse: “não, não está molhada!”. (Idem)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Sucedendo as "funções de cinema", como as chamava o irmão Ademar da Rocha, havia momentos de debate do que havia sido visto e as pessoas sugeriam outro tipo de filmes para a próxima visita.

**Encaminhamentos**

O resumo deste projeto apresentou características das propostas de Ademar da Rocha e *Lanterninha Aurélio* envolvendo aspectos de cineclubismo e itinerâncias. Em texto final, a ser apresentado, as autoras terão em conta o detalhamento da análise sinteticamente apresentados aqui. Para tanto, como material de análise, contam com arquivos audiovisuais, fotografias e entrevistas registradas em fitas, áudio digital e papel, além de trabalhos anteriormente desenvolvidos a respeito da temática, de forma individual, e que agora se prestam a este estudo em quatro mãos.

**Referências**

CORRÊA, Roselaine Casanova. *Cenário, cor e luz:* amantes da ribalta em Santa Maria (1943-1983). Santa Maria: Ed. da UFSM, 2005.

KLEIN, Eloísa Joseane da Cunha. *Ademar Gonçalves da Rocha*: Vida de Projeção. Santa Maria: Gráfica Editora Pallotti, 2004.

## 8. Teatro Farroupilha (1937-1944): pioneirismo em dramaturgia radiofônica no Sul do Brasil

*Luiz Artur Ferraretto / UCS*

(luiz.ferraretto@uol.com.br)

A contribuição pioneira de Luiz Pery Borges e Estelita Bell (Esther Daniotti Borges) para a introdução, o desenvolvimento e a consolidação do radioteatro em Porto Alegre. O foco recai sobre o principal produto da dramaturgia radiofônica no período anterior ao surgimento das novelas: as peças[110] do *Teatro Farroupilha*, segundo programa deste tipo irradiado no Brasil, seu processo de produção, suas temáticas e sua influência na estruturação do rádio como negócio no Rio Grande do Sul. Com base em documentos do acervo original da dupla Pery e Estelita, sua

[110] Normalmente, eram apresentadas em três atos. Algumas, no entanto, chegavam a cinco atos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



denominação ao microfone, aventa-se a hipótese desta atração das noites de domingo da Rádio Farroupilha, de Porto Alegre, constituir-se no primeiro fenômeno de audiência no âmbito da então nascente indústria de radiodifusão sonora no Sul do país.

**Palavras-chave**: História do Rádio; Radioteatro; Pery e Estelita.

## Introdução

Na noite de 7 de setembro de 1937, com a apresentação da versão radiofônica de Deus lhe pague, de Joracy Camargo, a PRH-2 – Rádio Sociedade Farroupilha, de Porto Alegre, iniciava o primeiro programa exclusivamente dedicado ao radioteatro no Sul do país. No ritmo da época, de improvisação e algo de idealismo, se não fosse o locutor Antonacci Rabello aquela atração nem denominação teria:

> Ninguém cogitou de dar um nome mais geral para a apresentação de *Deus lhe pague*. Na hora, o Antonacci Rabello, que era o locutor, é que batizou: "Está no ar, agora, o *Teatro Farroupilha*". Na hora! São destas coisas da vida. Da vida e do rádio da época.[111]

Passadas pouco mais de sete décadas daquele domingo, a explicação de Estelita Bell, uma das principais protagonistas do *Teatro Farroupilha* junto com o marido Luiz Pery Borges, soa algo estranha nestes tempos de rádio como indústria cultural de caráter massivo. Nos anos 1930, antes das pesquisas de audiência, atribuindo mais ou menos valor a esta ou aquela atração radiofônica, os documentos existentes possibilitam atribuir ao *Teatro Farroupilha* a condição de primeiro fenômeno de audiência do rádio no Sul do país.

De que documentos, no entanto, se trata aqui? É uma parcela significativa do acervo original dos criadores do *Teatro Farroupilha*, os radialistas Pery Borges[112] e Estelita Bell[113], conhecidos, na crônica de então, como a "dupla de ouro do rádio gaúcho". Em linhas gerais, portanto, o trabalho embasa-se em um dos mais antigos e completos acervos deste tipo existente no Brasil. São registros sonoros em fita magnética e discos de acetato, dezenas de fotografias, cartas de

---

[111] Entrevista por telefone com Estelita Bell em 14 de julho de 1999.
[112] Nome artístico de Luiz Pery Borges.
[113] Nome artístico de Esther Daniotti Borges.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



ouvintes, anotações pessoais, recortes de jornais e uma centena de roteiros originais de várias atrações da PRH-2 – Rádio Sociedade Farroupilha, de Porto Alegre, e da PRA-9 – Rádio Mayrink Veiga, do Rio de Janeiro. A maioria do material é dos anos 1930 e 1940 e está relacionada ao *Teatro Farroupilha*. Após o falecimento de Estelita Bell, em 2005, que mantinha o material desde a morte do marido, parte do acervo foi salvo da incineração por Renato Rezende Cordeiro, um dos funcionários do edifício em que ela vivia no centro do Rio de Janeiro.

**Procedimentos metodológicos**

De modo geral, Teatro Farroupilha (1937-1944): pioneirismo em dramaturgia radiofônica no Sul do Brasil pode ser definida como uma pesquisa baseada, predominantemente, na consulta a fontes primárias, sem desconsiderar, no entanto, as secundárias, objetivando reconstruir uma parte da história da radiodifusão sonora de Porto Alegre. Pretende-se, ainda, contextualizar a trajetória específica do programa Teatro Farroupilha em um quadro mais amplo, salientando-se, quando necessário, aspectos do contexto social, político e/ou econômico.

A suposição, portanto, que norteia o trabalho de campo parte da ideia de que, no período estudado, o rádio consolida-se como negócio, do qual a dramaturgia radiofônica representa significativo produto a atrair ouvintes e, por meio desta numerosa audiência, captar anunciantes. Pode-se, com base em pesquisas anteriores e pela análise inicial do acervo de Pery e Estelita, aventar que o *Teatro Farroupilha*, mesmo que de forma embrionária, constituiu-se no primeiro grande fenômeno de audiência do rádio do Rio Grande do Sul. A própria transição do predomínio das peças adaptadas de autores consagrados para o das novelas, de enredo folhetinesco e romântico, demonstra o final de um processo em que uma visão cultural de elite dá lugar a outra mais popular e, no futuro, sob outros parâmetros de mercado, massiva.

Do ponto de vista metodológico, em consonância com a base teórica adotada, buscou-se amparo no trabalho de Michael Schudson, um pesquisador com proximidade em relação aos paradigmas da economia política. Assim, dentro do que se propõe, a Comunicação Social oferece os elementos para descrever e situar o objeto de estudo dentro da radiodifusão sonora e da História vem o suporte necessário para entender o desenvolvimento e o significado deste ao

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



longo do período estudado. Fazendo-se uma síntese das possibilidades oferecidas por estes dois campos, recorre-se ao que Schudson chama de história das instituições[114]. Esta linha objetiva responder a uma pergunta: de que modo se desenvolveu esta ou aquela instituição de comunicação de massa? O autor, no entanto, adverte que os estudos exclusivamente dentro deste parâmetro ignoram impactos sobre a sociedade e correm o risco de se converter "em um desfile de personagens e readequações organizativas"[115]. Procurando fugir desta redução, parte-se, ainda, para uma perspectiva dentro do enfoque histórico propriamente dito, que:

> Considera a relação dos meios de comunicação com a história cultural, política, econômica ou social e aborda a pergunta: de que modo as transformações na comunicação influenciam e como são influenciadas por outros aspectos das transformações sociais?[116].

Nesta pesquisa, estuda-se o período de 1937 a 1944, em que Pery e Estelita permanecem à frente do *Teatro Farroupilha*. Por desavenças com a direção da rádio, após a incorporação aos Diários e Emissoras Associados, a dupla sai da Farroupilha, transferindo-se, em seguida, para a Mayrink Veiga, do Rio de Janeiro. O programa, no entanto, adotando, mais tarde, a denominação de *Grande Teatro Farroupilha*, permaneceria no ar até a década de 1960.

Em termos de métodos e estratégias, o trabalho de campo envolve o mapeamento da parte do acervo recuperado e originalmente pertencente a Pery e Estelita. No âmbito do projeto em desenvolvimento, concentra-se a atenção sobre (a) 86 roteiros originais do *Teatro Farroupilha*; (b) gravação em fita rolo do *Grande Teatro Farroupilha* irradiado originalmente na noite de 29 de julho de 1962; (c) caderno de apontamentos pessoais de Luiz Pery Borges com dados biográficos seus e de Estelita Bell; (d) álbuns de recortes referentes aos anos de 1941, 1942, 1943, 1961 e 1962; (e) abaixo-assinado em apoio à permanência de Pery e Estelita na Farroupilha; (f) revistas com reportagens a respeito da dupla; (g) material de divulgação da Rádio Farroupilha; (h) exemplar do livro *Seis anos*, de Pery Borges, publicado em 1942, com anotações do autor visando uma nova

---

[114] SCHUDSON, Michael. Enfoques históricos a los estudios de la comunicación. In: JENSEN, K. B.; JANKOWSKI, N. W. (org.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993. p.213.
[115] SCHUDSON, Michael. Op. cit., p.216.
[116] SCHUDSON, Michael. Op. cit., p.214.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



edição, o que não chegou a se concretizar; e (i) correspondência de ouvintes enviada para Pery e Estelita.

Fora isto, utilizam-se entrevistas realizadas pelo pesquisador e depoimentos recuperados por ele à época da produção da dissertação de mestrado *Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais* e da tese de doutorado *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20*.

**Fundamentação teórica**

Em termos de parâmetros teóricos, Teatro Farroupilha *(1937-1944): pioneirismo em dramaturgia radiofônica no Sul do Brasil* aproxima-se da economia política da comunicação, que, por seu viés histórico, serve de ponte entre as duas áreas do conhecimento pelas quais a pesquisa transita – a Comunicação Social e a História –, visualizando, como observa Vincent Mosco[117], um conjunto de quatro aspectos gerais característicos desta abordagem: (1) a priorização da *mudança social* e da *transformação histórica*, que, para os teóricos marxistas, passa, necessariamente, por um exame da dinâmica do sistema capitalista; (2) a tentativa de compreender a *totalidade social*, ou seja, a identificação de elos dos campos econômico e político com o amplo entorno cultural e social, sendo, portanto, básica a ideia da observação do objeto de estudo em um contexto mais abrangente; (3) a inclusão de uma perspectiva em que se destaca uma espécie de *filosofia moral*, objetivando explicitar posições éticas a respeito de práticas econômicas e políticas, muitas vezes mascaradas pelos interesses nelas envolvidos; e (4) a abordagem considerando a *questão da práxis*, ou seja, a relação que se estabelece entre o ser humano, produzindo e transformando o mundo e a si mesmo, e o seu meio. Pretende-se contemplar cada um destes aspectos, em maior ou menor intensidade, dentro do período proposto. É necessário ressalvar, no entanto, que, buscando descrever o aspecto histórico, o primeiro deles acaba sendo priorizado, com os demais amparando a análise e a contextualização do desenvolvimento do rádio no Rio Grande do Sul.

---

[117] *The political economy of communications*: rethinking and renewal. Londres: Sage, 1996. pp.27-38.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Quando, por necessidade do estudo pretendido, este se inclina mais para o lado da cultura, lança-se mão, sem desconsiderar o da indústria, dos escritos de Renato Ortiz, em especial *A moderna tradição brasileira*, reflexão, como observa Francisco Rüdiger[118], "fundamental para entender em termos sintéticos a formação do mercado de bens culturais modernos no Brasil".

**Considerações finais**

Como observa Dallas Smythe[119], a audiência conforma-se como o verdadeiro produto da radiodifusão. Antes do surgimento e da consolidação de entidades como o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, a impossibilidade de quantificar o público constitui-se em um dos empecilhos para, no sentido frankfurtiano da expressão, atribuir, por exemplo, ao rádio a qualificação de indústria cultural.[120] O período estudado é anterior a este processo. No entanto, dados do noticiário da época associados ao que se depreende de cartas de ouvintes e de outras pessoas[121] indicam a abrangência do público do *Teatro Farroupilha*, sob a condução de Pery e Estelita. Alguns outros dados merecem registro comprovando o fenômeno de público representado pelo programa:

- Os dados existentes apontam para o pioneirismo do *Teatro Farroupilha* em termos regionais e nacionais, como registra a imprensa da época:

> Quando da fundação do atual conjunto de Pery e Estelita, só existia, no Brasil, um teatro do mesmo gênero, dirigido por Manoel Durães[122], em São Paulo. Em 1937, então, surgiu o *Teatro Farroupilha* e, logo após, o *Teatro nos ares*, da Mayrink Veiga[123].

---

[118] *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação*: trajetória histórica e elementos de epistemologia. São Leopoldo: Editora da Unisinos, 2002. p.99.

[119] Las comunicaciones: *agujero negro* del marxismo occidental. In: RICHERI, Giuseppe. (org.) *La televisión*: entre servicio público y negocio. México: Gustavo Gili, 1983. p.76.

[120] Cf. FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul*: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20. Canoas: Editora da Ulbra, 2007. pp.21-25.

[121] Durante entrevista pessoal em 6 de setembro de 1999, Estelita Bell mostrou ao autor cartas de proprietários de cinema reclamando da redução no número de espectadores nas noites de domingo, quando da irradiação do *Teatro Farroupilha*. Estes documentos foram extraviados ou destruídos após o falecimento da radialista.

[122] Trata-se do *Teatro Manoel Durães*, da Rádio Record (Cf. MEDEIROS, Ricardo. *Dramas no rádio*: a radionovela em Florianópolis nas décadas de 50 e 60. Florianópolis: Insular/ Fundação Franklin Cascaes, 1998. p.41).

[123] O SEGUNDO radioteatro criado no Brasil. *Diário de Notícias*, Porto Alegre, 5 set. 1943. p.9.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



- Com Pery Borges escrevendo e Estelita Bell dirigindo, além de atuarem e reunirem em torno de si um grupo significativo de atores, o *Teatro Farroupilha* constituiu uma das primeiras estruturas profissionais de produção de conteúdo na então nascente indústria de radiodifusão sonora do Rio Grande do Sul, incluindo nomes como Ruy Figueira, locutor da versão gaúcha do *Repórter Esso*; Josué Guimarães, mais tarde, consagrado escritor; Walter Ferreira, futuro galã de radioteatro; e Renée Bell, mãe de Estelita. A isto se acrescenta, como comprovam anotações pessoais nos roteiros mais antigos e a própria redação dos mais recentes, o desenvolvimento de uma técnica de sonoplastia, fazendo a passagem do teatral para o radiofônico, criando, de fato, uma linguagem sonora.
- Diferentemente das radionovelas, o *Teatro Farroupilha* apresentava um conteúdo que, sem descuidar do popular, preocupava-se com a adaptação de textos teatrais e literários consagrados pela crítica da época. Um anúncio do Café Carioca, patrocinador do programa quando de seu sexto aniversário, dá uma ideia do conteúdo veiculado:

> Durante seis anos, foram apresentadas 173 peças nacionais e estrangeiras, num total significativo de 278 peças, sendo 180 comédias, 98 dramas, 13 peças cívicas e históricas, 81 originais inéditos para o Rio Grande do Sul, 47 trabalhos inéditos para o Brasil e 25 peças escritas especialmente para o conjunto [*de radioteatro*].[124]

- A Rádio Farroupilha, uma das três estações de Porto Alegre, era uma das mais potentes do país, com seus 25 kW, o que explica o alcance regional do *Teatro Farroupilha*.
- No dia 30 de abril de 1943, os Diários e Emissoras Associados, de Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, assumem o controle da Rádio Farroupilha. Meses depois, em junho, Arnaldo Ballvé, um entusiasta do *Teatro Farroupilha*, deixa a direção da emissora, que passa por uma readequação administrativa, levando, dentro da dramaturgia radiofônica, à valorização das novelas – então um sucesso recente e expressivo no centro do país – em

[124] CAFÉ Carioca, o amigo do seu paladar, apresenta o *Teatro Farroupilha* em récita de gala em homenagem à Semana da Pátria, comemorando o sexto aniversário de sua fundação. *Diário de notícias*, Porto Alegre, 5 set. 1943. p.9.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



detrimento das peças únicas.[125] Indicam os dados existentes que, neste fato, encontra-se a origem do desgaste profissional que vai provocar a saída de Pery e Estelita da PRH-2. No auge deste processo, Pery chega a ser afastado de suas funções por 30 dias, após ter criticado ao microfone os novos diretores da rádio.[126] Atestando a sua popularidade, 1.173 pessoas firmam um abaixo-assinado em solidariedade ao co-fundador do *Teatro Farroupilha*.[127]

**Referências**

ADORNO, Theodor Wiesengrund. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel. (org.) *Comunicação e indústria cultural*. 4.ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978. pp.287-295.

ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986. 254p.

BORGES, Pery. *Seis anos de rádio*: história anedótica da vida artística de Pery e Estelita. Sketches e crônicas. Porto Alegre: Thurmann, 1942. 156p.

CARNEIRO, Luiz Carlos; PENNA, Rejane. *Porto Alegre, de aldeia a metrópole*. Porto Alegre: Marsiaj Oliveira/Officina da História, 1992. 180p.
Coleção do jornal *Correio do Povo*.

Coleção do jornal *Diário de Notícias*.

Coleção do jornal *Folha da Tarde*.

Coleção da *Revista do Globo*.

Entrevista com Chico Anysio. Um dos principais humoristas do Brasil. Credita a Estelita Bell a sua transformação em ator. Em 22 de janeiro de 2009.

Entrevista com Ernani Behs. Ator e diretor de radioteatro. Um dos principais galãs de novelas do estado nos anos 40 e 50. Trabalhou, ainda, como animador de programas. Em 12 de agosto de 1999.

Entrevista com Estelita Bell. Junto com o marido Pery Borges, formou a mais famosa dupla do radioteatro gaúcho. Em 14 de julho e 6 de setembro de 1999.

[125] Cf. RÁDIO Farroupilha incorporada, ontem, aos Diários Associados. *Diário de Notícias*, Porto Alegre, 1º maio 1943. p.14. / HOMENAGEADO o diretor-fundador da Farroupilha. *Correio do Povo*, Porto Alegre, 2 jul. 1943. Recorte sem identificação.
[126] Conforme Estelita Bell, em entrevista pessoal no dia 6 de setembro de 1999.
[127] Cf. SOLIDARIEDADE A PERY BORGES. Porto Alegre, [1944?]. Manuscrito.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Entrevista com Frederico Arnaldo Ballvé. Filho de Arnaldo Ballvé, diretor da Rádio Farroupilha de 1935 a 1944. Em 29 de abril de 1999.

