

tempo e presença

Publicação do CEDI • Número 228 • Março de 1988 • Cz\$ 40,00

MOVIMENTO POPULAR

O desafio da
comunicação



tempo e presença

Revista mensal do CEDI

Março 88

**CEDI Centro Ecumênico de
Documentação e Informação**

Rua Cosme Velho, 98, fundos
22241 - Rio de Janeiro - RJ
Telefone: (021) 205-5197
Telex: 021 37982 CIED BR

Av. Higienópolis, 983
01238 - São Paulo - SP
Telefone: (011) 825-5544
Telex: 011 26561 ECUM BR

Conselho Editorial

Aloizio Mercadante Oliva
Carlos Rodrigues Brandão
José Oscar Beozzo
José Roberto Pereira Novaes
Luiz Eduardo Wanderley
Milton Schwantes
Rubem Alves

Editor

Jether Pereira Ramalho

Editor Assistente

Marco Antônio Piva

Jornalista Responsável

Marco Antônio Piva
Reg. Prof. n.º 12.911

Secretário de Redação

Flávio Irala

Revisão

Rosana de Lima Soares

Capa

Carlos Rojas Niño

Past-up e fotolito

Rei-Tom Arte&Fotolito

Impressão e Acabamento

Gráfica Pirâmide

Os artigos assinados não
traduzem necessariamente a
opinião da revista.

Preço do exemplar avulso:
Cz\$ 40,00

Assinatura anual:
Cz\$ 350,00

Assinatura de apoio:
Cz\$ 500,00

Cartas

Através desta quero cumprir-
mentar a equipe do Cedi pela
qualidade da revista *Tempo e
Presença* e suas demais
publicações.

Fiz recentemente a minha as-
sinatura desta excelente revista,
a qual já me foi de grande valia
e, tenho certeza, será uma gran-
de força na caminhada, aqui na
nossa cidade. Pretendo utilizá-
la como material de pesquisa e
formação nas atividades da Pas-
toral de Juventude, no trabalho
de fortalecimento do Partido
dos Trabalhadores e no trabalho
de colaboração e apoio às ati-
vidades do Sindicato dos Traba-
lhadores Rurais, no município e
região.

Sem mais por enquanto,
subscrevo-me com esperanças de
grandes avanços na luta pela
construção de uma Nova
Sociedade.

**Carlos Davi Alves Maia
S. Miguel do Araguaia, GO**

Venho, por meio desta, soli-
citar uma assinatura anual da
revista *Tempo e Presença*, que já
conheço e simpatizo.

Além de simpatizar, acredito
que ela muito contribui para a
reflexão teológica (por que
não?), além de mostrar a reali-
dade dos fatos, comentada por
pessoas sérias e com vontade de
abrir os horizontes da verdadei-
ra história.

Desde já agradeço a atenção
dispensada.

**Valdemar Aparecido dos Reis
Marília, SP**

Por motivo de força maior so-
mente hoje me é dado acusar o
recebimento de sua carta sem
data, mas que presumo ser de
novembro de 1987, e, juntamen-
te com ela, um exemplar da re-
vista *Tempo e Presença*, núme-
ro 221, de agosto de 87.

Com meus agradecimentos,
peço-lhe o obséquio de informar
se ainda é possível conseguir
uma assinatura da referida revis-
ta, porque, no caso de resposta
positiva, enviarei imediatamen-
te, por cheque bancário, a neces-
sária importância.

**Luiz Carlos Prestes
Rio de Janeiro, RJ**

A revista *Tempo e Presença* é
ótima. Quero renovar minha as-
sinatura para 88 e fazer outras
quatro para apresentar pessoas
amigas e comprometidas com a
libertação de nossa gente.

**Roberto Abreu
Rio de Janeiro, RJ**

No decorrer de 1987 recebe-
mos com assiduidade os exem-
plares da revista *Tempo e Pre-
sença*. Esta foi para o Centro de
Estudos Migratórios (CEM) um
valioso instrumento de informa-

ção e reflexão. Por isso somos-
lhe gratas e solicitamos a reno-
vação da assinatura para 1988.

**Luiza Dal Moro
Porto Alegre, RS**

Quero expressar o meu reco-
nhecimento pelo significativo
trabalho de vocês. *Tempo e Pre-
sença* é uma das poucas alterna-
tivas no meio de um sem núme-
ro de periódicos comprometidos
apenas com as classes dominan-
tes e as aspirações burguesas.

**Marcos Alves da Silva
Curitiba, PR**

Aconteceu

Assinatura anual Cz\$ 200,00

América Latina: US\$ 60 América do Norte: US\$ 85 Europa, África e
Ásia: US\$ 100

Nome: _____
Endereço: _____
Cidade: _____ CEP: _____ Est.: _____
Telefone: _____ Profissão: _____ Idade: _____

Faça sua assinatura através de cheque nominal para o CEDI
— Centro Ecumênico de Documentação e Informação — Rua
Cosme Velho, 98 — fundos — CEP 22241 — Rio de Janeiro — RJ

LEVANTAMENTO POVOS INDÍGENAS DO BRASIL

Volume 3 — Amapá/Norte do Pará	Cz\$ 650,00
Volume 5 — Javari	Cz\$ 400,00
Volume 8 — Sudeste do Pará (Tocantins)	Cz\$ 600,00

ACONTECEU ESPECIAL

Trabalhadores rurais 1980	Cz\$ 80,00
Trabalhadores rurais 1981	Cz\$ 80,00
Trabalhadores urbanos 1980	Cz\$ 80,00
Trabalhadores urbanos 1981	Cz\$ 80,00
Fiat 1981	Cz\$ 80,00
Povos indígenas no Brasil 83	Cz\$ 320,00
Povos indígenas no Brasil 84	Cz\$ 450,00
Povos indígenas no Brasil 85/86	Cz\$ 1.000,00

CADERNOS DO CEDI

Igrejas: desenvolvimento e participação popular	Cz\$ 110,00
Canavieiros em greve	Cz\$ 150,00
Educação popular: alfabetização e primeiras contas	Cz\$ 150,00
6ª Assembléia do CMI	Cz\$ 200,00
Deixai vir a mim os pequeninos	Cz\$ 110,00
Unidade e prática da fé	Cz\$ 300,00
Onze de abril: o dia da audácia	Cz\$ 300,00

Índice

Comunicação

- 4 O SAMBA CULTURAL DOS DESIGUAIS
Luiz Roberto Alves
- 8 JORNALISMO POPULAR: UMA
EXPERIÊNCIA DEMOCRÁTICA
Pedro Gilberto Gomes
- 10 A IMPRENSA DOS TRABALHADORES
Sergio dos Santos
- 12 O POPULAR NAS ESCOLAS DE
COMUNICAÇÃO
José Marques de Melo
- 15 TV DOS TRABALHADORES
Marô Silva
- 16 O TEATRO DA COMUNICAÇÃO
Núcleo Jorge Baptista de
Comunicações
- 18 CANAL 13, TV FANINI
Onésimo de Oliveira Cardoso
- 20 A PREGAÇÃO MILIONÁRIA DA
SALVAÇÃO
Amélia Tavares C. Neves
- 22 POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO DA
IGREJA CATÓLICA
Ismar de Oliveira Soares