Entrevista com Manoel Braga Gastal. Diretor da Rádio Farroupilha nos anos 40. Em 3 de agosto de 1999, 23 de maio de 2000 e 8 de junho de 2006.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40)*: dos pioneiros às emissoras comerciais. Canoas: Editora da Ulbra, 2002. 258p.

_____. *Rádio – O veículo, a história e a técnica*. 3.ed. Porto Alegre: Doravante, 2007. 378p.

_____. *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul*: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20. Canoas: Editora da Ulbra, 2007. 632p.

GASTAL, Manoel Braga. *Flashes de vida*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1997. 144p.

GOLDING, Peter; MURDOCK, Graham. (org.) *The political economy of the media*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 1997. 2v.

HISTÓRIA ILUSTRADA DE PORTO ALEGRE. Porto Alegre: Já, 1997. 194p.
MOSCO, Vincent. *The political economy of communications*: rethinking and renewal. Londres: Sage, 1996. 310p.

NEUBERGER, Lotário. (org.) *Radiodifusão no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Plátano, 1997. 140p.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*: cultura brasileira e indústria cultural. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 226p.

RÜDIGER, Francisco Ricardo Macedo. *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação*: trajetória histórica e elementos de epistemologia. São Leopoldo: Editora da Unisinos, 2002. 194p.

SCHUDSON, Michael. Enfoques históricos a los estudios de la comunicación. In: JENSEN, K.B., JANKOWSKI, N.W. (org.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993. pp.211-228.

SMYTHE, Dallas. Las comunicaciones: *agujero negro* del marxismo occidental. In: RICHERI, Giuseppe. (org.) *La televisión*: entre servicio público y negocio. México: Gustavo Gili, 1983. pp.71-103.

SPRITZER, Mirna; GRABAUSKA, Raquel. *Bem lembrado*: histórias do radioteatro em Porto Alegre. Porto Alegre: AGE, 2002. 194p.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 9. Uma nova forma de gestão: E-gov no Governo do Rio Grande do Sul e sua inserção popular

*Margarete Panerai Araujo / Feevale*
(panerai@feevale.br)

A gestão pública do E-Gov seu relacionamento com o usuário e com a participação popular vêm sendo motivo de novas pesquisas e investigações, pois é um novo conceito, cujo poder transformador concentra preocupações atuais de nossa sociedade. Os governos buscam novas orientações pautadas em programas políticos sob diferentes enfoques, de forma a avançar na construção de conceitos e na formação para cidadania. O modelo de gestão eletrônica adotada no estado do Rio Grande do Sul vem estabelecendo um novo paradigma de serviços informacionais. A metodologia de pesquisa utilizada corresponde às técnicas documentais e exploratórias com uma abordagem qualitativa. Objetiva-se aqui apresentar algumas bases de reflexão sobre o E-Gov, como política de expressão do compromisso social, e geradora de ações socialmente inovadoras de conhecimento.

**Palavras-chave**: E-gov; Formação para Cidadania; Conhecimento Inovador.

A temática das políticas sociais implica em uma abordagem multidimensional e com inúmeros significados, principalmente vinculado ao estado. Tradicionalmente as relações que se estabelecem entre o Estado e a sociedade, são entendidas a partir do espaço público e das empresas privadas. Esse cenário dicotômico manifesta-se de forma complexa e suas relações decorrentes dependem de uma infinidade de mediações financeiras, burocráticas, de gestão, e políticas finalistas que promovam conhecimentos e desenvolvimento econômico-social.

Novas políticas de gestão apontam renovações no tecido social, das instituições representativas, dos direitos e políticas públicas que vem de encontro com a participação de toda a comunidade. O e-gov, por exemplo, enquanto tema novo e amplo vem constituindo-se em uma proposta que permite reunir essas políticas de gestão renovadas, bem como, ferramentas com um enfoque complementar de participação e formação para cidadania, cuja beneficiada é a

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



própria sociedade. Esta pesquisa de caráter multidisciplinar foi delimitada tendo como objeto de análise a proposta do plano de governo do Estado do Rio Grande do Sul para 2007-2010 identificando de forma descritiva os poucos itens referentes à formação cidadã através da modernização da gestão pública e do governo eletrônico. O estudo busca pontuar a proposta prevista para as ações de implementação do governo eletrônico e sua ênfase no estado, enquanto agente fomentador desse tipo de participação popular.

Conforme Pinho (2008) e Rezende (2007), as TICs - Tecnologias de Comunicação e Informação têm se ampliado no setor governamental por meio do que se chama e-gov ou governo eletrônico, representando uma informatização de suas atividades internas e oportunizando a comunicação com o público externo, desde cidadãos, até fornecedores, empresas, ou ainda outros setores. Essas políticas sociais são como um modelo estratégico de gestão e objeto de análise de formação e de conhecimento e suas demonstrações podem ser entendidos como um conjunto de ações, que visam à orientação e integração do homem no contexto social. Isso evidencia uma preocupação com o tema urbano, com o conteúdo que pretende combinar imagens de cidade que, segundo Bernet (1999) envolvem a totalidade de suas relações, cujos efeitos positivos são universais.

É comum associar a adoção das TICs a uma forma estratégica e intensiva de movimento de reforma do Estado, da modernização da gestão pública e da necessidade de maior eficiência do governo. Nesse sentido, desempenho, eficiência, eficácia, transparência, mecanismos de controle, qualidade do gasto público e prestação de contas, relacionados ao processo de modernização da gestão pública, foram associados ao processo de construção de programas de governo eletrônico. O desdobramento desses temas em políticas públicas e iniciativas concretas, segundo Diniz *et al* (2009), passam a ser explicitadas nos planos de governo, e requerem o uso de tecnologia, tornando os programas de governo eletrônico os elementos alavancadores de novos patamares de eficiência da administração pública.

O conhecimento e a formação para cidadania vinculam-se a essa pluralidade de temas que envolvem a sociedade civil, e as TICs permitindo uma correspondência, que é resultado da modernidade nas relações sociais, exigindo saberes diversificados cada vez mais complexos que colaboram na construção

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



desse novo paradigma social. Na busca de canais constantes de interlocução entre cidadãos e os governos eleitos, a democracia consagra uma saudável união entre os conceitos de modernidade e participação. E o marco importante da participação popular nas decisões do governo estadual são as possibilidades de que todos os cidadãos estejam em condições de utilizar os instrumentos do "governo-eletrônico", mesmo que eles tenham menores capacidades "digitais", morem em regiões mais remotas, tenham menores ganhos financeiros, ou tenham exigências especiais mentais ou físicas, conforme afirma Fugini, Maggiolini e Pagamici (2005).

**Referências**

BERNET, Jaume Trilla. Ciudades educadoras: bases conceptuales. In: *Propuesta Educativa.* Buenos Aires-Argentina: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico S.R.L., n°16, 1999.

DINIZ, Eduardo Henrique; BARBOSA, Alexandre Fernandes; JUNQUEIRA, Alvaro Ribeiro Botelho; PRADO, Otavio. O governo eletrônico no Brasil: perspectiva histórica a partir de um modelo estruturado de análises. *Revista de Administração Pública.* Rio de Janeiro, vol.43, no.1, pp.23-48, Jan./Feb.,2009.

FUGINI, M. G.; MAGGIOLINI, P.; PAGAMICI, B. Por que é difícil fazer o verdadeiro "Governo-eletrônico". *Revista Produção*. São Paulo, vol.15, no.3, pp.300-309, Sept./Dec.2005.

PINHO, José Antonio Gomes de. Investigando portais de governo eletrônico de estados no Brasil: muita tecnologia, pouca democracia. *Revista da Administração Pública*. Rio de Janeiro, vol.42, no.3, pp.471-493, May/June 2008.

REZENDE, Denis Alcides. Planejamento de informações públicas municipais: sistemas de informação e de conhecimento, informática e governo eletrônico integrados aos planejamentos das prefeituras e municípios. *Revista da Administração Pública*. Rio de Janeiro, vol.41, no.3, pp.505-536, May/June 2007.

## 10. Teledramaturgia de minissérie: um formato de serialização em movimento

*Sara Alves Feitosa / UFRGS*

(sarafe99@hotmail.com)

Este trabalho é parte das reflexões da pesquisa de doutorado *Modos de construção de um discurso memorial sobre a história nacional: Um estudo de*

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



*caso sobre a minissérie JK.* O objetivo aqui é de resgatar brevemente a história das minisséries de televisão e apontar transformações e tendências neste formato de teledramaturgia. Assim, o texto inicia a gênese do formato nos Estados Unidos; discute as características e razões pela adoção do novo formato pela Rede Globo de Televisão; apresenta preliminarmente uma distinção entre minissérie e microsséries e, aponta as minisséries como espaço de experimentação técnicas e estéticas da teledramaturgia brasileira.

**Palavras-chave**: Minisséries; Microsséries; História da Televisão; Formatos.

## Introdução

Este trabalho é parte das reflexões da pesquisa de doutorado *Modos de construção de um discurso memorial sobre a história nacional: Um estudo de caso sobre a minissérie JK.* O objetivo aqui é de resgatar brevemente a história das minisséries de televisão e apontar transformações e tendências neste formato de teledramaturgia. Assim, o texto inicia a gênese do formato nos Estados Unidos; discute as características e razões pela adoção do novo formato pela Rede Globo de Televisão; apresenta preliminarmente uma distinção entre minissérie e microsséries e, aponta as minisséries como espaço de experimentação técnicas e estéticas da teledramaturgia brasileira.

## Procedimentos metodológicos

A pesquisa utiliza várias técnicas de coleta de dados, como método usa o estudo de caso. Isso porque permite que se leve em consideração à compreensão, como um todo, do assunto investigado. Segundo Guillermo Orozco-Gomes (1996, p.106) “o estudo de caso é um estudo em profundidade: é o esforço por tratar de integrar no objeto de investigação toda informação constitutiva desse objeto e não apenas parte da informação”. Conforme o autor, pode-se, com isso, tomá-lo como exemplo para contrastar, comparar ou analisar um conhecimento em profundidade de um objeto de estudo. Assim, trata-se de estudar com atenção e detalhamento um objeto, com a finalidade de estabelecer suas características, para, em seguida, proceder a uma interpretação que leve em conta o “distintivo e o único” (OROZCO-GOMES, 1996, p.109) encontrado nesse objeto permitirá considerá-lo como “objeto *exemplar* através do qual será possível

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



captar outros elementos do contexto maior [...]". (OROZCO-GOMES, 1996, p.109, grifo do autor) No que diz respeito ao trabalho aqui proposto a pesquisa bibliográfica é a base metodológica.

**Fundamentação teórica**

A minissérie é atualmente um produto audiovisual que goza de prestígio e é economicamente rentável. Além da possibilidade de a emissora produtora vendê-las para várias partes do mundo[128], há ainda a possibilidade de, através das edições de DVD, venderem diretamente ao público. Essa é uma história de sucesso, impossível de ser detalhada aqui[129], que inicia na virada da década de 1970 para 1980 com o processo de implantação de novos formatos de serialização[130] na teledramaturgia brasileira.

O formato minissérie surgiu na metade dos anos 1970 nos Estados Unidos, *Rich man, Poor man* (Rede ABC) exibida em 1976, é apontada como a minissérie que inicia o ciclo, abrindo caminho para minisséries mais conhecidas no Brasil como *Raizes (1977), Shogum(1980) e Pássaros Feridos (1983).* José Mário Ortiz Ramos (1995), no livro *Televisão, publicidade e cultura de massa,* explica que esse tipo de serialização, a minissérie, ocupa um espaço no panorama ficcional de massa americano, sendo um traço característico a adaptação de *best-sellers*, como produções dispendiosas e atores conhecidos do grande público no elenco. Esse investimento maior observa Ramos (1995), é compensado pela fidelização do espectador por várias noites seguidas, ao contrário da audiência pontual do seriado e do filme da semana. No Brasil, o

---

[128] A minissérie Anos Dourados (1986) foi lançada em DVD em 2003 e foi vendida para mais de 20 países; Agosto (1993) foi vendida para diversos países entre eles Angola, Bulgária, Canadá, Guatemala, Honduras, Hungria, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. A minissérie A Muralha (2000) superou as expectativas da emissora em termos de sucesso de audiência e, em 2002, foi comercializada através de canais de pay-per-view. No mesmo ano foi lançada em DVD e, em 2004, reapresentada em um compacto de 39 capítulos. Também foi vendida para Chile, Costa Rita, Guatemala, Letônia, Moçambique, Nicarágua, Paraguai, Peru, Portugal, República Dominicana e Venezuela. Disponível em www.memoriaglobo.com acessado em 24/04/2008.

[129] Ver sobre o tema José Mário Ortiz Ramos. Televisão, publicidade e cultura de massa. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 1995; Ana Maria Balogh. Conjunções, disjunções, transmutações: da literatura ao cinema e à TV. São Paulo: Anablume, 2005.

[130] Serialização aqui é considerada como pensado por Arlindo Machado (2005, p.84), ou seja, "apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual. No caso específico das formas narrativas, o enredo é geralmente estruturado sob a forma de capítulos ou episódios, cada um deles apresentado em dia ou horário diferente e subdividido [...] em blocos menores, separados uns dos outros por *breaks* para a entrada de comerciais ou de chamadas para outros programas".

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



formato minissérie contou com o hábito já sedimentado junto ao público da serialização diária das telenovelas no horário noturno.

No início dos anos 1980, a Rede Globo de Televisão procurava armar um sistema de produção ousado, tendo como tradição a ser acionada a longa trajetória da telenovela, como explica Ramos (1995), e a possibilidade de contar com um grupo de escritores mais profissionalizados vindos do cinema, para desse modo firmar seu padrão de produção audiovisual.

A minissérie americana, mesmo limitada, carrega uma pretensão de distinção em relação às séries, e principalmente em relação às *soap* operas diurna. Segundo Ramos (1995, p.63), "seriam obras mais bem acabadas, como se fosse um longuíssimo filme apresentado em várias exibições". No caso brasileiro, a diferenciação é a mesma. No entanto, alerta, o autor, aqui o formato minissérie surge como um desdobramento das séries episódicas, e numa confusão terminológica fica até 1984 denominadas como "seriados" nos materiais de divulgação da Rede Globo. Ramos (1995) chama a atenção para o processo de transição de um formato, as séries, para outro, as minisséries. Na década de 1980, no encerramento do seriado *Plantão de Polícia*[131], o programa *Caminho das Estrelas* (1981) é concebido em quatro episódios independentes, mas articulados, procurando se aproximar de uma minissérie.

Nas chamadas "séries brasileiras", produzidas e exibidas entre 1982 e 1984, já havia, segundo Ramos (1995), a preocupação com cenários, locação, trilha sonora. De acordo com o autor, preparava-se o caminho para grandes produções que colocaram as minisséries brasileiras na mesma trilha das americanas, "desvinculando-as da oscilação entre séries episódicas e novelas, criando outro patamar para esse formato ficcional". (RAMOS, 1995, p.65)

As três minisséries brasileiras apresentadas em 1985, *O Tempo e o Vento*; *Grande Sertão*: Veredas e *Tenda dos Milagres*, explica Ramos (1995), marcam a aproximação com as obras literárias, sejam best-sellers ou consagradas culturalmente. Aliás, uma das características das minisséries produzidas pela Rede Globo de Televisão é exatamente de abrir espaço para abordar temas,

[131] Seriado exibido entre maio de 1979 e outubro de 1981, na Rede globo de Televisão. De autoria de Aguinaldo Silva, Doc Comparato, Antônio Carlos da Fontoura, Leopoldo Serran, Bráulio Pedroso e Ivan Ângelo. Plantão de Polícia é talvez a síntese de um país em transformação, a grande cidade e seus casos policiais investigados por um intrépido jornalista.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



biografia de personalidades, obras e eventos culturalmente relevantes para a constituição da nação. Como exemplo deste traço, é possível apontar a exibição das minisséries *A pedra do Reino* (2007), *Capitu* (2008), *Maysa* (2009) e *Dalva & Erivelto* (2010). Todas estas minisséries carregam em si um elemento que a emissora entende ser relevante culturalmente e necessários serem conhecidos do grande público.

O formato minissérie para televisão articula vários fatores que o tornam interessante tanto do ponto de vista econômico como cultural. Falando das qualidades do formato minissérie, o cineasta Fernando Meirelles explica "o baixo custo da produção, o público amplo e o tempo de filmagem são as principais vantagens do formato". Meirelles se refere a uma comparação em relação à produção para cinema e para televisão. Um filme nacional de sucesso acrescenta o cineasta, leva dois milhões de pessoas ao cinema, com uma série na TV, você atinge 20 milhões[132].

Em 1995, José Mário Ortiz Ramos desenhava um cenário em que a Rede Globo de Televisão poderia ao final daquela década optar entre produções mais rápidas ou reviver as superproduções de 1985. O que se observa é que a emissora possui atualmente uma estrutura técnica e artística que sustenta a alternância de produções diferenciadas como os seriados[133], as minisséries e microsséries.

Nos últimos anos observa-se a produção de pelo menos dois tipos de minisséries: as minisséries que se aproximam dos moldes de grandes produções, com períodos de exibição mais longos, quase uma novela; e as microsséries com duração mais curta e um investimento diferenciado no tratamento da imagem, dos temas abordados. A tabela a seguir apresenta, preliminarmente, algumas características que diferenciam esses formatos:

---

[132] "Para filmar em português, em prefiro televisão", diz Fernando Meirelles. Folha online, disponível em http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u585746.shtml, acessado em 24/06/2009.