Anot

- 25 ECUMENISMO COMPROMETIDO
INDÚSTRIA BÉLICA EM DEBATE

Jaci Maraschin

- 26 OS LIMITES DA SEXUALIDADE

Constituinte

- 28 NASCER SERÁ À TRÊS
Aloizio Mercadante Oliva

América Latina

- 26 NA BOCA DO TÚNEL
Ana Stuart

Bíblia hoje

- 28 "AFLUIU PARA ELE GRANDE
MULTIDÃO"
Milton Schwantes

Livros

- 31 CLASSE OPERÁRIA: NOVAS
PERSPECTIVAS
José Ricardo Ramalho

Última página

O MONOPÓLIO DA INFORMAÇÃO

Comunicação: um debate necessário

Os modernos meios de comunicação de massa impõem, nos dias atuais, novos desafios que devem ser considerados em qualquer planejamento social, proposta política ou presença pastoral. Milhões de pessoas recebem, ao mesmo tempo, notícias, informações, propagandas e até mesmo mensagens religiosas. A televisão, o rádio e os jornais estreitaram o mundo e transformaram povos diferentes em participantes — às vezes apaixonados — dos acontecimentos. Um fato ocorrido em Washington, por exemplo, chega quase que imediatamente a Nova Delhi. Infelizmente, o mesmo processo não se repete de Nova Delhi a Washington, a não ser que a notícia seja uma tragédia que provoque comoção internacional. Segundo Mary Judith Ress, editora executiva de Notícias Aliadas, no Terceiro Mundo, onde vivem 70% da população do planeta, 90% da informação impressa ou transmitida por rádio e TV são procedentes de Nova Iorque, Londres ou Paris.

Evidentemente que o uso desses meios e as informações por eles transmitidas não se faz de maneira neutra, imparcial. Com seu poder de penetração, a comunicação tornou-se, nas mãos dos grupos dominantes, uma eficiente arma de manipulação e indução da vontade das grandes massas.

No Brasil o panorama não se altera. Nos últimos anos, a comunicação tem sido uma arma política decisiva. A pasteurização da notícia sobre fatos sociais importantes, tem levado a opinião pública nacional a aceitar como verdade a interpretação que lhe é imposta. Mais do que uma guerra pela audiência, vivemos atualmente uma guerra ideológica, onde quem possui um instrumento de comunicação de massa já leva vantagem por antecipação.

Um dos campos privilegiados da comunicação é a manipulação dos símbolos religiosos. A chamada "igreja eletrônica" envolve recursos financeiros astronômicos e moderníssimas estruturas empresariais. No Brasil e na América Latina, certos setores evangélicos estão levando a dianteira nesse campo, principalmente às custas de deprimentes e vergonhosas trocas de favores políticos que resultam em concessões de canais de rádio e televisão.

Para os movimentos populares e os setores católicos e evangélicos com eles comprometidos, a comunicação se coloca como um novo desafio que necessita de uma ampla discussão, amparada na maturidade política. Não basta ficar no nível das denúncias ou contentar-se com os velhos padrões de comunicação. Os tempos são outros e as batalhas devem obedecer novas táticas.

Felizmente alguns sinais de esperança surgem na dinâmica da luta popular. O fortalecimento da imprensa sindical, a utilização do vídeo pelos grupos de base, a realidade da TV dos Trabalhadores, as publicações ecumênicas e das pastorais populares, a presença dos partidos progressistas no horário político obrigatório, entre outros exemplos, são evidências de que não se pode deixar apenas nas mãos das classes dominantes e detentoras do poder tão eficiente ferramenta política.

O fato altamente positivo é que os setores mais organizados dos movimentos populares vão adquirindo consciência do uso político dos meios de comunicação e começam a ler nas entrelinhas aquilo que se pretende encobrir. E quando o povo assume sua condição de sujeito da história, não há aparato eletrônico — por mais cores e manobras que utilize — que detenha a transformação das estruturas de exploração e opressão.

O samba cultural dos desiguais

Jorge Araújo/Ag. Folhas



Luiz Roberto Alves

No arco-íris dos movimentos populares brasileiros, a escola de samba é o ponto-limite entre a resistência e a cooptação institucional. Não pela sua história, seu saber e a competência do samba-no-pé, mas pelos regulamentos, pelas concessões políticas e transações que a sustentam. No entanto, no interior do esquema maior de cooptação, cuja pontinha do *iceberg* este ano foi o conflito entre a Globo e a Manchete (o carnaval é do povo? o carnaval é da Globo?) há sinais suficientes para ilustrar as relações entre movimento popular, comunicação e cultura, componentes básicos desta reflexão.

Embora sem distanciamento, pode-se observar no carnaval de 1988 que as escolas de samba do Rio e de São Paulo apresentaram na avenida três linhas temáticas: a crítica política de superfície, o enraizamento étnico e a propaganda da indústria cultural. Sem citar escolas, pode-se lembrar os sambas que tratam de constituinte, inflação e corrupção. Segue-se a pesquisa das origens dos ritmos e da contribuição histórica da raça negra (inclua-se

aqui a experiência de grupos carnavalescos nordestinos) e, no terceiro ponto, a exaltação de artistas.