[133] Durante o ano de 2009, por exemplo, foram exibidos os seriados *Tudo novo de novo*; *Aline*; *Decamerão*: a comédia dos amantes e *Força Tarefa*, esta última já se encontra em fase de gravação da segunda temporada.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



| **Minissérie (Se assemelha às novelas em alguns aspectos como):** | **Microssérie** |
|---|---|
| Tempo de exibição mais longo (JK, 47 capítulos; Amazônia, 55 capítulos); | Produções com períodos de exibição mais curto, no máximo 10 capítulos; |
| Várias tramas paralelas; | Preferência por adaptações literárias (*A Pedra do Reino; Capitu; Som & fúria*); |
| Tramas que giram preferencialmente em torno de obras de reconstituição histórica (*Casa das Sete Mulheres, Mad Maria, JK, Amazônia*). | Produções que apostam em experimentações estéticas e narrativas. |

O formato minissérie bem como os seriados são espaços privilegiados para as experimentações na teledramaturgia, tanto do ponto de vista da construção narrativa quanto das possibilidades de uso de tecnologia de imagem. A telenovela, matriz da teleficção no Brasil, em geral, opta por uma narrativa linear. Já nas minisséries é possível ousar nos modos de contar uma história. Na minissérie *Capitu* (2008), por exemplo, uma adaptação de *Dom Casmurro*, de Machado de Assis, a narrativa literária é construída através de *flash-backs* já a narrativa audiovisual, além de utilizar esse recurso literário introduz na obra uma relação intersemiótica (FISKE & HARTLEY, 1978) no texto narrativo, ou seja, para narrar as memórias de Bentinho se valeu de uma espécie de dramatização teatral na televisão. Assim, temos um texto literário adaptado para televisão, mas que faz uso de técnicas teatrais para construir o texto narrativo audiovisual. Bentinho, nosso narrador, um ancião, recupera num palco de teatro as peripécias do jovem Bentinho e sua paixão por Capitu. Esse tipo de inovação na televisão pode agregar ao uma característica que não lhe é própria, ou seja, a necessidade de atenção por parte do telespectador[134] para compreensão da obra exibida. Esse tipo de movimento na construção do texto narrativo de televisão tem lugar ainda escasso, são obras exibidas em horários noturnos, para públicos específicos, mas que tendem a se espalhar na grade de programação da televisão aberta a exemplo de outros movimentos que introduziu novas temáticas e territórios de ficcionalidade (BORELLI, 2001) na telenovela brasileira.

[134] Uma das características da audiência televisiva é a dispersão, diferente da sala escura do cinema ou da dedicação do olhar exigida pela leitura, a ação de assistir televisão pode ser feita concomitante a outra atividade. Por isso, em muitos casos se diz que as pessoas ouvem televisão e somente quando algo lhes denotação atenção param para olhá-la.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



No que diz respeito à imagem ou inovações estéticas as minisséries, especialmente as microsséries, caminham no sentido da utilização cada vez mais freqüente de imagens híbridas e de modos de produção de imagem que aproximam a tevê do cinema, fenômeno que Miriam Rossini (2007) denomina de convergência tecnológica. O uso de película na produção de minisséries para a televisão foi inaugurada com a minissérie *O auto da Compadecida* (1999), de Guel Arraes, com isso a Rede Globo abriu outra vertente de atuação, como aponta Rossini (2007, p.178), "produzir produtos audiovisuais que possam dar conta das demandas dos dois meios, cinema e tevê". As microsséries são a expressão da origem do formato minissérie, ou seja, uma narrativa que possui unidade que revela uma visão de conjunto do assunto, como um grande filme, uma obra já fechada e acabada no momento da sua exibição, traços esses que lhe diferenciam da telenovela, por exemplo.

**Considerações finais**

Analisar a produção audiovisual no formato minissérie é uma tarefa que não se esgota, ainda mais se pensarmos nas possibilidades técnicas e estéticas disponíveis a partir da computação gráfica, da produção e manipulação de imagens em computador e da produção de imagens híbridas para a televisão e cinema. Lucia Santaella (1998) explica que a produção de imagens no nosso tempo tem o traço da hibridização. A autora, expondo as gradações das mudanças do paradigma pré-fotográfico ao fotográfico, argumenta que a fotografia é a execução de um híbrido. Isso porque é herdeira da arte na utilização da câmara escura, no sentido dos valores e do negativo vindos da gravura. Segundo Santaella:

> Passando para dentro do paradigma fotográfico [...] é evidente que os meios de produção eletrônicos na TV e vídeo se diferenciam de modo radical dos meios de produção imagéticos, de caráter mecânico, tais como a fotografia e cinema, estes exemplares legítimos do paradigma fotográfico. Entretanto, embora produzidos através de tecnologia eletrônica e embora passíveis de transmissão em tempo real, as imagens videográficas ainda não se soltaram do fotográfico porque são ainda imagens por projeção, implicando sempre a preexistência de um objeto real cujo rastro fica capturado na imagem. (SANTAELLA, 1998, p.16)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Desse modo, pode-se concluir que a imagem televisiva é por excelência uma imagem híbrida, transitando entre o paradigma fotográfico e o pós-fotográfico. No presente trabalho é importante observar que essas possibilidades técnicas resultam produtos audiovisuais com características que apontam para experimentações e modificações dos modos de narrar uma história na televisão, que possivelmente tem como consequência mudanças no gosto e no modo de olhar do telespectador. Não se pode no momento apresentar conclusões ou afirmações acabadas, visto que o fenômeno que este artigo se propõe a olhar está em plena atividade, mas é seguro que esses movimentos apontados aqui terão desdobramentos culturais nos próximos anos.

**Referências**

BORELLI, Silvia Helena Simões. Telenovelas brasileiras - territórios de ficcionalidade: universalidades e segmentação. In: DOWBOR, Ladislau, et al. *Desafios da comunicação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. pp.127-141.

FISKE, John & HARTLEY, John. *Reading Television.* Londres: Methuen, 1978.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. 3ª. ed. São Paulo: Editora Senac, 2005.

OROZCO-GOMES, G. *La investigación desde la perspectiva qualitativa*. Ediciones de Periodismo y comunicación. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 1996.

RAMOS, José Mário Ortiz. *Televisão, publicidade e cultura de massa*. Petrópolis (RJ): Ed. Vozes, 1995.

ROSSINI, Miriam de Souza. Convergência tecnológica e novos formatos híbridos de produtos audiovisuais. In: DUARTE, Elizabeth Bastos & CASTRO, Maria Lilia Dias de. *Comunicação audiovisual*: gêneros e formatos. Porto Alegre (RS): Editora Sulina, 2007. pp.165-182.

SANTAELLA, Lúcia. Três paradigmas da imagem: gradações e misturas. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia Mei Alves de; BRITO, Yvana Carla Fechine de. (orgs.) *Imagens Técnicas.* São Paulo: Hacker Editores, 1998. pp.167-178.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 11. Conversação mediada por vídeos em *vlogs*

*Stelamaris de Paula Menezes Tassi / PUCRS*
(stelamenezes@gmail.com)

As combinações de matrizes da linguagem possíveis em vídeos *online* têm um impacto sobre a conversação que se estabelece através desse meio, fazendo com que ela se diferencie da conversação *online* textual. Esta pesquisa procura investigar como a forma de apresentação dos elementos da linguagem nesses vídeos possibilita essa diferenciação. Com o objetivo de descrever a conversação entre atores sociais por meio de vídeos em *vlogs* do *YouTube*, foi selecionado um caso composto por um conjunto de vídeos publicados em resposta a uma questão proposta por um *vlogger* de alta popularidade no *YouTube.*

**Palavras-chave**: *YouTube*; *Vlogging*; Conversação; Cultura Participativa.

### Introdução

A disponibilização de ferramentas em plataformas digitais que permitem a produção de conteúdo pelo usuário, bem como das funcionalidades que facilitam a convergência tecnológica nos aparatos de uso pessoal como celulares, câmeras, *laptops* e similares, tem propiciado uma constante reconfiguração das formas de apropriação desses meios pelos sujeitos. A apropriação da ferramenta chamada vídeo-resposta na plataforma *YouTube*, por exemplo, levou ao desenvolvimento de uma forma de conversação que se aproxima da conversação face a face por ser um híbrido entre imagem em movimento, som e linguagem verbal (oral e textual), retendo, no entanto, características da CMC (conversação mediada por computador) como o distanciamento físico entre os sujeitos e a assincronicidade. Neste trabalho, pretendo observar e descrever a forma como essa conversação híbrida está sendo estabelecida pela prática de *vlogging* a partir das apropriações pelos usuários da plataforma *YouTube*.

Existem diversos sites de compartilhamento de vídeos. O *YouTube* se destaca entre eles por sua rápida ascenção, variedade de conteúdo e relevância pública no ocidente (Burgess & Green, 2009). Sua principal característica, e razão do seu sucesso, é ter sido criado com uma abertura para o uso coletivo, ou seja, a

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



sua finalidade não foi determinada por seus fundadores (Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim), mas é co-criada pela empresa proprietária (*YouTube Inc*., atualmente pertencente ao Google), os usuários que publicam conteúdo e a audiência que acessa esse conteúdo. Dessa forma, e por ter ajudado a "remover as barreiras técnicas para o amplo compartilhamento de vídeo online" (Burgess & Green, 2009, p.1), o *YouTube* é uma plataforma de cultura participativa, onde cada participante escolhe os objetivos e a forma de abordar as suas atividades, lançando mão das ferramentas e dos meios tecnológicos disponíveis combinados com a sua criatividade.

É importante ressaltar que não é a mera disponibilização da tecnologia que determina o sucesso de uma plataforma da internet como o *YouTube*. Uma série de ferramentas de relacionamento permite interagir não apenas com os conteúdos publicados, mas também com os produtores desse conteúdo. Assim, o estabelecimento de conversação entre os indivíduos que se agregam em torno dos produtos audiovisuais é um fator que legitima a coletividade do processo.

No *YouTube*, essas ferramentas possibilitam a ocorrência de fenômenos que vão além da publicação e apreciação dos vídeos, como a conversação e a consequente construção de laços sociais entre os sujeitos. As ferramentas sociais estão disponíveis para aqueles usuários que criam um canal, ou seja, que efetuam uma inscrição no *site* e que assumem uma identidade de participação. Uma vez logado, além de publicar vídeos e colocar informações pessoais no seu canal, o *youtuber* tem à disposição uma série de ferramentas de relacionamento como adição de amigos, comentários e caixa de mensagens pessoal. Essas ferramentas são semelhantes às disponibilizadas por outras plataformas de redes sociais na internet. No entanto, na atividade de *vlogging*, é comum o uso do vídeo resposta, que possibilita uma forma diferenciada de conversação entre os atores, caracterizada pela presença de elementos audiovisuais. A ferramenta de vídeo resposta é um mecanismo que pode ser usado como criador de *links* entre os vídeos, pois possibilita ao *youtuber* escolher, no momento da publicação de um vídeo, a opção "postar uma resposta ao vídeo", e assim vincular um novo vídeo a outros já existentes. Qualquer vídeo pode receber vídeo respostas, mas é na apropriação dessa funcionalidade pelos *vloggers* que se pode perceber mais claramente o estabelecimento de uma conversação mediada por vídeos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



*Vlogging* é a abreviatura de *video blogging*, atividade onde um indivíduo publica um diário virtual realizado em vídeo. Os comentários em texto são uma importante ferramenta de *feedback* da audiência sobre os vídeos publicados, mas em *vlogging* é comum o estímulo aos espectadores para que publiquem seu *feedback* em forma de vídeo. Então, ao invés escrever um comentário sobre um vídeo assistido, o espectador publica outro vídeo em resposta. Nessa interação por meio de vídeo resposta interferem elementos de origem visual, sonora e verbal, além de um importante aspecto temporal, gerando uma forma de conversação entre os atores sociais, diferenciada daquela que ocorre apenas per meio de mensagens de texto. Esta pesquisa propõe o estudo de caso de alguns vídeos que conversam entre si no *YouTube*. O caso contém uma questão publicada em vídeo por um *vlogger* de popularidade significativa e alguns vídeo respostas que esse vídeo recebeu.

**Procedimentos metodológicos**

A justificativa da escolha da estratégia de estudo de caso para a pesquisa aqui exposta baseia-se nas definições e caracterização apresentadas por Yin (2005). A técnica para coleta de dados é a observação invisível, oriunda do método de netnografia. Este estudo contém um caso único, com múltiplas unidades incorporadas de análise, visto que a unidade de análise é a conversação estabelecida pelos vídeos. Cada vídeo resposta considerado válido para o estudo é um exemplo de conversação estabelecida com o vídeo original, constituindo uma subunidade de análise. Essas subunidades incorporadas, segundo Yin, podem realçar o valor das impressões em um estudo de caso único, pois propiciam uma análise extensiva. Os aspectos holísticos do caso serão beneficiados por uma confrontação dos resultados das múltiplas conversações analisadas.

O objeto proposto neste estudo depende de um conjunto de recursos técnicos emergentes ligados à digitalização, à convergência midiática e à rede. O fenômeno, porém, não está localizado geograficamente em nenhum lugar para onde o pesquisador deva se deslocar para coletar dados. Assim, devido às características do ambiente de rede *online*, é possível recorrer à técnica de observação invisível para coletar os dados. Essa técnica é utilizada no método conhecido como netnografia, que é uma adaptação da investigação etnográfica

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



aos estudos dos fenômenos decorrentes das interações humanas na internet. A adaptação do método etnográfico ao ambiente da internet leva em consideração as possibilidades diferenciadas de participação nesse ambiente. Uma de suas características é a oportunidade vantajosa de observar as interações entre os sujeitos sem necessariamente tornar-se um participante visível. O pesquisador pode permanecer como um observador invisível, cuja participação não interfere no desdobramento do fenômeno.

**Fundamentação teórica**

Na conversação possibilitada pela combinação de vídeo resposta e de comentários existe uma convergência intensa de linguagens. A maior parte dos estudos que analisam a conversação mediada por computador (Recuero [2009], Primo [2007], Herring [2007], por exemplo) baseia-se nas trocas de textos escritos em plataformas de redes sociais, fóruns, *blogs* ou mensageiros instantâneos. Ao observar-se a prática dos *vloggers* no *YouTube*, percebe-se que o vídeo resposta permite substituir o texto pelo vídeo e desenvolver conversações que transitam entre o texto escrito e o vídeo, fazendo um amplo cruzamento de linguagens que agrega ao discurso imagens em movimento, som em forma de fala, música e ruídos e uma dimensão temporal diferente da que é experimentada ao lidar somente com o texto escrito. Dessa forma, percebe-se que essa conversação híbrida se diferencia da conversação via texto, pelos diferentes apelos à percepção que são agregados pelo uso do vídeo.

Conforme Recuero (2009)[2], na comunicação mediada por computador, o anonimato é privilegiado, em detrimento da identificação, e há distanciamento físico entre os interagentes. Além disso, é preciso considerar que cada suporte de comunicação possui determinadas limitações específicas. Nas plataformas de redes sociais onde a comunicação se dá por meio de texto, os atores não se dão imediatamente a conhecer: “Não há pistas da linguagem não verbal e da interpretação do contexto da interação”. (Recuero, 2009, p.31) No entanto, no caso dos vídeos de *vlogs*, a linguagem não verbal passa a ser conhecida através da imagem em movimento. Dessa forma, ficam evidentes certas pistas tradicionais que podem ficar ocultas em outras redes sociais virtuais, tais como o sexo, a cor, limitações físicas e aspectos do gesto e da expressão do sujeito que se apresenta.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Esses elementos propiciam a interferência de outras dimensões de percepção que não estão presentes na conversação por meio exclusivamente textual.

Recuero também salienta que as interações dos atores nas redes sociais da internet são totalmente construídas pela mediação do computador. No caso da conversação por vídeos publicados no *YouTube*, que é um tipo de conversação assíncrona, existem mais mediações entre os indivíduos que se comunicam. Existe a mediação da câmera e do microfone na captura do vídeo, além do computador e dos aparatos de reprodução sonora na exibição. Além disso, de forma semelhante ao que ocorre com o cinema, o vídeo pode ser trabalhado em um *software* de edição e montagem, que possibilita manipular e definir a forma desejada para os elementos matriciais de linguagem do produto audiovisual.

Santaella (2001) afirma que todas as linguagens são formadas por elementos provenientes de três matrizes: verbal, visual e sonora. Essas matrizes são os componentes que, combinados, dão origem a tudo o que consideramos linguagem, como o discurso falado, a literatura, a música, a dança, a arquitetura, a fotografia, o desenho, etc. Cada matriz tem uma lógica que a faz realizar melhor algum tipo de comunicação. A autora explica essas lógicas de acordo com as categorias da semiótica de Peirce, onde a sonoridade estaria relacionada à primeiridade, a visualidade à secundidade e o verbal à terceiridade de um signo. Levando em consideração que cada matriz de linguagem realiza melhor um determinado aspecto, podemos entender como um processo de comunicação se reveste de diferentes nuances ao ser hibridizado pela combinação de várias linguagens.

Além disso, uma linguagem nunca pode ser conhecida sozinha; ela se materializa sobre um suporte ou mídia. Por sua vez, a lógica que está implicada em cada matriz é modificada e tem suas possibilidades de manifestação multiplicadas por cada mídia particular. Assim, percebemos que a evolução dos suportes, fundamental para a materialização das linguagens, é um fator permite o desenvolvimento de hibridizações complexas entre suas matrizes.

O vídeo faz parte das linguagens que cruzam principalmente as matrizes visuais com as sonoras. As matrizes sonoras implicadas no vídeo não são apenas as que fazem parte da trilha de áudio, mas também os componentes rítmicos. Diferentemente das imagens estáticas de qualquer tipo, quando se trata de imagens em movimento entra em ação uma dimensão temporal. Sujeitos à

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



duração, os componentes visuais assumem uma dinâmica própria das composições sonoras. Sobre isso, Santaella (2001, p.383) afirma que

> (...) quanto mais intimamente as imagens do vídeo se tecem na dinâmica que é própria da sonoridade, das durações, intensidades, acelerações e retardamentos, maior é a eficácia de suas imagens, pois é nesse cruzamento com os caracteres que são muito próprios da música que o vídeo atinge graus de poeticidade.

**Considerações finais**

A pesquisa está em andamento; o relatório final deverá ser concluído até março de 2011. No momento, é possível expor algumas considerações preliminares e uma pré-análise da amostra coletada.

O vídeo selecionado como caso para este estudo, publicado no *YouTube* no canal do *vlogger* Blade376, é um exemplo típico da prática de *vlogging*, contendo, porém, algumas especificidades pelas quais ele pode ser considerado um exemplar raro ou extremo. Seu autor é um *vlogger* com uma prolífica participação dentro do universo do *YouTube*, e em diversos de seus vídeos apresenta-se como um entusiasta da prática de *vlogging* e dos aspectos sociais do *YouTube*. Tem ainda uma participação ativa em outras redes sociais da internet como *Twitter, Facebook, Myspace, Stickam*, além de manter um *blog*.

O vídeo escolhido dentro da produção deste *vlogger* intitula-se "*Why do you watch my videos*?". (Por que você assiste aos meus vídeos?) O aspecto raro desse vídeo é que ele possui a vantagem única de constituir, pelo conteúdo da pergunta feita, uma meta-referência ao assunto abordado neste estudo. Ao lançar a pergunta "por que você assiste aos meus vídeos?", o *vlogger* manifesta o desejo de estabelecer uma conversação em vídeos sobre o fato de assistir vídeos que buscam uma conversação.