Vale dizer que, como estratégia de *marketing*, as três linhas temáticas tiveram o seu *ibope*. De um lado, o povo ganhou o direito de fazer poesia e produzir o canto do seu cotidiano, cujo espelho se refletiria melhor na volta da quarta-feira de cinzas e na mesmice do fazer político. De outro, a Unidos de Vila Isabel está consagrada pela seriedade de sua pesquisa afro-brasileira e pelo encanto da revelação poucas vezes percebida da fusão racial. Enfim, o outro lado do cotidiano, risonho, irônico e globalizado, marcou pontos na conta do inevitável, que é a companhia do risomercador em nossa casa. Para valorizar a propaganda, Renato Aragão, no meio de um mal súbito na avenida, rapidamente focalizado pelas câmeras, afirmou que a homenagem equivalia ao Oscar de sua vida. A telenovela se cruza com a farsa no contexto da geléia geral, ou da aldeia global, sem McLuhan.

Prática cultural

O fato é que as linhas temáticas das escolas, blocos e grupos carnavalescos reforçam dois eixos de reflexão, para os quais os próprios movimentos populares brasileiros nos têm chamado a atenção desde meados da década de 70. Efetivamente, pensar as práticas comunicacionais dos movimentos é, antes de tudo, avaliar as práticas culturais. Ato contínuo, o encontro com a questão cultural recoloca em cena os sentidos e as formas da pluralidade real das culturas brasileiras, freando a discussão erudita da unidade nacional, do espírito brasileiro.

Enquanto o eixo da cultura superposta à comunicação permite ver nos gestos sincrônicos, na prática cotidiana das gentes a história dos gestos, a tradição da fala, o processo de transformação sofrido pelos modelos de cultura, as marchas e contramarchas que permitiram a sobrevivência das práticas e os modos pelos quais elas ainda resistem, isto é, por aí penetramos

no coração do estudo das culturas, via comunicação. Em seguida, informamos à antiga discussão culturalista do espírito nacional, do caráter nacional brasileiro que a unidade suposta facilitou a cooptação política, pela qual o Estado tem proposto as suas políticas nacionais de cultura e comunicação, modelos aparentes que sistematicamente põem à margem os grupos majoritários da população, tidos como incultos, folclóricos, necessitados de banhos de cultura para se ilustrarem e virem a participar do modelo cultural imposto.

O exemplo mais flagrante dessa política nacional de cultura imposta é a escola, do pré ao final do segundo grau, cujo sistema de comunicação do saber expulsa os desiguais, modeliza a língua da burguesia, fragmenta os estudos sociais e põe a ciência num patamar só atingível pelos quase-gênios, desanimando os comuns e escolhendo uns poucos para a integração ao modelo.

Mistificação

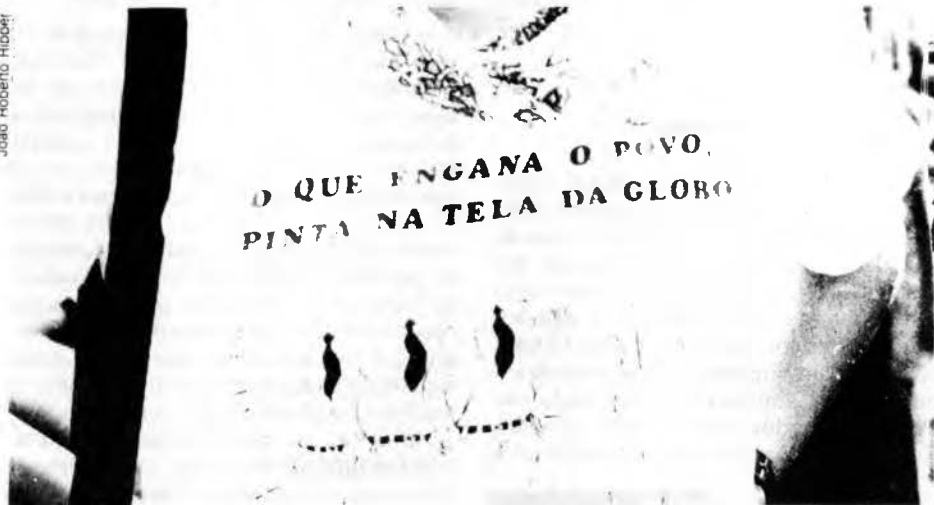
As escolas de samba refazem o caminho da escola, com variantes. Alguns de seus temas e comportamentos reforçam o *status quo* da indústria cultural, dando a ilusão de que existe uma unidade de discurso e compromisso entre emissores-receptores, povo-elite, comunicadores e comunicados, fonte e alvo, o que seria homólogo à possível identidade entre comandados e comandantes, dirigentes e dirigidos, povo e governo. Daí à mistificação das classes sociais é um passo.