O fato de lançar uma pergunta direta ou uma provocação a seus espectadores demanda respostas, e esse vídeo gerou pelo menos 20 vídeo respostas, além de contabilizar 21.779 visualizações e mais de 1.000 comentários textuais (segundo os dados disponíveis em sua página no *YouTube* em 7 de março de 2010). Assim, além dos próprios vídeos como fonte de evidências, estão à disposição da investigação os canais de todos os autores desses vídeos, os comentários postados sob cada vídeo e as estatísticas fornecidas pelo próprio

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



*YouTube*. Somando-se a isso, essas vídeo-respostas contêm comentários sobre as razões por que os vídeos do *vlogger* original despertam o interesse da audiência e como eles inspiram novos *vloggers* a produzir conteúdo e publicar na rede. Esses comentários também fornecem pistas sobre o estabelecimento de conversação através de vídeos.

Ao observar a estrutura dos vídeo respostas, percebi a possibilidade de agrupamento em três tipos de vídeos, com base na forma e na apresentação dos elementos de linguagem. Chamei esses tipos de (a) formato básico, (b) formato básico modificado e (c) outros formatos. Os próximos passos do trabalho serão analisar as evidências de conversação entre os vídeos e explicar como os elementos das matrizes de linguagem afetam essa conversação.

**Referências**

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *YouTube*: online video and participatory culture. Cambridge: Polity Press, 2009.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede* – A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. V.1.

HERRING, Susan C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse. In: *Language@Internet*, 4, article 1, 2007. Disponível em: <http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761> Acesso em: 20 set. 2009.

JENKINS, Henry. *Convergence culture*: where old and new media collide. New York: New York University Press, 2006.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007[1].

PRIMO, Alex. *Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador.* 404NotFound, n. 45, 2007[2]. Disponível em:<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_45.htm>. Acesso em: 03 julho 2009.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na Internet.* Porto Alegre: Sulina, 2009[1].

_____. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada por computador e as redes sociais na Internet. *In*: *Revista FAMECOS*. Porto Alegre: EDIPUCRS, nº38, 2009[2].

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento*: Sonora visual verbal. São Paulo: Iluminuras, 2001.

YIN, Robert K. *Estudo de caso*: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 12. Política e mídia no Brasil: interseções para uma análise histórico-estruturante

*Valério Cruz Brittos*
(val.bri@terra.com.br)
*Bruno Lima Rocha / UNISINOS*
(blimarocha@gmail.com)

### Introdução

Este trabalho condensa alguns momentos da mídia brasileira, relacionando sua plataforma (impressa, radiofônica ou televisiva; analógica ou digital), o salto tecnológico para dominar esta cadeia de valor de bens simbólicos e a relação com a conformação de classe dominante, centrando o eixo de análise na capacidade de (des)regulação do Estado brasileiro. Assim, desenvolve um recorte histórico (sem chegar-se a uma periodização final), no âmbito da Economia Política da Comunicação (EPC), desta forma considerando a apropriação dos recursos comunicacionais no capitalismo, utilizados preferencialmente para sustentação e reprodução do sistema, sendo as experiências não-hegemônicas desenvolvidas periféricas.

### Procedimentos metodológicos

O presente estudo insere-se numa trajetória de pesquisa envolvendo a relação comunicação, política e história que demarca a trajetória dos autores, direta ou indiretamente presentes em pesquisas anteriores (doutorado de ambos) e atual ("Convergência digital: ações com horizonte nas tecnologias e conteúdos de informação e comunicação"). Remete ainda à experiência dos pesquisadores como ex-docentes da disciplina História da Comunicação, no Curso de Comunicação Social da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

As fontes de pesquisa são essencialmente bibliográficas, analisadas não somente em cruzamento, mas considerando a própria trajetória de observação, investigação e docência dos autores. Já o período de análise centra-se prioritariamente no século XX e década inicial do século, não obstante passe-se pelo século XIX, quando, tardiamente, é implantada a imprensa no país, com a

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



chegada da Família Real. O estudo leva em consideração as especificidades do campo da comunicação: de um lado, o papel simbólico dos produtos culturais assegura-lhe uma funcionalidade no capitalismo que vai além da rentabilidade direta, sendo a forma de comunicação do sistema com a sociedade; de outro, a subsunção dos bens comunicacionais no capitalismo é parcial, de onde podem se abrir brechas não-hegemônicas.

**Fundamentação teórica**

Nesta seção do Resumo expandido procedemos com uma periodização não conclusiva, onde demarcamos para cada período histórico analisado, as seguintes categorias: o suporte/veículo com maior relevância para uma estratégia de construir da nação; sua barreira para o desenvolvimento e apropriação (ou a falta desta) nacional do mesmo, dando-se esta de forma parcial ou integral. Ao ato de apropriar-se de um veículo midiático definimos como o uso e desenvolvimento de recursos tecnológicos, gramáticas a serem socializadas e o aumento de capacidades pelo conjunto da população que produzem estes bens simbólicos, os consomem, difundem e através dele veículo discrepam.

Mídia impressa, século XIX

Ao atravessar um momento de inflexão da política brasileira, de descolonização com transição pactuada, no século XIX, o Brasil sente o abismo entre a cultura não letrada e a capacidade de produção de discursos de um liberalismo oscilando entre liberal-conservador e conservador. A imprensa chega ao país com um enorme atraso, mesmo com relação à América colonial: no México, a primeira oficina remete a 1539, enquanto nos Estados Unidos é de 1638. Chega a imprensa no Brasil em 1808, junto com a transferência/fuga da Família Real portuguesa para o país, curiosamente de forma clandestina, num porão do navio Meduso.

O controle da imprensa no período colonial, incluída dentro da chamada proibição de manufaturas, fez-se sentir na ausência de inserção e circulação de discursos políticos e a não assimilação das idéias transformadoras para a época. Apesar da proibição da imprensa até 1808, livros e periódicos já circulavam antes disso, de forma importada ou ilegal, entre os poucos membros da elite

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



interessada em leitura. Ao mesmo tempo, transcorreram tentativas de implantação da imprensa no século XVIII, logo eliminadas pela Coroa e seus representantes. De toda forma, a não-existência de universidades brasileiras ajuda a conter a circulação de idéias. Ainda assim a primeira greve no sentido moderno da palavra foi da categoria dos trabalhadores gráficos de Niterói, em meados do século XIX.

Como as elites políticas eram relativamente pequenas, a palavra impressa circulava com pouco volume, mas de forma contundente, intra-elite. Nesse sentido, o jornal como forma de "partido" tem sua consecução assegurada, uma vez que o voto censitário e a vida política da monarquia parlamentar não permitem condensar em idéias avançadas, de tipo liberal-radical, a palavra impressa e o próprio discurso do mundo da política.

Enfim, para a pouca participação que havia, o pouco de mídia impressa circulante assegurava a condensação das idéias dominantes e a oposição possível, contando com a ausência dos elementos populares.

Ausência de estratégia nacional para o desenvolvimento tecnológico no capitalismo monopolista – o caso do rádio

Mesmo reconhecendo que toda comparação de períodos históricos é uma temeridade, podendo ser contestada, cabe aqui uma digressão. A incapacidade do país de pôr em sua agenda de governo o avanço das tecnologias de informação já se faz notar na guerra de patentes típicas da fase do capitalismo monopolista.

O padre Roberto Landell de Moura faz uma demonstração pública de seu experimento de transmissão radiofônica em 1900, conseguindo sua patente em 1901. Contudo, a primeira experiência de radiodifusão no Brasil, fazendo comunicação social e não experiências, se deu somente em 1923, após a experiência de 1922. Até hoje, internacionalmente não é reconhecido o trabalho de Landell de Moura, sendo o físico italiano Guglielmo Marconi considerado *o pai do rádio*, enquanto a inovação foi introduzida, difundida e formatada comercialmente a partir dos Estados Unidos.

O Brasil não tinha um parque industrial de fabricação nem de transmissores e nem receptores, enquanto a maior parte da população brasileira continuava não letrada e era vetado o voto aos analfabetos. Esta ausência de

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



objetivo estratégico para criar um ambiente de circulação de informações se fará sentir em outras questões estratégicas, como na defesa do petróleo brasileiro. O não letramento do brasileiro permitiu uma expansão enorme do rádio, mas não para combater esta condição ou para debater os grandes problemas nacionais. Sua incorporação foi essencialmente para permitir o faturamento econômico de grupos privados ou difusão de objetivos políticos por governos e operadores políticos, em ambos os casos sustentando o sistema.

A comunicação contra-hegemônica impressa para uma massa de não letrados

O conceito de apropriação dos meios de comunicação e a reflexão que o fenômeno jornalístico implica na formação de elites e minorias informadas e especializadas se fez notar no Brasil no primeiro período das lutas e formação da classe operária no Brasil (1900-1935).

A maior parte do operariado brasileiro, sendo este composto de nacionais ou de imigrantes de primeira e segunda geração, era então não letrada. A difusão de idéias de conflito de classes e não de colaboração tinha de ultrapassar a barreira da circulação de não letrados. Entra em cena as técnicas de aparelhos culturais, anexos e ligados às lutas sindicais, como parte constitutiva dos discursos de classe.

Estes aparelhos culturais ecoavam os discursos orgânicos das lideranças operárias. Nos momentos de ápice da mídia operária, quando se davam greves pelo controle urbano (Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre), os comícios contavam com oradores simultâneos, sem amplificação, que davam vazão aos discursos de tipo linha política veiculados nos jornais operários. Estes veículos muitas vezes eram impressos nas gráficas comerciais, fora de horários de expediente.

A Era do Rádio e o domínio de enclave da capital cultural do Brasil

Na chamada era de ouro do rádio, a então capital da República reforça a sua posição como capital “cultural” do Brasil. O “controle da fala”, surgido na Rádio Nacional do Estado Novo, e depois permanecendo na própria emissora durante uma boa parte do período da chamada democracia populista, tem sua contrapartida nos modelos de financiamento da mídia eletrônica brasileira.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A regulação, ou a falta desta, nota-se no ramo privado, quando a complexa corporação de Chateaubriand faz-se valer de mecanismos de financiamento a fundo perdido (bastante "heterodoxos"), da possibilidade de importação de transmissores potentes para a época e do não desenvolvimento de indústria nacional para o setor.

No momento do ápice da comunicação radiofônica, o modelo concentrador privado com auspício estatal surge e consolida-se. O binômio mídia impressa (jornal e revista) e rádio, somado aos fundos estatais e à intervenção política direta fazem dos Diários Associados um modelo concreto de liderança no oligopólio. A inflexão futura se deu na entrada de capitais estrangeiros, de forma estruturante na TV brasileira e no novo modelo de Estado, de abrangência nacional, surgida após o 1º de abril de 1964.

A TV analógica e suas primeiras fases

Nas primeiras fases da TV, a Elitista (195-1964), a Populista (1964-1971) e do Desenvolvimento Tecnológico (1975-1985),[135] jogou papel fundamental a relação entre o capital nacional e as relações assimétricas destes capitais com o Estado brasileiro e seus centros decisórios. O projeto de país ancorava-se em códigos culturais "comuns", que pudessem substituir uma ausência de coesão social e de identificação do país continente além do padrão do idioma.

A posição de liderança ocupada pela Globo, após 1965, dá-se por sua relação com o centro decisório político e com o ingresso de capital estrangeiro (Time-Life), permitindo a construção de um elevado padrão tecno-estético, o que representou a criação de uma linguagem própria e sua consolidação como formadora/deformadora de seu campo e mercado.

A democratização dissemina a regulação como moeda de troca

Com a volta da democracia formal (representativa), fica a clara a sobre representação do sistema de *network*, com a interseção entre filiadas e afiliadas, respectivamente emissoras cujo capital é detido pelas cabeças de rede e aquelas que retransmitem seu conteúdo, mas possuem outros proprietários. A sobre

[135] MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**. Petrópolis: Vozes, 2002.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



representação se dá no próprio Congresso, onde uma média de um terço dos deputados e senadores a cada legislatura é composta por donos de rádio e TV[136].

Durante a própria Assembléia Nacional Constituinte a concessão de canais foi moeda de troca para temas de ordem menor e casuísticos, como a duração do mandato presidencial. A ascensão de novas elites civis em um país nacionalmente integrado implica na pulverização de redes locais de pequenos complexos de mídia eletrônica e impressa, na reprodução em esferas locais das relações assimétricas com o Estado – tanto na concessão, como na cobertura jornalística e no financiamento via publicidade estatal –, mas, ao mesmo tempo, abre margens para começar a multiplicar a oferta de produtos comunicacionais e jornalísticos.

Desta forma, aumenta relativamente a oferta de produtos, sem alterar a relação assimétrica com o Estado, que, assim como a formação de oligopólio como classe de mercado, caracteriza o sistema capitalista.

A multiplicidade da oferta e a nova barreira digital

A atual fase da comunicação no Brasil e da TV em particular, a da Multiplicidade da Oferta,[137] foi antecedida da Transição e Expansão Internacional. A Multiplicidade se dá também no momento de troca de plataforma tecnológica, o que, pela base conceitual schumpeteriana, implica em uma situação de possível fragilidade das organizações empresariais líderes.

A globalização capitalista, em suas três esferas inter-relacionados, econômico, político e cultural, se faz sentir nos mercados de comunicação do Brasil e na interface com as telecomunicações e as transnacionais que ocupam posição líder nesse setor (exemplo: o provedor de acesso e conteúdo Terra, da Telefónica espanhola).

Nisso, verificam-se movimentos pendulares, como a chegada da TV paga no Brasil, o esforço contra-hegemônico que redundou na da Lei do Cabo, a

---

[136] CABRAL, Adílson; CABRAL, Eula; LIMA ROCHA, Bruno. Controle e disputa pela comunicação social no Brasil. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.1, n. 1, pp.65-82, jul-dez. 2007. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/viewFile/2471/1284>. Acesso em: 21 dez. 2009.

[137] BRITTOS, Valério Cruz. Digitalização, democracia e diversidade na fase da multiplicidade da oferta. In: _____ (org.) **Digitalização, diversidade e cidadania**: convergências Brasil e Moçambique. São Paulo: Annablume, 2010. pp.17-29.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



implantação física de redes coaxiais primeiro e de fibra ótica depois, a inexistência de um serviço público de acesso universal para a internet.

O caso da digitalização da televisão brasileira tem semelhança com o padrão de desenvolvimento subordinado, onde o Estado ocupa-se mais em garantir a posição de liderança de uma ou poucas organizações e a manutenção do oligopólio do que desenvolver as capacidades soberanas de produção de conhecimento estratégico. A mudança para o novo patamar tecnológico poderia se constituir numa possibilidade de abertura para novos atores, não só comerciais, mas essencialmente com propósitos contra-hegemônicos, como sindicatos e movimentos sociais em geral, a partir da partilha de cada um dos canais em quatro programadores de conteúdos, bem como outorga de novas concessões.

Para a alteração, seria necessário o enfrentamento dos interesses hegemônicos, especialmente dos radiodifusores, que fizeram uma dura campanha pela não entrada na cadeia de valor de operadores de redes (que poderiam fazer a gestão dos canais divididos em várias programações). Este é mais um dos casos da história da comunicação brasileira (ou da história do país, diretamente) em que a oportunidade de alguma mudança estrutural foi perdida, comprovando que a inovação tecnológica, por si, não produz a alteração no sistema produtivo. Evidentemente, as janelas contra-hegemônicas continuam existindo e são apropriadas conforme as possibilidades de cada momento histórico, passando por questões que envolvem a comunicação, mas que vão além dela, principalmente em sua concepção instrumental.

## Considerações conclusivas

A ausência de uma massa letrada de cidadãos caracteriza uma relevância política das mídias eletrônicas no Brasil. O projeto de país e sua integração nacional têm na formação de um mercado de comunicação com base na classe de oligopólio uma de suas bases.

A alteração da estrutura produtiva nos mercados de comunicação não muda a conformação das relações assimétricas destes agentes econômicos com o Estado. A abertura de possibilidades dá-se na chegada de novos agentes (como as transnacionais) e não em novas relações, que poderiam passar a simétricas.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Qualquer atuação contra-hegemônica, na interseção da política com a mídia brasileira, implica no desenvolvimento soberano da estrutura produtiva para a comunicação (e na convergência com as telecomunicações) e no domínio das mídias por parte de agentes coletivos distintos e em posição distinta dos líderes do oligopólio. Toda alteração estruturante neste setor pode influir decisivamente para mudar as relações assimétricas no Estado brasileiro.

**Referências**

BRITTOS, Valério. Televisão a cabo: funcionamento e desenvolvimento. *Verso & Reverso*. São Leopoldo, n. 24, pp.51-74, jul./dez. 1997.

BRITTOS, Valério. As Organizações Globo e a reordenação das comunicações. *Intercom* – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v.23, n.1, pp.57-76, jan./jun. 2000.

BRITTOS, Valério. História, Economia Política e tendências da TV brasileira. *Conexão* – Comunicação e Cultura. Caxias do Sul, v.1, n.1, pp.19-42, 2002.

BRITTOS, Valério Cruz. Digitalização, democracia e diversidade na fase da multiplicidade da oferta. In: _____ (org.) *Digitalização, diversidade e cidadania*: convergências Brasil e Moçambique. São Paulo: Annablume, 2010. pp.17-29.

BRITTOS, Valério. O rádio brasileiro na Fase da Multiplicidade da Oferta. *Verso & Reverso.* São Leopoldo, n. 35, jul./ago. 2002.

CABRAL, Adílson; CABRAL, Eula; LIMA ROCHA, Bruno. Controle e disputa pela comunicação social no Brasil. *Revista Debates.* Porto Alegre, v.1, n. 1, pp.65-82, jul-dez. 2007. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/viewFile/2471/1284>. Acesso em: 21 dez. 2009.

MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira*. Petrópolis: Vozes, 2002.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## MESA TEMÁTICA: HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Relações públicas, assessoria de comunicação e memória das organizações.

**Coordenação: Helenice Carvalho / UFRGS** (helecarvalho@gmail.com)

### 1. Relações Públicas e Complexidade: o Discurso Mítico do SBT

*Fernanda Lopes de Freitas / PUCRS*

(docalopes@yahoo.com.br)

Este estudo será desenvolvido com base em pesquisas feitas nos discursos organizacionais do SBT, dispostos nas propagandas institucionais do mesmo. Nossa proposta é abordar os Mitos que constituem estas discursividades e ao mesmo tempo podem ser considerados como agentes influenciadores da opinião e da legitimação do público quanto à Marca da Organização. Para tanto, utilizaremos a Complexidade como Método escolhido sob os pressupostos de Edgar Morin, bem como a Semiologia como Técnica, em uma Pesquisa Semiológica, identificadas por Roland Barthes.