Se falamos uma linguagem única, rimos um riso único, assistimos às mesmas mensagens, também haverá uma média/mídia de unidade de pensamento. Além da mensagem simbólica, para efeito interno à escola de samba, tal produção significa maior aprovação, maiores verbas, maior presença nos canais veiculadores. Outros temas, como vimos, lembram — para os poucos que ainda não perceberam — que a inflação não dá samba somente como re-

tórica, mas que nós sambamos no cotidiano ao ritmo da desigualdade na distribuição dos benefícios sociais. Relembrar é viver.

A terceira linha temática cria uma memória fortíssima da história, segundo a qual a desigualdade básica da sociedade capitalista não foi capaz de assassinar o processo de resistência, a busca da origem, o desejo de contribuição cultural. Assim,

o diário popular extrapola os textos que tentam encarcerá-lo, especialmente a objetividade positivista e as gramáticas funcional-estruturalistas, mas também supera a profecia marxista e os discursos liberais. De fato, as culturas populares revelam as estruturas do capitalismo, em si e fora de si, constituindo-se espaço de reação dos movimentos e dos conflitos sociais.



refazendo o caminho África-Brasil, tais temas propõem a verdadeira multinacionalidade: aquela que se funde no cotidiano da terra de destino e que não se faz posticha, leviana e interesseira, ou melhor, dá-se aquela fertilização guerreira e resistente de que nos fala J. Ubaldo Ribeiro em *Viva o Povo Brasileiro*.

O aprendizado

Temos aprendido que o eixo da comunicação nos movimentos populares é a questão cultural. E as expressões culturais das classes socialmente subalternas somente dão respostas à indústria cultural e à sociedade tecnológica e de massas a partir do seu cotidiano e não das mais complacentes ou revolucionárias teorias. O coti-

Se não é possível estudá-las reduzindo tudo a um jogo de classes sociais, pois a sociedade de massas engendra certos discursos interclasses (vide a pobreza dos sambistas na exaltação das obras e produtos do Roberto Marinho), também é impossível passar um diapasão de unidade, porque de fato o próprio ritmo das desigualdades sociais deste país faz ver pluralidade. Esta evidencia criativamente, entre festas, piquetes e ironias, a impossibilidade do sucesso político até que os seus canais, emissões e referências estejam sintonizados e a serviço desse coração plural.

A pluralidade cultural dos nossos segmentos populacionais dá contínuas bastas ao sucesso aparente da *media*, dos sistemas de comunicação a serviço do poder



O eixo da comunicação nos movimentos populares é a questão cultural

centralizado, mesmo e especialmente quando ele diz: "Tudo pelo Social". Assim como Garcia Lorca intuiu a real pluralidade de sua gente, a despeito do discurso da *hispanidade*, e Carlos Monsivais tem demonstrado à exaustão tantas *mexicanidades* quantos são os segmentos da sociedade dividida em classes possuidores de história diversa (lembremo-nos do franquismo e do partido único do México), no Brasil a pluralidade cultural resiste frente aos discursos eruditos e nacional-desenvolvimentistas.