**Palavras-chave**: Relações Públicas; Complexidade; Mito; Poder e Organização.

#### Introdução

Desde o dia em que nascemos estamos inseridos em Organizações, e durante toda a nossa vida passamos envolta destas. Conviver faz parte da trajetória humana, e isso significa viver de maneira organizada, em conjunção com outros seres de culturas e interesses diversos, de modo interdependente com o alheio.

A história das Organizações está, intimamente, ligada à história da sociedade humana. As mesmas, não se configuram como uma invenção moderna. Os faraós delas se utilizaram para construir as pirâmides. Os imperadores da China delas se utilizaram, há milhares de anos, para construir grandes sistemas de irrigação. E os primeiros Papas criaram uma igreja universal, a fim de servir a uma religião universal (ETZIONI, 1989).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A escolha do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) enquanto objeto de análise se deu pelo fato de esta organização ir muito além de ter uma Marca, legitimada por seus Públicos, mas sim, por exemplificar e refletir o intuito maior deste projeto. As peças, selecionadas, serão as da campanha institucional do SBT de agradecimento dos Públicos a existência da emissora. Serão 4 vinhetas, que trazem mensagens de agradecimento, pelos mais diversos sentimentos que esta empresa desperta em seus telespectadores. Ou melhor, dizendo, são sentimentos "cultivados" pelo SBT, na mente de todos nós.

Para tanto a busca pela evolução das teorias organizacionais e também das técnicas de gestão das mesmas ao longo dos tempos, será nosso primeiro regate, assim como também a história do SBT.

**Opções metodológicas**

Desta maneira, podemos dizer, que o Objetivo Geral do nosso trabalho, será estudar as Relações Públicas através da Complexidade dos Discursos Organizacionais dos Mitos no SBT, em níveis verbal e não-verbal. Tendo o paradigma da Complexidade como Método e a Semiologia como Técnica, em uma Pesquisa Semiológica.

Já, como Objetivo Específico, buscaremos compreender e explicar a complexidade das relações Míticas nas Organizações, tendo como foco principal a análise do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) através de sua Discursividade Organizacional em níveis verbal e não-verbal, que serão feitas através do estudo das peças institucionais selecionadas, que foram veiculadas na emissora no ano de 2009 e das categorias e metodologias escolhidas, as quais guiarão este estudo.

**Fundamentação teórica**

Para tecer este tapete complexo, teremos as seguintes categorias a priori, como fundamentação teórica: *Comunicação*, de Morin, com sua subcategoria *Estereótipo* abordado por Barthes; *Relações Públicas*, de Simões, com as subcategorias: *Marca*, trazida por Semprini, *Públicos*, de Rabaça, *e Organização*, de Morin; e *Mito*, *Poder* e *Socioleto*, ambas de Barthes. Estes, contudo, serão os principais fios que determinarão os primeiros passos de nosso trabalho, dialogando com o nosso objeto de análise.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Ao analisarmos o SBT, enquanto Organização, parece-nos imprescindível o estudo da Comunicação, para melhor compreender o objeto. Não somente, por ser uma Organização caracterizada como Midiática, mas sim, porque ao observarmos a vida humana, percebemos que a interdependência entre os indivíduos é que compõem nossa existência. Para Morin (2001), tudo é Comunicação, pois estamos sempre em interação com os demais indivíduos, em uma relação de diálogos constantes, e o mesmo coloca-nos:

> O diálogo fecundo, é o diálogo no qual o estranho torna-se um outro eu, em que eu me torno estrangeiro pra mim mesmo – processo múltiplo e contraditório que compõe a dialética da Comunicação com o outro, a qual não é possível sem a ênfase de uma comunicação de si para si. (MORIN, 2001, p.78)

Esta fundamentalidade na convivência, também, pode ser vista na vida Organizacional, no caso do SBT, temos a interdependência na relação da emissora com seu público telespectador e também com seu público interno. É através de seus diálogos que se formam as imagens estereotipadas em ambas as partes deste sistema. Este Estereótipo, no entanto, é entendido por Barthes como sinônimo de oportunismo, fenômeno social, e ainda nos salienta que:

> A palavra repetida, fora de toda a magia, de todo entusiasmo, como se fosse natural, como se por milagre essa palavra que retorna fosse a cada vez adequada por razões diferentes, como se imitar pudesse deixar de ser sentido como uma imitação: palavra sem cerimônia, que pretenda a consistência e ignora a sua própria existência (BARTHES, 1973, p.57)

Porém, como já foi mencionado, o Mito nem sempre fortalece a imagem da Organização que o “utiliza”, mas sim muitas vezes por ser de maneira oportunista acaba prejudicando e dificultando a Comunicação. Morin, contudo, evidencia:

> O ego-etno-sócio-centrismo, institucionalizado nos sistemas de poder, de dominação, de raça, de classe, de nação, de clã, etc.; o sistema histórico do meu, com a estrutura desdobrada – múltipla da personalidade e processos habituais de boa-má-fé que decorrem dela; as fixações resultantes de traumatismos genéticos (relações com os pais, Édipo, etc.); os grandes tabus; as pequenas fixações e os demônios mesquinhos (maledicências, maldades, tudo isso sobretudo nos meios onde em princípio deveria reinar a lucidez – os intelectuais – ou a bondade – as igrejas); os processos de interpretação projetiva – agressivos que têm como base de partida a combinação parcial ou total dos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



> fenômenos mencionados acima [...]; [...] o enorme peso da inércia nas relações humanas [...]. (MORIN, 2003 a, p.222)

Ao começarmos nossa pesquisa, nos deparamos com inúmeras definições do que são as Relações Públicas. Contudo, muitas delas apresentam-se somente sob a face tática e não conceitual. Para isso, usaremos o conceito abordado por Simões (2001), que irá delinear com maior malemolência nosso objeto de estudo, o SBT enquanto Organização, e suas relações Míticas através de seu Discurso Organizacional.

No entanto, a necessidade de uma abordagem das relações de Poder, faz-se primordial para que entendamos estas relações e para isso nada mais adequado que utilizar a Teoria da Micropolítica de Simões (2001, p.13), que define as Relações Públicas como: a "Gestão da função organizacional política", visando "(...) a ação favorável dos públicos à missão da organização". (2001, p.52)

Neste trabalho, abordaremos a subcategoria Marca sob o enfoque de Semprini (1995), o qual evidencia a importância da Comunicação. Para o autor, a Marca esta ligada não somente ao fator estratégico, mas, também, a toda a sua significação e, sobretudo sua a discursividade.

Ao analisarmos o SBT, perece-nos que muitas vezes, temos na figura de Sílvio Santos como a Marca da emissora. Marca porque sua influência perpassa os sentidos mercadológicos, interferindo também no comportamento de seus Públicos, por isso observando o mesmo, temos o Mito do empresário, que mais do que ser o proprietário da empresa se fez a identidade dela.

É neste sentido que Semprini (1995) aponta-nos a constituição das Marcas num:

> [...] motor semiótico, cujo combustível está integrado por elementos díspares como: nomes, cores, sons, conceitos, objetos, sonhos, desejos, cujo resultado é um mundo ordenado, estruturado e interpretável e, de certa forma, atrativo [...]. (SEMPRINI, 1995, p.47)

A fundamentação da categoria Públicos será feita pela conceituação proposta por Rabaça (2001, p.604) que evidencia Públicos como: "Conjunto de indivíduos cujos interesses comuns são atingidos pelas ações de uma organização, instituição ou empresa, e cujos atos afetam direta ou indiretamente os interesses da organização".

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Contudo, além da abordagem de Relações Públicas sobre os Mitos Organizacionais, temos a peculiaridade de desvendarmos o SBT enquanto Organização, através de suas discursividades. Sendo assim, para cumprir esta tarefa complexa, soa-nos justo ter esta subcategoria fundamentada por Morin (2002, p.133), que nos evidencia que: "[...] O encadeamento de relações entre componentes e indivíduos que produz uma unidade complexa ou sistema, dotada de qualidades desconhecidas quanto aos componentes ou indivíduos".

Estas relações e correlações entre indivíduos e componentes é que fazem o nosso cotidiano nas relações públicas, visto que mesmo através da história da mesma, sempre tivemos por objetivo maior, manter e compor relacionamentos sinérgicos entre as partes do sistema organizações-públicos, por isso analisarmos as discursividades das organizações, sobretudo, quando nestas encontramos falas míticas, faz-se de extrema valia para o desenvolvimento de tal atividade como ciência.

**Considerações finais**

Falar sobre conclusões definitivas parece fugir de nosso objetivo e nosso caminho percorrido. Neste estudo temos o Paradigma da Complexidade como nosso método o que nos faz acreditar que devemos obter conclusões a priori, pois nosso conhecimento está sempre à prova de novas descobertas e novos olhares.

Para tanto, tivemos este cuidado especial na escolha tanto das categorias como também das nossas opções metodológicas e teóricas, para que as principais questões de pesquisa pudessem ser respondidas, colaborando assim para a busca de nossos objetivos.

Outro fator que deve ser evidenciado é o fato de que como nosso estudo está ainda incipiente, não podemos colocar, evidencias conclusivas sobre as principais questões abordadas, já que o mesmo, ainda se encontra em construção.

Temos assim, que as Relações Públicas parecem ter sido de extrema importância não somente na construção do Mito, mas na conservação dele, pois, através dos discursos analisados podemos verificar que o trabalho de Comunicação e, sobretudo, a fidelização dos mesmos foi e parece continuar sendo muito intenso, capaz de não somente criar uma Marca forte, sólida, mas um verdadeiro Mito Organizacional a ser idolatrado por todos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Estas evidências, no entanto, não objetivam constituir verdades absolutas, mas sim conhecimentos provisórios que contemplaram as análises feitas neste trabalho, sendo que o mesmo ainda não está concluído, podendo ainda assim, obter mais certezas e incertezas, capazes de instigar ainda mais, nossas pesquisas.

**Referências**

BARTHES, Roland. *O prazer do texto.* 5.ed. São Paulo: Perspectiva, 1973.

ETZIONI, Amitai. *Análise Comparativa das Organizações Complexas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

MORIN, Edgar. *As duas globalizações*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

_____. *Meus demônios*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. 2. ed. Rio de janeiro: Campus, 2001.

SEMPRINI, Andrea. *El Marketing de La Marca.* Buenos Aires: Paidós, 1995.

SILVA, Arlindo. *A Fantástica História de Sílvio Santos.* São Paulo: Editora do Brasil, 2000.

SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas e Micropolítica.* São Paulo: Summus, 2001.

## 2. O campo profissional de Relações Públicas na trajetória da Light São Paulo

*Gisele Becker / Feevale*

(giseleb@feevale.br)

*Carla Lemos da Silva / UNIVATES*

(carlalemos@univates.br)

Este estudo busca analisar o papel que o campo de Relações Públicas exerceu na empresa São Paulo Tramway Light and Power Company, mais conhecida como Light São Paulo, que em 1914, criou o primeiro departamento de Relações Públicas, sob a chefia do Engenheiro Eduardo Pinheiro Lobo,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



considerado o pai das relações públicas no Brasil. Neste sentido, busca-se verificar o papel que o campo de Relações Públicas exerceu, nessa organização, ao longo dos anos, na formação da imagem desta em relação aos seus públicos. Para tanto, será utilizada a metodologia da pesquisa histórica construindo uma análise a partir de imagens fotográficas. Além da consulta de imagens, a metodologia também será constituída de pesquisa no portal da companhia.

**Palavras-chave**: Relações Públicas; Light São Paulo; Pesquisa Histórica.

## Introdução

Este estudo busca analisar o papel que o campo de Relações Públicas exerceu na empresa *São Paulo Tramway Light and Power Company*, mais conhecida como *Light* São Paulo que, em 1914, criou o primeiro departamento de Relações Públicas, sob a chefia do Engenheiro Eduardo Pinheiro Lobo, considerado o pai das relações públicas no Brasil. Neste sentido, o objetivo geral deste trabalho é analisar o papel que o campo de Relações Públicas exerceu, nessa organização, ao longo dos anos, na formação da imagem desta em relação aos seus públicos.

Quando a *Light* foi pioneira no Brasil, acreditava que necessitava de um órgão especializado para cuidar de seu relacionamento com seus diversos públicos. Pois, na época, houve uma seca rigorosa e a *Light* estava no fim de seus recursos hidráulicos. Ao mesmo tempo, ocorreu o aumento da demanda de energia elétrica que estava ultrapassando a capacidade de geração de suas usinas, uma hidráulica e outra a vapor.

## Procedimentos metodológicos

Será utilizada a metodologia da pesquisa histórica, construindo uma análise a partir de imagens fotográficas. Além da consulta de imagens, a metodologia também será constituída de pesquisa no portal da companhia. A utilização da metodologia de pesquisa histórica busca entender o desenvolvimento da empresa em seu contexto mais amplo. A análise de fotografias abre ao pesquisador uma série de possibilidades de observação.

O acervo da empresa, localizado no Rio de Janeiro, guarda cerca de 18 mil fotografias, entre imagens que registram o cotidiano de trabalho da empresa e

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



imagens externas. Através destas, especialmente, é possível perceber que o crescimento da *Light* não é inerente ao próprio desenvolvimento urbano da então capital federal. O fato de ser uma das primeiras empresas que centrou investimentos no campo da Comunicação já é indício do papel da companhia frente ao crescimento do Rio de Janeiro. Procura-se, portanto, neste estudo, compreender de que maneira estas duas vertentes se cruzam, em um contexto de busca de estabilização democrática no Brasil: o investimento em grandes empresas, como elemento promotor do crescimento urbano.

**Fundamentação teórica**

A República Velha, no Brasil, entre os anos de 1889 e 1930, representou ao mesmo tempo um período de euforia, frente à novidade representada pela República, e a frustração, frente a manipulações e fraudes eleitorais. Historicamente, representou um período de ambiguidade, portanto, se de um lado havia a proposta de tornar o país uma nação mais desenvolvida, mais próxima da industrialização e melhor equipada em termos de estrutura urbana, por outro ainda era percebido o peso político dos Estados de economia fortemente agrária, tais como São Paulo e Minas Gerais.

Em 1899, a Light chega ao País, neste contexto, desponta como uma das empresas capazes de alavancar o crescimento urbano pretendido. Em 7 de abril, um grupo de empresários canadenses funda a *The São Paulo Railway, Light and Power Company Limited*. Uma carta patente, expedida pela rainha Vitória do Reino Unido da Grã-Bretanha e Irlanda, delineia os objetivos da nova companhia no Brasil quanto à produção de energia. O comunicado real menciona ainda poderes para estabelecer “também linhas telegráficas e telefônicas” e compra “de quaisquer bens móveis e imóveis, terras e direitos inerentes, inclusive referentes a energia hidráulica, lagos, açudes, rios e correntes de água”.

A 17 de junho, o presidente da República, o paulista Campos Salles, assina o Decreto nº 3.349, que autoriza o funcionamento da *Light*. Sua atuação em São Paulo começou no mesmo ano, através da construção da Usina Hidrelétrica Parnaíba, concluída em 1901. Posteriormente, a *Light* São Paulo passaria a operar os serviços de geração e distribuição de energia elétrica e os

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



serviços de bondes elétricos do município de São Paulo, uma revolução para a época, quando haviam apenas bondes puxados a burro.

## Considerações finais

Na perspectiva da pesquisa histórica, a análise de imagens tem revelado grandes possibilidades de estudo. Ao historiador, que agora se aproxima de campos de estudo como os da Comunicação Social, a fotografia revela um mundo nem sempre expresso em livros ou outros documentos. Ela desvenda transformações urbanas, vestuário, paisagens e cenários de épocas distintas. Ao mesmo tempo, fornece indícios de comportamentos, mentalidades, relações de trabalho e relações sociais.

> A descoberta da fotografia propiciaria a inusitada possibilidade de autoconhecimento e recordação, de criação artística (e, portanto, de ampliação dos horizontes da arte), de documentação e denúncia graças a sua natureza testemunhal. Justamente em função deste último aspecto ela se constituiria em arma temível, passível de toda sorte de manipulações, na medida em que os receptores nela viam, apenas, a 'expressão da verdade', posto que resultante da 'imparcialidade' da objetiva fotográfica. A história, contudo, ganhava um novo documento: uma verdadeira revolução estava a caminho. (KOSSOY, Boris. *Fotografia & História.* São Paulo: Ateliê editorial, 2001)

Para tanto, neste estudo, é importante considerá-la não apenas elemento ilustrativo do Rio de Janeiro ou da Light no início do século XIX, mas elemento passível de questionamento, através do qual é possível relacionar o crescimento da empresa com o da própria cidade. Razão pela qual, acreditamos neste estudo, fosse necessário investir no setor de comunicação da mesma, aproximando-a do seu público. A criação do primeiro setor de Relações Públicas de que temos notícia, no país, não estaria, portanto, descolada de uma proposta de desenvolvimento para o Brasil no momento, ainda que politicamente sofrêssemos entraves para tal.

## Referências

ANDRADE, Cândido Teobaldo de. *Para entender Relações Públicas*. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1993.

KOSSOY, Boris. *Fotografia & História.* São Paulo: Ateliê editorial, 2001.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



MAUAD, Ana Maria. *Poses e Flagrantes*: ensaios sobre história e fotografias. Niterói: Eduff, 2008.

PINHO, José B. *Propaganda Institucional:* uso e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus, 1990.

WEY, Hebe. *O processo de Relações Públicas*. São Paulo: Summus, 1983.

http://www.pontaojongo.uff.br/labhoi/node/1243 - acesso em 01/02/2010.

http://www.light.com.br/web/tehome.asp - acesso em 01/02/2010.

http://www.light.com.br/web/institucional/cultura/ccl/memoria/tememoria.asp?mid=8687942772347225 - acesso em 01/02/2010.

## 3. Presença estratégica: Relações Públicas em portais institucionais

*Daiana Stasiak / UFG*

(daiastasiak@gmail.com)

*Eugenia M. M. R. Barichello / UFSM*

(eugeniabarichello@gmail.com)

O trabalho apresenta os resultados da pesquisa de dissertação de mestrado que teve como objetivo classificar as diferentes fases da práxis de Relações Públicas na web (WebRP) ao longo dos últimos catorze anos. A metodologia utilizada foi o estudo de casos múltiplos (YIN, 2005), o *corpus* foi formado por doze portais analisados em três momentos: anos 90, início dos anos 2000 e atualidade (2008/2009). Ao final das análises encontramos as estratégias pertinentes a cada época que permitiram a tipificação de três fases da WebRP.