Contramão

Exemplos. Quando a República positivista pensou abrigar em suas asas os diferentes segmentos, em troca da promessa da felicidade progressista, da diminuição das desigualdades, da diminuição dos abismos rural/urbano e da liquidação dos mandonismos políticos, recebeu um tapa na cara com os movimentos revolucionário-místicos de Canudos e do Contestado, tão bem trabalhados pelo erudito-converso Euclides da Cunha e por Douglas Teixeira

ta (Mário de Andrade fez uma brilhante autocrítica em 1942), que redescobriu o Brasil, a antropofagia deu a ilusão de que "comemos" as personagens da história e ficamos um, apesar do Macunaíma, espécie múltipla-unitária. Assim, Paulo Prado pôde escrever *Retrato do Brasil*, busca de unidade. Seguem-se as variantes: o integralismo e a busca de uma raiz verde-amarela, a cordialidade brasileira, a tristeza, a alegria, o desânimo em trabalhar etc.

A literatura nordestina da década de 30 joga na cara de todo mundo a realidade do trabalho ainda escravo, o sentido da alegria-desrecale, o processo migratório desumano, enfim, a pluralidade cultural em seus encontros necessários com as desigualdades sociais, não como causa e efeito, mas como um jogo que precisa ser reconhecido para ser superado. A pluralidade permite conhecer melhor a desigualdade e sinaliza as formas de consciência necessárias ao enfrentamento político. As esquerdas brasileiras, em regra, viram as desigualdades, mas não sondaram fundo os sentidos da pluralidade e suas variações. Terminaram acreditando (daí as frustrações) na unidade invertida ao proposto pelos grupos dominantes. Não há unidade contra unidade. A possível unidade de consciência política passará pela pluralidade cultural.

Correndo por fora

Nós, os metropolitanos, fomos sacudidos pelas novas práticas dos movimentos populares em meados de 70. O tipo de abertura gradual e consentida do regime militar, que teve sucesso na eleição da dupla Tancredo-Sarney pelo Colégio Eleitoral, foi, no entanto, atropelada pelos avanços do cotidiano popular, especialmente pelos movimentos de mulheres, pelos sindicatos, pelas novas associações de bairros liberadas do cabresto executivo ou le-

gislativo. Enquanto a linha dominante acoitava a gradualidade aritmética, as margens da sociedade (os sindicatos combativos optaram por certa marginalidade) deram saltos geométricos ao dizer não à distensão consentida e produziram a tensão com o sistema em duas frentes: a cívica de massa, no rumo das diretas, e a organizacional-comunitária, que gerou grande avanço na realização de novos sis-



Brasília: o abraço pop

temas de comunicação e conseqüente otimização da consciência de classe e revisão da sociedade brasileira.

Aí fica patente o cruzamento do comunicacional com o cultural; melhor, do cultural como centro do processo de comunicação. Os filmes e vídeos produzidos a partir de 1975, tanto os amadores como os profissionais, revelam que os gestos comunicacionais vincularam fundo a história das culturas brasileiras. A luta pela liberdade de organização e expressão, bem como pelos direitos cívicos e pela dignidade do trabalhador reproduzia, com avanços e variações criativas, expressões rituais, criações folclóricas, alta produtividade musical, práticas de solidariedade do mundo rural como mutirões, recuperação folhetinesca. Tanto as grandes assembleias, como aglo-



Monteiro. Da sombra da terra submetida a novas incursões capitalistas, do conhecimento da mentira política de mudança, na qual as trocas de figurinhas deixavam tudo como antes, a gente das grotas, vales esquecidos e montes expropriados produziu um discurso novo, de defesa e ataque, religioso da superfície e revolucionário no fundo, alastrando na memória de muitos, pelo preço da vida destrocada, o sentido da sua desigualdade, a marca da sua diferença, a prática cultural de mão inversa à da república incompetente e falsa.

A máxima diferenciação se identifica com a revolução, marca comunicacional dos diferentes. Deu-se semelhante na década de 30. Depois do estouro modernis-

A pluralidade permite conhecer melhor a desigualdade e sinaliza as formas de consciência necessárias ao enfrentamento político

rações e realizações de ruas e quintais tam modulados pelas marcas culturais gente envolvida, paulistas e paranaenses do interior, migrantes nordestinos, metropolitanos de ascendência européia, mensagem de religiosidade e de modos diferentes de criar cultura a serviço do avanço político.