**Palavras-chave**: Relações Públicas; Estratégias de Comunicação; Portais; Legitimação Institucional; Midiatização.

### Introdução

Na contemporaneidade, a práxis comunicacional nas organizações tem sido pautada pelo processo de midiatização advindo, sobretudo, por meio do desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação, que tendem a

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



reconfigurar os modos de produção de sentido e trazer novas lógicas aos regimes de visibilidade pública. (SODRÉ, 2002)

Esses fatos colocam-nos diante de transformações no modo de pensar e executar as práticas de Relações Públicas, principalmente no que diz respeito à utilização de estratégias de comunicação adequadas à gama de possibilidades disponibilizadas pelos suportes digitais e suas ambiências. Instala-se uma demanda que exige das organizações e instituições um diagnóstico de comunicação que contemple as possibilidades midiáticas disponíveis na elaboração de um planejamento de comunicação com estratégias comunicacionais inovadoras, que possibilitem a promoção da visibilidade e a legitimação frente à opinião dos públicos. Nessas circunstâncias de maturação tecnológica, a internet configura-se como a mídia de convergência, que oferece recursos fundamentais para a aplicação de estratégias de comunicação institucional.

O termo WebRP significa, neste trabalho, as práticas de Relações Públicas efetuadas na interface da *web* e é entendido a partir das teorias do webjornalismo, as quais serviram também como subsídio teórico para a elaboração do que caracterizamos como as fases da WebRP.

O trabalho dissertativo foi baseado em teorias que tratam sobre o panorama da internet, considerada sob a perspectiva de ambiência, suas gerações características como a interatividade que utilizou autores como Castells (1999), Kerckhove (1997), Levy (1999), Primo (2007). Além disso, conceitos de Relações Públicas relacionados à *web* com vistas a demonstrar que a interdependência entre estas áreas é fundamental, a partir de Kunsch (2003), Pinho (2003), Bueno (2003), Saad (2003), Barichello (2004) e Moura (2007) entre outros. Devido ao espaço textual proposto para o resumo expandido, o presente texto enfoca, prioritariamente, o percurso metodológico e os resultados da pesquisa que objetivou classificar as diferentes fases das práticas de Relações Públicas na *web* (WebRP) ao longo dos últimos catorze anos.

**A metodologia: Estudo de Casos Múltiplos**

A metodologia do trabalho baseou-se nos Estudos de Casos Múltiplos (YIN, 2005) o autor caracteriza esta como uma pesquisa que envolve duas ou mais pessoas ou organizações, numa lógica da replicação e não de amostragem.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



O estudo de caso investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, em situações nas quais as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente estabelecidas e utiliza múltiplas fontes de evidências. O caráter do estudo de caso pode ser: exploratório; descritivo ou explanatório (causal). Este estudo caracteriza-se como descritivo e exploratório, pois descreve os elementos estratégicos de comunicação presentes nos portais das organizações, explora e analisa suas modificações ao longo dos anos.

O *corpus* da pesquisa foi construído em duas etapas. Na primeira foram selecionados dois (2) portais de cada um dos vinte e cinco (25) domínios registrados para pessoas jurídicas no órgão 'Registro.br', responsável por manter e distribuir todos os endereços de portais disponíveis no Brasil. Os domínios foram digitados em ferramentas de busca da internet e a seleção de dois portais por domínio levou a um total de cinquenta portais.

A segunda etapa considerou os catorze anos de uso da internet no Brasil e foi estabelecido que os portais selecionados para o estudo de casos múltiplos deveriam estar presentes na rede, em média, há pelo menos nove anos, ou seja, antes do ano 2000. Para que este critério fosse atendido foi utilizada uma ferramenta denominada "Internet Archive Wayback Machine (IAWM)" um serviço que se dedica a recolher e arquivar versões de páginas *web* e permite que os usuários considerem versões arquivadas das *web pages* do passado. Os cinquenta (50) portais selecionados inicialmente foram digitados na ferramenta WayBack Machine e destes apenas oito (8) portais apresentaram registros anteriores ao ano 2000.

Devido ao pequeno número de casos encontrados optou-se por adicionar ao *corpus* de pesquisa o domínio COM.BR que é caracterizado como um domínio genérico utilizado tanto para registrar portais para pessoas físicas quanto para pessoas jurídicas. Através do mesmo processo foram selecionados mais quatro (4) portais que se enquadraram no protocolo de estudos pré-estabelecido.

Concluídas as duas etapas, chegou-se a um total de doze (12) portais, que formaram o *corpus* final de estudo, são eles: Banco do Estado de Santa Catarina (http://www.besc.com.br), Banco do Estado do Rio Grande do Sul (http://www.banrisul.com.br), Universidade Federal de Santa Maria (http://www.ufsm.br), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



(http://www.pucrs.br), Colégio Anchieta (http://www.colegioanchieta.g12.br), Senado Federal do Brasil (http://www.senado.gov.br), Força Aérea Brasileira (http://www.fab.mil.br), Partido dos Trabalhadores (http://www.pt.org.br), Gerdau (http://www.gerdau.com.br), Avon (http://www.avon.com.br), Sadia (http://www.sadia.com.br) e Todeschini (http://www.todeschinisa.com.br).

Os objetivos da pesquisa exigiram a análise dos portais em três momentos: anos 90, composto por portais de 1995 a 1999, anos 2000, com portais de 2001 a 2005 e anos atuais, com portais de 2008 e 2009. A divisão cronológica foi realizada a partir das constatações da análise que evidenciaram características capazes de serem agrupadas nesses três momentos.

**A análise: as estratégias de comunicação de cada tempo[138]**

A partir da reflexão sobre as funções atribuídas às Relações Públicas: pesquisar, diagnosticar, prognosticar, assessorar, implementar programas, avaliar e controlar. Foi elaborada uma lista de estratégias de comunicação consideradas norteadoras das práticas de Relações Públicas. Muitas destas estratégias se aplicam fora do contexto da *web*, mas aqui representaram *links* presentes nos portais institucionais. São elas:

1. Apresentação da organização: fundação e história: informações básicas que situam os públicos sobre a origem organizacional.
2. Pontos de identidade visual: presença de cores, marcas, logotipos que colaboram para a identificação institucional.
3. Missão e visão: elementos característicos que explicam os princípios e o que a organização pretende alcançar.
4. Sinalização virtual: indica a setorização organizacional, característica também presente fora da web.
5. Hierarquia organizacional: geralmente expressa através de organogramas apresenta a estrutura de cargos dentro da organização.
6. Normas e regimento organizacional: documentos que explicam as regras e códigos que devem ser seguidos na organização.

[138] A pesquisa possui oitenta imagens advindas do mapeamento realizados nos portais, desde 1995 à 2009.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



7. Agenda de eventos: divulgação de promoções institucionais com objetivo de informar, entreter, integrar os públicos.
8. Publicações institucionais: materiais que contém caráter institucional da organização: *newsletters*, boletins informativos, *house-organs*, jornais e revistas, relatórios, sugestões de pauta, balanços sociais.
9. Acesso em língua estrangeira: estratégia para facilitar o acesso às informações organizacionais, característica da *web* pela questão da quebra de barreiras geográficas.
10. Sistema de busca interna de informações: característica da *web* 2.0 que colabora para o acesso a informações específicas em meio às demais disponíveis.
11. Mapa do portal: estratégia de acessibilidade que apresenta aos públicos todas as opções disponíveis no portal.
12. Contato, fale conosco, ouvidoria: permite que os públicos enviem suas dúvidas e sugestões para a organização, o ideal é que se estabeleça um processo de comunicação entre as partes.
13. Pesquisa e enquete *on-line:* ferramentas para colher informações sobre determinados assuntos que podem ser utilizadas em benefício da organização.
14. Presença de notícias institucionais: o portal oferece espaço para a disponibilização de notícias sobre a organização e assuntos afins, é um local estratégico para informar os públicos.
15. Projetos institucionais: os projetos relativos às preocupações sociais, culturais e ambientais obtêm maior visibilidade através do portal.
16. Visita Virtual: promove e apresenta o espaço organizacional no ambiente da *web*.
17. Serviços *on-line:* utilização das possibilidades tecnológicas para a prestação ou facilitação de serviços para os públicos.
18. C*lipping* virtual: mostra a visibilidade das ações organizacionais nos meios de comunicação tradicionais e na internet.
19. Comunicação dirigida: a rede aumenta as possibilidades de se dirigir para cada público específico, a comunicação dirigida é feita através da criação de páginas dentro do portal, por exemplo: páginas para fornecedores, acionistas, colaboradores, público adolescente.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



20. Espaço para imprensa: releases e galeria de imagens: Disponibilização de mais informações para o uso nas mídias tradicionais e também para os públicos.
21. Uso do hipertexto (texto+som+imagem); presença do texto escrito acompanhado por som e imagem, ou disponibilização de mensagens em vídeo.
22. Personagens virtuais: com o avanço das possibilidades do uso de multimídias na *web*, as organizações passam a colocar na rede seus personagens representativos.
23. Presença TV e Rádio on-line: a facilidade no acesso a arquivos de áudio e vídeo também torna possível a abertura de canais de rádio e TV institucionais.
24. Transmissão de eventos ao vivo: uma possibilidade estratégica que pode fazer com que a organização ultrapasse barreiras espaço-temporais através da transmissão e troca de informações *on-line*.
25. Disponibilização de "Fale conosco" interativo: prevê um nível de comunicação mais participativa, na qual os públicos interagem com a organização através do sistema de troca de mensagens instantâneas.
26. Presença de *chat*s: realização de conversas *on-line* com pessoas da organização, ou especialistas em assuntos ligados a ela.
27. Link de blog organizacional: a *web* torna possível a elaboração de blogs sobre a organização nos quais a característica principal é a participação dos públicos que encontram um espaço mais alternativo e informal para expressar suas opiniões.

**Considerações finais**

A dinâmica da pesquisa consistiu em constatar e analisar a presença de cada uma das vinte e sete (27) estratégias propostas nos portais selecionados. A análise nos apresenta uma situação de aumento progressivo do uso de espaços institucionais nos portais através da disponibilização de projetos, notícias, eventos e publicidade, feitos especialmente para a rede, além da consolidação dos serviços *on-line* e da aplicação de recursos de multimídia como vídeos, imagens e sons. Por outro lado, encontramos no mapeamento portais sem uma capacidade interativa coerente com as possibilidades técnicas disponíveis atualmente, como, por exemplo, a falta de estratégias de interação mútua com os públicos.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A análise empírica dos portais e a tipificação das estratégias de comunicação na *web* nos levaram a entender o uso do portal como uma adequação das organizações ao *bios* virtual proposto por Sodré (2002). Pois, estamos diante de acontecimentos apresentados em tempo real, característica principal deste novo ambiente que também pode ser considerado como um marco da passagem da comunicação de massa centralizada, vertical e unidirecional para o espaço de possibilidades em rede.

Num primeiro momento as práticas de Relações Públicas caracterizaram-se pela busca e conhecimento de um novo espaço (portal) e pelo crédito a uma mídia em ascensão (internet) que ainda não tinha seus resultados de visibilidade comprovados. Mas, ao mesmo tempo, essa nova mídia possuía um forte apelo de modernização e transformação dos modos de se dispor informações aos públicos, que não dependia mais exclusivamente das mídias tradicionais. E que quebrava, de certo modo, a lógica de emissor-canal-receptor, pois oferecia aos públicos mais possibilidades de interagir diante de um contexto.

O passar dos anos demonstra que os portais fixam suas raízes e ganham maior credibilidade. Assim, o segundo momento das práticas de Relações Públicas passa a ser de exploração de um espaço que exige conteúdos diferenciados das mídias clássicas. Em linhas gerais esta constatação resultou num aumento da oferta de serviços *on-line*, no melhor aproveitamento das seções de notícias e publicações institucionais, maior abertura para as formas de contato virtual com os públicos, estratégias de comunicação dirigida e uso de perguntas em enquetes feitas através do portal.

Já o momento atual evidencia a evolução do sistema *web* e sua presença cada vez maior no cotidiano da vida das pessoas. Nas práticas de Relações Públicas isso se reflete em estratégias da internet conectadas as estratégias para as demais mídias; no contato mais dirigido a cada público e no aproveitamento das possibilidades do uso de estratégias multimídia. Finalmente, com base nas ações acima referenciadas foi possível classificar as diferentes fases das práticas de Relações Públicas na *web* (WebRP) ao longo dos últimos catorze anos, objetivo geral do presente trabalho.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



A primeira fase da WebRP caracteriza-se por demonstrar a ocupação de um novo espaço de caráter informativo, com a transposição de pontos de identidade visual, dados históricos e poucas notícias.

A segunda fase da WebRP apresenta um número extremamente maior de informações e a ampliação de serviços virtuais, das formas de contato com os públicos e dos espaços de notícias.

A terceira fase da WebRP tem como traços marcantes o predomínio de informações dirigidas a cada público, a presença de projetos institucionais e a utilização de recursos em multimídia.

Em todas as fases estiveram presentes nos portais, estratégias interativas como o *chat* na primeira, os fóruns para troca de mensagens na segunda e o *blog* organizacional na terceira. Porém, é importante ressaltar que foram estratégias isoladas e não se repetiram na maioria dos casos. Se associarmos essas constatações aos conceitos de interação propostos por Primo (2007) podemos afirmar que a interação reativa esteve presente em todos os portais e, no entanto, a interação mútua foi quase inexistente ao longo das fases estudadas.

**Referências**

BARICHELLO, Eugenia. M.R. (org.) *Visibilidade midiática, legitimação e responsabilidade social:* dez estudos sobre as práticas da comunicação na universidade. Santa Maria/ RS: Facos/UFSM, 2004.

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial:* teoria e pesquisa. São Paulo: Manole, 2003.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*: a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

KERCKHOVE, Derrick de. *A Pele da Cultura*. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Planejamento em Relações Públicas na Comunicação Integrada*. 4ª ed, São Paulo: Summus, 2003.

LEVY, Pierre. *Cibercultura.* São Paulo: Ed. 43, 1999.

MOURA, Cláudia Peixoto de. A pesquisa em Relações Públicas: uma prática no espaço digital. In: DORNELLES, Souvenir Maria. (org.) *Relações Públicas*: quem sabe, faz e explica. Porto Alegre: Edicpucrs, 2007.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



PINHO, J. B. *Relações Públicas na Internet*: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003a.

PRIMO, A. *Interação mediada por computador*: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SAAD B. *Estratégias para a mídia digital*: Internet, informação e comunicação. São Paulo: Editora Senac, 2003.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

YIN, R. K. *Estudo de caso*: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

## 4. Socioanálisis organizacional y comunitario: las organizaciones y el cultivo de sus entornos - metodología de análisis diagnóstico e intervención en colectivos sociales[139]

*Eduardo Andrés Vizer / UBA*

(eavizer@gmail.com)

*Helenice Carvalho / UFRGS*

(helecarvalho@gmail.com)

Toda sociedad humana basa su supervivencia en la reproducción de los recursos y en la acción transformadora que ejercita sobre su ambiente. La propia complejidad de una sociedad –en tanto cualquier sociedad es compleja- es un 'efecto de sus procesos de emergencia', y a su vez un resultado del potencial para *auto organizar la variedad y variabilidad* de sus recursos (dos conceptos claramente separados). Variedad y variabilidad en la explotación de recursos del entorno físico; del grupo humano y de los propios recursos culturales (conocimientos, técnicas, lenguajes simbólicos, la adecuación de los paradigmas y creencias institucionalizadas, etc).

La "calidad de vida" y el desarrollo de una organización pueden concebirse como un emergente de su capacidad para movilizar los recursos globales en diferentes dominios. La noción de *cultivo social* propone una perspectiva 'ecológica' y una visión integral y no reduccionista. Un proceso mediante el cual

[139] Resumo expandido em espanhol.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



una comunidad u organización aprenden a desarrollar *prácticas* que aseguren el acceso a recursos estratégicos. Un *trabajo de estructuración sobre el espacio y el tiempo*: trabajo físico y también social, cultural-simbólico e imaginario. Un proceso de apropiación activa de los recursos técnicos, ambientales, sociales y culturales a fin de asegurar la reproducción de los múltiples entornos del colectivo social (institución, barrio o comunidad).

Se describe la metodología de Socioanálisis, que posibilita investigar el funcionamiento integral de cualquier organización a partir de sus prácticas y dispositivos materiales, técnicos, sociales, culturales y discursivos. Proponemos distinguir entre diferentes entornos -o topologías- dentro de los cuales un colectivo social desarrolla capacidades y competencias para transformar objetos y artefactos que le permitan 'cultivar y modelizar' –u organizar- diferentes estructuras, sistemas, o dominios institucionales necesarios para su supervivencia por medio de actividades e instituciones específicas. Estas actividades reconstruyen permanentemente los diversos dominios de realidad de toda sociedad: desde las acciones instrumentales y técnicas concebidas como trabajo, a las de reproducción de las relaciones sociales e institucionales; de la educación a la construcción y mantenimiento de la vivienda, de las estructuras vinculares y el sexo hasta las expresiones de la cultura, el arte y los procesos comunicativos. La emergencia y la diversidad de dominios surgen como ámbitos y 'lugares' creados a través de las prácticas y las creencias, las certidumbres y los significados por medio de los que una comunidad construye su habitat físico, simbólico e imaginario.

La metodología desarrollada que presentamos puede ser aplicada al análisis diagnóstico e intervención en comunidades y organizaciones sociales. Incluye una Guía de Observación de campo y un Dispositivo de análisis que presenta categorías múltiples para el registro de información, el análisis diagnóstico 'integral' (no reduccionista) y la elaboración de propuestas de intervención en toda clase de colectivos sociales. Ha sido largamente utilizada en Argentina y ahora en Brasil a partir del año 2000. Se elaboró y desarrolló en nuestras Cátedras de Comunicación Comunitaria de la Facultad de C. Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Se aplica una metodología de observación de campo integral junto a estrategias participativas de información y comunicación que permiten la realización de diagnósticos grupales y comunitarios. El Dispositivo

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



presenta categorías y dimensiones teórico-empíricas de observación de prácticas sociales y culturales, poniendo énfasis especial en los procesos de comunicación e interacción social y simbólica. Se formulan ciertas hipótesis de base sobre los procesos de estructuración de las organizaciones sociales. Éstas guian los criterios para la investigación sobre la reproducción de los modos de apropiación – o 'cultivo'- que realizan los individuos y los grupos sobre sus entornos y sus múltiples contextos –materiales, sociales, culturales y psicológicos. El método socioanalítico permite realizar diagnósticos sobre problemas y diseño de programas de acción: promoción y desarrollo, salud, trabajo, educación, etc. Se ha aplicado en servicios de salud, establecimientos educativos, empresas privadas, barrios urbanos y localidades rurales, ONG's y programas municipales en Argentina y Brasil.

**Palabras clave**: dispositivo de Socioanálisis diagnóstico; dimensiones; comunicación; apropiación; cultivo del entorno.

## 5. "Nos passos de Jango": análise documental da política desenvolvida por João Goulart

*Ronaldo B. Colvero / UNIPAMPA*

*(ronaldo.colvero@unipampa.edu.br)*[140]

Esta proposta de pesquisa tomou forma após a criação do Memorial João Goulart, em São Borja, pois a partir de visitas realizadas nas dependências do mesmo, podemos observar a existência de alguns documentos expostos ou disponíveis na reserva técnica. Estes nos chamaram a atenção para iniciarmos uma pesquisa, a fim de que fossem analisados e interpretados à luz a historiografia e dos métodos disponíveis para tratamento desse material. Dessa forma, cremos na possibilidade do relacionamento das diferentes esferas de repercussão das ações ou atos políticos de João Goulart no período de 1940 a 1976.

**Palavras-chave**: História; João Goulart; Documentação Epistolar Oficial e Oficiosa.

---

[140] Esta pesquisa conta com o apoio de dois Bolsistas de Iniciação Científica: Tiago Radeski e Luciano Costa, alunos do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Unipampa Campus São Borja.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



**Apresentação**

Em 1919, mais especificamente, no dia 1º de março, nascia em São Borja, *João Belchior Marques Goulart*, filho de Vicente Rodrigues Goulart e de Vicentina Marques Goulart. Seu pai era rico estancieiro na região além de sócio de Protásio Dornelles Vargas, irmão de Getúlio Vargas em uma firma comercial especializada na comercialização do charque. Tendo estudado em Uruguaiana e Porto Alegre, graduou-se em direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais de Porto Alegre, em 1939.

Sua atuação política só seria intensificada em 1946, após vários contatos que tivera com Getúlio Vargas no período que este ficara em sua fazenda Itu, no interior de São Borja, já preparando sua candidatura à Presidência, em 1950. Jango fora lançado por Getúlio candidato a deputado estadual para as eleições de janeiro de 1947. Durante a campanha, criou novos diretórios do PTB no interior, inclusive o de São Borja, cuja presidência passou a exercer. Eleito por essa cidade, não desempenhou papel de destaque na assembléia estadual. Veio a falecer devido a uma parada cardíaca – causa que ainda hoje suscita discussões – em sua estância no interior da Argentina, no dia 6 de dezembro de 1976.

Após a deposição de João Goulart da presidência da República, ocorrida em 31 de março de 1964, ocorreu um plebiscito emancipacionista em São Borja. Dessa forma, pela Lei Estadual n. 5059, de 12 de outubro de 1965, foi desmembrada parcela considerável da área geográfica de São Borja, formando-se o novo município de Santo Antônio das Missões. O mesmo voltou a acontecer em 1988, com a emancipação do então Distrito de Itacurubi e, em seguida, com o Distrito de Garruchos.

Partindo-se da constatação de que a vida política do ex-presidente João Goulart iniciou-se desde muito cedo em São Borja, com uma ascensão incrível no cenário regional e nacional, este pesquisa justifica-se pela necessidade de analisar melhor as teias de relacionamento deste personagem.

Vale lembrar que, tendo adquirido ampla aceitação nas camadas trabalhadoras, Goulart foi chamado para ministro do Trabalho, em 1953, pelo próprio Vargas. Em 1955, após uma difícil aliança entre os dois principais partidos à época PTB e PSD, Jango concorre à vice-presidência de Juscelino Kubitschek e ganha, apesar de muitas vezes entrar em desacordo com este, principalmente em

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



relação ao descaso ante as reformas de base que considerava essenciais para o desenvolvimento do país. Em 1960 fora reeleito como vice-presidente, dessa vez com Jânio, de outra coligação, sendo o presidente. Isso causou mais atritos entre ambos, e Goulart preferiu não exercer nenhuma pressão sobre o mesmo.

No Brasil, a disputa pela hegemonia durante o período da Guerra Fria se explicitou na disputa do Estado durante o governo de João Goulart, retratado e documentado por Moniz Bandeira, com farta informação documental e muitos depoimentos. Trata-se, portanto, de seu já consagrado livro, *O Governo João Goulart*, cuja sétima edição veio a público pela parceria da Editora Revan com a Editora Universidade de Brasília, em 2001. Retratam-se, aí, as lutas sociais no Brasil em torno do governo João Goulart, cuja nitidez não pode ser mascarada pelo Estado, pois este transformar-se no próprio objeto do confronto.

Das características inerentes àquele contexto, resultou um embate social, através da representatividade política. João Goulart foi, à sua época e com características próprias, o agente central dos acontecimentos que ele também ajudou a produzir, ao assumir, voluntariamente, uma luta nacional reformista.

No decorrer do seu mandato sob regime parlamentarista, especialmente em 1962, Goulart empenhou-se em manter boas relações com amplos setores do governo, tentando sempre contrabalançar as influências nos ministérios com nomeações tanto de opositores, quanto de apoiadores. Porém, pressionava cada vez mais a Assembléia para aprovar o pedido de alteração da data do referendo popular que decidiria pela continuidade do parlamentarismo ou se o país voltaria ao presidencialismo. Com isso poderia ter maior poder de decisão sobre a política a ser implementada.

Com o retorno do presidencialismo, duas medidas foram propostas para superar a crise: consolidar a presidência e permitir algumas mudanças. Foram, o Plano Trienal, apresentado por Celso Furtado, então nomeado para o cargo de ministro extraordinário do Planejamento, e o projeto de emenda constitucional para permitir a desapropriação de terras sem prévia indenização. “O Plano Trienal foi apresentado como um instrumento para superar a precária situação econômica do país. Suas metas básicas eram combater a inflação sem comprometer o desenvolvimento econômico e, ao mesmo tempo, promover as reformas econômicas institucionais necessárias para manter um desenvolvimento

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



posterior". (FIGUEIREDO, 1993, p.92) Mas, o combate à inflação sem comprometer o desenvolvimento, respondendo também aos interesses empresariais e aos credores externos, só poderia sustentar-se com a contenção das reivindicações salariais dos trabalhadores. Esta perspectiva não agradava ao Presidente Goulart, que não simpatizava com o Plano.

Ao iniciar o ano de 1964 as confabulações políticas entre representantes dos partidos e os militares já era um fato. O Serviço Federal de Informações e Contra-Informações (SFICI), órgão do Conselho de Segurança Nacional, não ignorava o que ocorria, mas o governo não adotava medidas eficazes que pudessem deter o movimento. Goulart acreditava que, com o apoio popular, neutralizaria qualquer tentativa de golpe de Estado contra seu governo.

A partir do comício sobre as reformas realizado na Central do Brasil, em 13 de março de 1964, era patente que Jango havia se voltado para a esquerda, abandonando sua tradicional política de compromisso. Enquanto a UDN, parte do PSP e outros partidos menores reclamavam o *impeachment de* Goulart, várias entidades como a Campanha da Mulher pela Democracia (Camde), Fraterna Amizade Urbana e Rural (FAUR), União Cívica Feminina (UCF), Sociedade Rural Brasileira (SRB) e outras, articulavam a realização da chamada Marcha da Família com Deus pela Liberdade, com a finalidade de sensibilizar a opinião pública contra as medidas que vinham sendo adotadas pelo governo, que, na sua concepção, levariam à implantação do comunismo no país.

Na madrugada de 31 de março, o general Olímpio Mourão Filho, comandante da 4ª. Região Militar, sediada em Juiz de Fora (MG), iniciou a movimentação de tropas em direção ao Rio de Janeiro. Deflagrada a sublevação, os principais comandos militares se articularam para dar seu apoio à ofensiva de Minas. Na manhã desse mesmo dia, Jango tomou conhecimento do levante militar e aos poucos compreendeu que não tinha condições de sufocá-lo. Estava deflagrado o golpe militar. Foi para Brasília na manhã do dia 1º e à noite para Porto Alegre, na tentativa de formar oposição ao ocorrido, o que fora infrutífero. Em 4 de abril chegava em Montevidéu em busca de asilo político.

Vale ressaltar que, ao verificar tais aspectos, o conceito do que se entende por "história política" está longe de estar fechado. É necessário que se levante uma discussão mais ampla, que rompa com os paradigmas onde a história

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



aparece com um conhecimento construído, como um discurso criador do passado, pois vivemos um momento de rupturas historiográficas, no qual a produção, ou parte dela, já estaria demonstrando na prática de pesquisa a influência de preocupações teóricas mais recentes. Verifica-se empiricamente que a análise da história política alargou suas fronteiras, seja a partir do enorme papel que o Estado tomou na sociedade contemporânea, seja à medida que passamos a nos preocupar com o poder presente em toda e qualquer relação humana.

Ser historiador e trabalhar com história política é saber contemplar de uma forma direta todos os recursos disponíveis, teóricos ou não, que vão desde o fato gerador pelo qual o historiador possa perceber as relações que o candidato ou partido mantém entre si ou externamente; ou ainda, movimentos ou segmentos da sociedade que possam deflagrar, por meio de suas propagandas, manifestos, discursos, imagens, símbolos e representações, elementos que alteraram de certa forma as ações dos indivíduos ou dos grupos.

Portanto, ao iniciar um trabalho que tem como fito analisar a documentação epistolar, oficial e oficiosa, é preciso ter em mente o fascínio e a consciência que estes recursos podem proporcionar, bem como o tipo de influência que eles tiveram sobre a memória individual, para uma posterior formação da memória coletiva.

É preciso anotar, todavia que, com a abertura do Memorial de João Goulart, na cidade de São Borja, novas possibilidades se abrem para a pesquisa. Apesar da documentação que será analisada neste projeto não ser unicamente proveniente deste acervo, ela destaca o quanto foi importante não apenas para a comunidade acadêmica, mas para a sociedade são-borjense, a formalização de um espaço que preserva parte da memória do país, do Estado, de São Borja.

Nosso objetivo visa analisar a documentação passiva e ativa do ex-presidente João Goulart disponível no Memorial João Goulart e na Câmara Municipal de Vereadores de São Borja, procurando identificar as teias sociais e políticas de relacionamento do ex-presidente João Goulart em distintas fases de sua carreira política, e suas vinculações e o manejo político entre as distintas esferas de poder realizado pelo ex-presidente, verificando a partir das documentações a existência ou não da formação de redes de beneficiamento pessoal junto ao ex-presidente, buscando a identificação de seus atores e respectivos interesses.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## Considerações finais

Como pesquisadores de longa data, sabemos o quanto é frustrante e dispendioso chegar em determinado lugar e não encontrar, muitas vezes pela própria falta de estrutura, a documentação que é essencial à realização de nossas pesquisas. Por isso, cremos que os resultados obtidos através deste Projeto irão contribuir sobremaneira para as pesquisas que envolvem a região das Missões, o Rio Grande do Sul, a região Platina e o Brasil.

O manancial de fontes documentais que se encontra depositado no dito Memorial, na cidade de São Borja, é riquíssimo para a análise e construção da história, levando-se em consideração diversos aspectos, tais como: a justiça, a sociedade, as relações internacionais, o desenvolvimento da economia, a instalação das instituições públicas, especialmente a política e a agricultura, assim como outros temas correlatos.

Dessa forma, os resultados obtidos com a realização deste Projeto terão um impacto profundo nas produções relacionadas à historiografia e à Ciência Política no âmbito regional, nacional e internacional.

## Referências

AZEVEDO, Antonio Carlos do Amaral. *Dicionário de nomes, termos e conceitos históricos*. São Paulo: Nova Fronteira, 1990.

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. *Arquivos permanentes*: tratamento documental. 4. Ed. Rio de Janeiro; Editora FGV, 2006.

BRAUDEL, Fernand. *Escritos sobre a História*. 2.ed. Trad. J. Guinsburg; Tereza Cristina Silveira da Mota. São Paulo: Perspectiva, 1992.

CARDOSO, Ciro Flamarion; BRIGNOLI, Héctor Pérez. *Os métodos da história.* 3. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1983. (Biblioteca de história, v.5.)

CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo. (org.) *Domínios da história*: ensaios de teoria e metodologia. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

CASTRO, Therezinha de. *História Documental do Brasil*. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1995.

DIEHL, Astor Antônio. *A matriz da cultura histórica brasileira*: do crescente progresso otimista à crise da razão histórica. Uma introdução – I. Porto Alegre: PUCRS, 1993.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



DIEHL, Astor Antônio. *A cultura historiográfica nos anos 80*: mudança estrutural na matriz historiográfica brasileira – (IV). Porto Alegre: Evangraf, 1993.

DIEHL, Astor Antônio. *Max Weber e a História*. Passo Fundo: Ediupf, 1996.

DIEHL, Astor Antônio. *A cultura historiográfica Brasileira*: Do IHGB aos anos 1930. Passo Fundo: Ediupf, 1998.

FÉLIX, Loiva Otero. *História e Memória*: a problemática da Pesquisa. Passo Fundo: Ediupf, 1998.

FIGUEIREDO, Argelina C. *Democracia ou Reformas?* São Paulo: Paz e Terra, 1993.

FRATINI, Renata. "Educação patrimonial em arquivos" in: Histórica. *Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo*, n.34, 2009.

GARDINER, Patrick. *Teorias da História*. 4.ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1995.

HEYMANN, Luciana. *De "arquivo pessoal" a "patrimônio nacional"*: reflexões acerca da produção de "legados". Rio de Janeiro: CPDOC, 2005.

*HISTÓRIA: debates e Tendências*, revista do programa de pós-graduação em história e do centro de pesquisas historiográficas do Rio Grande do Sul – CPH-RS. v.2, n.1. Ediupf, Passo Fundo, dez. 2001.

HUNT, Lynn. *A Nova História Cultural*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre. *História*: novas abordagens. 4. ed. Trad.: Henrique Mesquita. Coordenado por Ana Maria de Castro et al. São Paulo: Francisco Alves, 1995.

LE GOFF, Jacques. *A história nova*. 4.ed. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. 5.ed. Trad. Irene Ferreira; Bernardo Leitão; Suzana Ferreira Borges. Campinas: Editora da Unicamp, 2003.

RECKZIEGEL, Ana Luiza Setti. *História regional*: dimensões teórico-conceituais. In: História, debates e tendências. Passo Fundo: Ediupf, nº 1, jun. 1999.

VEYNE, Paul. *Como se escreve a história e Foucault revoluciona a história*. 4.ed. Trad. Alda Baltar e Maria Auxiliadora Kneipp. Brasília: Editora da UnB, 1998.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



## 6. Memória e Comunicação Institucional: a construção de relacionamentos com base em acervos

*Cláudia Peixoto de Moura*
(cpmoura@pucrs.br)
*Alina Oliveira de Souza (bolsista PIBIC/CNPq) / PUCRS*
(alinasouza_17@hotmail.com)

O artigo objetiva compreender a comunicação institucional e o processo de Relações Públicas em construção, com base no trabalho desenvolvido em acervos identificados como espaços de documentação e memória. As possibilidades de relacionamentos entre as instituições que possuem acervos e os seus públicos de interesse são focadas no estudo. Para tanto, envolve aspectos teóricos, fundamentados em bibliografia, e práticos relativos aos procedimentos metodológicos adotados para a coleta de dados, tais como: pesquisa documental e técnica de questionário. Os programas de documentação e memória, existentes em instituições públicas e privadas situadas no Rio Grande do Sul (Brasil) são abordados, caracterizando suas ações de comunicação para a construção de relacionamentos com os públicos.

**Palavras-chave**: Comunicação Institucional; Relações Públicas; Memória; Acervos.

### Considerações iniciais

A temática ainda é pouco explorada na área de Comunicação, considerando as práticas profissionais de Relações Públicas. O estudo é interdisciplinar, na medida está fundamentado em conceitos oriundos de áreas afins. Envolve aspectos teóricos referentes aos tópicos Comunicação Institucional, Relações Públicas, Acervos, Memória. A pesquisa tem como finalidade mapear acervos institucionais, programas e ações dirigidas à memória institucional, documentos e materiais preservados pelas instituições, tipo de produção e disponibilização dos acervos, ações de comunicação institucional, relacionamentos estabelecidos a partir dos acervos e o futuro dos programas de documentação e memória das instituições pesquisadas. O estudo possibilita uma

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



análise da construção de relacionamentos com os públicos mediante as referidas ações de comunicação.

Os objetivos da investigação são: a) compreender a comunicação institucional e o processo de Relações Públicas em construção com base no trabalho desenvolvido em acervos identificados como espaços de documentação e memória; b) mapear os programas de documentação e memória existentes em instituições situadas no Rio Grande do Sul, caracterizando e analisando suas ações de comunicação. A interface entre História e Relações Públicas, proposta neste estudo, permite encaminhar as seguintes questões: como os acervos favorecem a construção de relacionamentos? qual o papel da memória para a Comunicação Institucional? A escolha do objeto de estudo incidiu sobre o processo de construção de relacionamentos com base em acervos, sendo estes observados nas práticas institucionais, tanto públicas como privadas, dentro do sistema organização-públicos[141], identificado com a área de Relações Públicas. A pesquisa encontra-se em andamento, sendo seus resultados ainda parciais.

**Procedimentos metodológicos**

Para o desenvolvimento do estudo, até o momento foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos, em caráter exploratório: Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Documental e Técnica de Questionário. Na pesquisa bibliografia foram abordados aspectos teóricos, sendo adotado um fichamento das fontes consultadas como livros, artigos, revistas e publicações na internet, além de outros trabalhos acadêmicos relacionados ao estudo. Na pesquisa documental foram mapeados acervos, programas e ações dirigidas à memória institucional, existentes no Rio Grande do Sul, por meio de buscas na internet considerando: instituições entre as "100 Maiores do Rio Grande do Sul"[142]; universidades do Rio Grande do Sul; instituições públicas[143] registradas no Cadastro Nacional de Museus; instituições registradas nos sites *Google* e *Hagah*,

[141] Segundo Roberto Porto Simões, a relação organização-públicos é o objeto material das Relações Públicas (1984, p.118).
[142] Publicação na Revista Amanhã, de setembro de 2009.
[143] Instituições públicas no sentido de organizações de trabalho. Por exemplo, "Memorial do Rio Grande do Sul" não se refere a uma organização de trabalho, e sim a uma unidade federativa. Já "Memorial do Tribunal de Contas do Estado" diz respeito a um grupo de pessoas que trabalham para um determinado fim (uma organização propriamente dita).

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



mediante busca com as expressões "Acervo Histórico", "Programas de Documentação e Memória", "Memória Empresarial", "Memoriais", "Museus", "Memória Institucional", "Memória Organizacional".

Na técnica de questionário foram coletados aspectos práticos através da opinião dos responsáveis pelos acervos mapeados, referentes aos relacionamentos estabelecidos com os programas de documentação e memória das instituições pesquisadas. O instrumento foi fundamentado nas questões teóricas levantadas na pesquisa bibliográfica. Para a aplicação, realizou-se um contato telefônico com as instituições selecionadas, confirmando a manutenção de acervos e identificando a equipe (ou pessoa) responsável pelos espaços de documentação e memória. O instrumento foi enviado para os endereços eletrônicos informados, sendo considerado o prazo para a devolução de respostas de aproximadamente quinze dias úteis.

Outras técnicas serão utilizadas futuramente, como a entrevista por pauta para aprofundar os aspectos teóricos e práticos, com a opinião de especialistas das áreas da Comunicação e da História; e a análise de conteúdo para categorizar as informações resultantes, caracterizando as ações de comunicação e a construção de relacionamentos com os públicos. Isto porque o projeto está fundamentado na dimensão de Relações Públicas, que adota os relacionamentos e a comunicação institucional.

**Alguns fundamentos**

O uso da história e da memória em planejamentos de Relações Públicas está crescendo no Brasil, privilegiando processos internos em empresas e instituições. O armazenamento da documentação e das memórias ocorre em acervos com conteúdos e características diversas, incorporando vivências e experiências dos indivíduos, assim como outros elementos fundamentais para a imagem organizacional. A responsabilidade histórica nesse processo cabe ao profissional que recupera, organiza, comunica a memória da empresa para atender os objetivos do presente e favorecer o seu futuro. Foi considerado como

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



referência o estudo desenvolvido por Paulo Nassar[144], baseado em casos de empresas que têm a história como marco para projetos específicos. Assim como as questões temporais interferem diretamente na vida dos indivíduos, o que ocorre nas organizações não é diferente. Todas as suas ações presentes e futuras dependem de resultados de suas ações passadas. (SIMÕES, 1984, p.41)

Memória pode ser vinculada à reputação, contar histórias é demonstrar uma abertura às interações. Por esta razão, o planejamento e o cuidado dos acervos (e demais programas do gênero) podem ser considerados uma estratégia de Comunicação Institucional. Trabalhar com a Memória Institucional não significa apenas abordar a história vivida pelos seus empreendedores e sua trajetória, mas honrar o esforço de todos que contribuíram (e ainda contribuem) para a continuidade da instituição. Memória e História não podem ficar presas ao passado, pois, em suas entrelinhas, insinuam sabedoria para o futuro. Como declarou Paul Thompson (1992, p.43): "O que se requer é uma história que leva à ação; não para confirmar, mas para mudar o mundo".

No caso dos programas de Memória Institucional, o pensamento interdisciplinar da equipe responsável é tão importante quanto o próprio trajeto da instituição. A prática profissional de Relações Públicas demonstra como a interdisciplinaridade é essencial para mediar as relações entre a organização e os seus públicos. Assim, a adoção de ferramentas midiáticas, com o objetivo de "buscar equilíbrio entre os interesses da organização e dos públicos a ela vinculados" (KUNSCH, 2003, p.14), possibilita a criação e manutenção dos relacionamentos. Fábio França (2006, p.6) explica que o "relacionamento indica sempre a reciprocidade, interdependência, troca e busca de vantagens comuns", sendo uma atitude que beneficia a todos, e, por meio dela, alcança-se a credibilidade.

Uma instituição precisa explicitar sua visão, missão, valores e filosofias; explicitar as mensagens preferenciais pelas quais quer ser reconhecida. Nesse contexto está a diferença entre o "ser" e o "parecer". Em uma linguagem formal, significam identidade e imagem. A identidade consiste na verdadeira personalidade da instituição, tudo o que ela é, diz e faz. Segundo Machado (2007,

---

[144] NASSAR, Paulo. *Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações.* 1ª.ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2007. (2ª.ed. em 2008)

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



p.48), “a identidade de uma organização é manifesta pelo nome, logomarca, slogan/lema, pessoas, produtos, serviços, instalações, folheteria, uniformes e demais peças que lhe dão visibilidade e que são por ela criadas e comunicadas a diversos públicos”. Por imagem, entende-se a percepção que os públicos têm diante da instituição. É uma visão subjetiva, abstrata, que envolve o imaginário, a fé e a confiança das pessoas. Mário Rosa (2006) considera a imagem e reputação como determinantes para o sucesso no século XXI. Imagem não nasce pronta com a instituição, trata-se de um processo que requer o constante trabalho de relações públicas e de comunicação. Para Wilson da Costa Bueno, “a comunicação de uma empresa deve balizar-se por esta ação permanente, buscando integrar seus produtos (ou marcas) e a sua filosofia (ação ou responsabilidade social), de modo que elas caminhem em sintonia”. (2005, p.107)

Segundo Jacques Le Goff (1996), os vários presentes que se sucedem questionam os trajetos anteriores, que interferem nos pensamentos e experiências atuais. “Toda a história é bem contemporânea, na medida em que o passado é apreendido no presente e responde, portanto, aos seus interesses”. (LE GOFF, 1996, p.51) Estuda-se o passado para compreender a atualidade e os possíveis futuros. Para Paul Thompson (1992, p.20): “Toda a história depende de sua funcionalidade social”. Através dela, as pessoas conhecem a si mesmas e aos outros. Um mesmo fato pode ser lembrado de variadas maneiras, depende de quem o invoca. As memórias fazem das pessoas seres únicos, distintos, com olhares sob ângulos particulares.

Conforme Izquierdo (2002, p.6), em suas pesquisas no campo da memória, “o passado contém o acervo de dados, o único que possuímos, o tesouro que nos permite traçar linhas a partir dele, atravessando o efêmero presente em que vivemos, rumo ao futuro”. As lembranças diferem da realidade, carregam contingências, circunstâncias do então momento. Sempre há perdas, pois a memória é seletiva, como expõe Fernando Catroga: “Ela nunca poderá ser um mero registro, pois é uma representação afetiva, ou melhor, uma representificação”. (2001, p.46) Ou como escreve Ecléa Bosi (1987, p.3): “A memória é um cabedal infinito do qual registramos um fragmento”. Sobre os tipos de memória, não existe um conceito único devido à sua abrangência, sendo alvo de pesquisas em diversas áreas.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



Embora a memória envolva ângulos particulares, ela pode ser transmitida a outras gerações, reproduzida para sempre estimular questionamentos. E mesmo com o advento da escrita e dos mecanismos tecnológicos, os encontros face a face, o diálogo e os ritos são as formas mais adequadas à reprodução de memórias individuais e coletivas. (CONNERTON, 1993, p.5) Pierre Nora (1993) destaca o quanto se perde da memória espontânea em detrimento da memória materializada. Trata-se de uma prática totalmente arquivística, constituindo o que o autor chama de lugares de memória. Fausto Colombo (1991) colabora com a teoria de Nora, afirmando que, na sociedade contemporânea, o valor do objeto lembrado tem menos importância do que o ato de conservá-la. A ânsia de guardar algum indício existencial é mais intensa do que a própria recordação.

Quase sempre é tarefa árdua juntar os materiais, pois os artefatos têm valor simbólico.

> Se a memória na empresa for entendida como ferramenta de comunicação, como grande catalisador no apoio aos negócios, como fator essencial da coesão do grupo e como elemento de responsabilidade social e histórica, então poderemos afirmar que esta empresa, de fato, é capaz de transformar em conhecimento útil a história e a experiência acumulada em sua trajetória. (WORCMAN, 2004, p.23-24)

Os programas de documentação e memória potencializam atributos, porém, precisam ser norteados por profissionais que saibam reconhecê-los, comunicá-los e pensá-los numa perspectiva a longo prazo. Como toda a memória é seletiva, uma instituição precisa escolher determinados fatos para evidenciar, ou seja, são as histórias escolhidas como relevantes que apresentam a organização à sociedade.

Toda a escolha é orientada por critérios, que refletem valores. Um dos pontos fortes dos programas de documentação e memória é garantir que os trabalhadores e a comunidade se sintam parte da construção e evolução daquele empreendimento. Os programas podem se refletir em relacionamentos mais duradouros e intensos devido à confiança que se instala no ambiente de trabalho, que ultrapassa os muros das dependências e legitima as instituições. Apesar das dificuldades em manter os programas de Memória Institucional, há vantagens em investir nesse tipo de iniciativa. Para Gunter Axt, é aproveitar de forma sensata os recursos facilitados

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



pelas políticas públicas de incentivo à cultura para "a restauração do acervo de um museu, a organização de um arquivo, a publicação de livros com densidade de conteúdo ou o abastecimento de bibliotecas públicas". (AXT, 2004, p.4).

Entretanto, nem todos os projetos são exemplares. Gagete e Totini (2004, p.117) afirmam que, no Brasil, há muitas distorções de seus princípios particulares por não se "valerem de metodologia da análise da ciência, seja quanto à multiplicidade de fontes de pesquisa, seja quanto ao seu compromisso com a legitimidade", tais como memoriais que inventam situações heróicas. Então, a criação, execução e manutenção dos acervos necessitam de planejamento para constituição de um diferencial devido a trajetórias institucionais únicas, que tocam emocionalmente os públicos. "Em um mundo em que tudo é rapidamente banalizado pela massificação, pela utilização cotidiana, pelo excesso de exposição, uma diferenciação que nasce pela história de uma organização junto às pessoas e, também dessas pessoas com a organização, é um atributo que poucos têm". (NASSAR, 2008, p.186).

**Resultados empíricos**

O mapeamento de acervos identificados como espaços de documentação e memória possibilitou um primeiro olhar sobre a situação da Memória Institucional no Rio Grande do Sul. Raras empresas privadas mantêm projetos desta natureza, mas várias instituições públicas estão comprometidas com acervos. Quanto às universidades, a maioria abriga acervos históricos, porém, em alguns casos, não se referem à história da instituição, e sim de pessoas, fatos e descobertas importantes para aquelas localidades (estas não foram incluídas na pesquisa). Após o envio de questionários, via e-mail, para as 33 instituições que possuem acervos históricos ou programas desta natureza, mais da metade respondeu totalizando 23 instituições, dentro de um período de seis semanas. Inicialmente, as respostas foram registradas e a análise assumiu um viés quantitativo, estabelecendo algumas características dos relacionamentos construídos com base em acervos. As respostas mais freqüentes das 23 instituições às perguntas do questionário foram:

- 13 instituições adotaram Programas de Documentação e Memória entre 1999 e 2009 e as outras 10 implantaram antes de 1998. 16 instituições têm acervos

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



direcionados para o público externo, ou seja, são abertos normalmente para todas as pessoas e não somente para públicos específicos, delimitados. O restante apresenta outras situações. Todas as 23 instituições respondentes têm os acervos históricos localizados nas suas dependências.

- os itens presentes em mais de 20 programas de Memória Institucional são Fotografias (todos 23 programas); Documentação impressa relativa à história de fundadores, dirigentes ou outras personalidades ligadas à trajetória da instituição (em 22 programas); Documentação impressa que reflete aspectos importantes da trajetória do empreendimento, desde a sua criação até a atualidade (em 21 programas).
- 18 instituições têm, entre a equipe responsável pelo desenvolvimento das estratégias de Memória Institucional, funcionários que fazem parte do quadro da empresa. Os profissionais graduados em História estão presentes em 22 programas de Memória Institucional. Relações Públicas aparecem em 5 programas.
- as expressões mais registradas referentes à seleção dos materiais para a formação dos acervos institucionais foram “Não é preciso descartar nada” (para 6 instituições), “relevância histórica” (para 6 instituições), “relação com a história da instituição” (para 5 instituições), entre outras com menor incidência. As indicações mais registradas como referências teóricas que guiam a prática relativa aos programas de Memória Institucional foram Heloísa Bellotto (6 citações), Viviane Tessitore (3 citações), Mário Chagas (3 citações), entre várias outras com apenas uma incidência.
- 21 instituições marcaram, entre os objetivos para investir nos programas de Memória Institucional, o de “fortalecer a cultura e a identidade institucional”. Outros objetivos foram observados com menor incidência. 13 instituições têm os programas de Memória Institucional planejados pelo departamento específico, porém, com estratégias articuladas à alta gestão. As outras 10 instituições apresentam situações distintas. 19 instituições marcaram “um projeto institucional a longo prazo” como função do planejamento dos programas de Memória Institucional.
- 8 instituições não têm planos de investimento em novos programas de resgate histórico e 6 pretendem manter o arquivo em constante atualização. 12

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



instituições marcaram “falta de espaço para manter os acervos” entre as suas dificuldades encontradas na aplicação dos programas de Memória Institucional; e 12 marcaram “documentos dispersos, difíceis de serem resgatados”. Outras dificuldades foram apresentadas com menor incidência.

- reflexos dos programas de Memória Institucional nos relacionamentos da instituição: 16 instituições marcaram que os programas “proporcionam benefícios para a população da região e até do país”; e 12 marcaram que os programas “contribuem para um melhor relacionamento entre os funcionários e as partes dirigentes da instituição”. Outras situações foram apresentadas com menor incidência, sendo que 3 instituições marcaram que os programas “não se refletem nos relacionamentos, pois poucas pessoas se interessam pela história da instituição”.
- contribuições da Memória Institucional para melhores relacionamentos, posicionamentos e atitudes no âmbito interno da instituição: várias expressões foram registradas indicando uma possibilidade de estímulo, valorização, participação, identificação, fortalecimento, pertencimento, resgate, conhecimento, reflexão, motivação, formação, comprometimento, envolvimento, recuperação, reafirmação. Para a população da região e até do país: há possibilidade de divulgação, compreensão, incentivo, pertencimento, transmissão, educação, aproximação, documentação, transparência, participação, reconhecimento. Na relação entre a Memória Institucional e a imagem da organização: há possibilidade de evidências, reforço, confiança, transparência, elo, respeito, expressão, retrato, fidelização, relacionamento, comunicação, identidade, registro, transmissão, conhecimento, personalidade, renovação, credibilidade, investigação, sentido.

**Breves considerações finais**

A Comunicação Institucional e o processo de Relações Públicas com base no trabalho desenvolvido em acervos compreendem o fortalecimento da identidade e da cultura organizacional. Além disso, os acervos propiciam uma melhor visibilidade da trajetória da instituição para os públicos, auxiliando-a no compromisso com a transparência frente à sociedade. O processo de Relações Públicas está presente nas instituições gaúchas que possuem acervos históricos,

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



sendo desenvolvido por profissionais de outras formações acadêmicas que compõem a equipe responsável pelas estratégias de Memória Institucional. Os acervos históricos são abertos para os públicos externos, localizam-se na própria instituição, apresentam itens variados, fazem parte de um projeto institucional a longo prazo, mas possuem dificuldades para sua manutenção. Seus benefícios estão voltados para a população da região e até do país, seguidos pelo melhor relacionamento entre os funcionários e as partes dirigentes da instituição. As instituições têm planos para investir em novas iniciativas afins, sendo observadas várias possibilidades, perspectivas e opiniões sobre os reflexos destes programas na construção de relacionamentos. Grande parte dos questionados ressalta a capacidade dessas práticas estimularem o sentimento de pertencimento e o protagonismo dos funcionários, além de transmitirem valores como responsabilidade social, ética, cidadania, humanitarismo, incremento à democracia. Quanto às vantagens proporcionadas à imagem, foram enumerados aspectos como confiança e credibilidade. Portanto, nota-se que a Memória Institucional é reconhecida por muitos devido ao seu potencial de agregar valor aos negócios, aos relacionamentos e à reputação das instituições.

## Referências

AMANHÃ: economia e negócios. 100 Maiores do Rio Grande do Sul. *Revista Amanhã*. Porto Alegre, 22, n. 257. pp.176-178, setembro 2009.

AXT, Gunter. Memória, cidadania e os novos campos do historiador. *História Hoje*, v.1, n.4, p.3, 2004. Disponível em: <http://www.anpuh.org/revistahistoria/view?ID_REVISTA_HISTORIA=5>. Acesso em: 22 set. 2009.

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial no Brasil, uma leitura crítica*. São Paulo: All Print Editora, 2005.

BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade* – lembranças de velhos. 2.ed. São Paulo: T. A. Queiroz/EDUSP, 1987.

CADASTRO NACIONAL DE MUSEUS. Disponível em: <http://museus.ibram.gov.br/sbm/cnm_conhecaosmuseus.htm>. Acesso em: 12 de nov. de 2009.

CATROGA, Fernando. Memória e História. In: PESAVENTO, Sandra Jatahy. (org.) *Fronteiras do Milênio*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2001.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA



COLOMBO, Fausto. *Os arquivos Imperfeitos*: memória social e cultura eletrônica. São Paulo: Perspectiva, 1991.

CONNERTON, Paul. *Como as sociedades recordam*. Oeiras, Portugal: Celta Editora, 1993.

FRANÇA, Fábio. Relações Públicas no século XXI: Relacionamento com pessoas. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (org.) *Obtendo resultados em Relações Públicas*. 2.ed.rev. São Paulo: Pioneira, 2006.

GAGETE, Élida, TOTINI, Beth. Memória empresarial, uma análise de sua evolução. In: NASSAR, Paulo. (org.) *Memória de empresa*: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo, Aberje, 2004.

IZQUIERDO, Ivan. *Memória*. Porto Alegre: Artmed, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada*. 4.ed.rev.atual. e ampl. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. 4.ed. Campinas/SP: Editora da UNICAMP, 1996.

NASSAR, Paulo. (org.) *Memória de empresa*: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo, Aberje, 2004.

_____. *Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional nas organizações*. 2. ed. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2008.

MACHADO, Neka. Identidade e Imagem: elementos formadores da reputação. In: DORNELES, Souvenir Maria Graczyk. (org.) *Relações Públicas: Quem sabe, faz e explica*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

NORA, Pierre. Entre Memória e História: a problemática dos lugares. In: *Projeto História*. São Paulo: PUC, n.10, pp.07-28, dezembro de 1993.

ROSA, Mário. *A reputação na velocidade do pensamento* – Imagem e ética na era digital. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

SIMÕES, Roberto Porto. *Relações Públicas*: Função Política. Novo Hamburgo/RS: Feevale, 1984.

THOMPSON, Paul. *A voz do passado*: história oral. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WORCMAN, Karen. Memória do futuro: um desafio. In: NASSAR, Paulo. (org.) *Memória de empresa*: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo, Aberje, 2004.

PUBLICAÇÃO ANTECIPADA

EDITORA AFILIADA

Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

Clube dos Editores do RS

ediPUCRS
www.pucrs.br/edipucrs