Na região do ABCD, onde vivemos, fomos despertados dos nossos sonhos e so-

de Brasil que não passava de uma ação entre amigos.

Na década de 70 e princípio de 80, segmentos populares da sociedade brasileira foram além da literatura e hoje são capazes de exorcizar publicamente representantes traidores dos seus votos, denunciar pactos sociais que cheiram ao ranço das elites, abraçar simbolicamente o congresso nacional sufocando as suas estruturas de mármore e mostrando claramente as diferenças no modo-de-fazer de uma *media* em mãos de grupos encastelados no poder e nas mãos dos trabalhadores.

O problema central, pois, não é a constatação dos limites, mas a análise das forças em conflito, a avaliação dos saltos de qualidade, a criação de novas formas de competência, a evolução dos saberes e a reescritura necessária da história mal contada do país. Ao messianismo da unidade responde-se, hoje, com a pluralidade operante e vigilante.

Tarefas

Os que operam com o saber cultural, nos movimentos e instituições, bem como os que dispõem de instrumentos de análise, devem se propor a continuar as reflexões e ações para novos saltos. Vão aqui, sucintamente por falta de espaço, algumas tarefas indispensáveis:

- 1) Resgatar informações e compor acervos úteis sobre expressões culturais e sua disposição à continuação dos estudos;
- 2) Colocar espaços institucionais da cultura e da educação a serviço dos movimentos populares, com eles trocar informações continuamente;
- 3) Animar estudantes à concretização de projetos de pesquisa-participante, sem descuidar da tradição científica;
- 4) Produzir estudos interdisciplinares sobre cultura e comunicação, nos quais a comunidade seja produtora;
- 5) Acompanhar atentamente o significado e a função da sofisticação tecnológica, tanto nas mãos dos grupos hegemônicos quanto nas mãos dos trabalhadores e seus movimentos populares;
- 6) Acompanhar de perto os novos lances da ação capitalista nos pólos privilegiados de sua ação e ver os desdobramentos dos lances sobre o comportamento dos segmentos sociais, especialmente as respostas concentradas dos grupos organizados;
- 7) Verificar os significados e funções da ação política e reivindicatória desses grupos, quer na sedimentação histórica que realizam, quer no efetivo enfrentamento do regime no poder.

Luiz Roberto Alves é coordenador geral do centro de pós-graduação do Instituto Metodista de Ensino Superior, em São Bernardo do Campo (SP).

PUBLICAÇÕES DO CEDI



A experiência da fé — variações sobre o Homem na Bíblia

Júlio Barreiro

171 pp. — 14,9x19,5 cm. — Cz\$ 300,00

O autor passeia pelas páginas bíblicas suas reflexões de uma simplicidade encantadora sobre a figura humana daqueles que buscam o Reino de Deus e sua justiça. Não se trata de reflexões sobre personagens na Bíblia, mas sobre o tipo de ser que a fé bíblica produz.



Unidade e prática da fé — Pastoral Eclesiástica da Terra de Xerém

Cadernos do CEDI 17

98 pp. — 20,4x27 cm. — Cz\$ 300,00

Esse caderno traz depoimentos e informações sobre a Pastoral Eclesiástica da Terra, organizada pelas Igrejas Metodista e Católica em Xerém, distrito de Duque de Caxias (RJ). Retrata a experiência, mostrando os problemas, as contradições e as propostas surgidas na prática e implementação desse trabalho eclesial, popular e ecumênico.



Onze de abril: o dia da audácia

Cadernos do CEDI 18

78 pp. — 20,9x26,5 cm. — Cz\$ 300,00

Documenta o movimento de ocupação do conjunto residencial Onze de Abril pelos trabalhadores sem teto em Alvorada (RS). Editado por ocupantes do Onze de Abril, o caderno tece a história do movimento, construída no seu dia-a-dia, na luta, na força e na fé.

Faça seu pedido através de cheque nominal para o CEDI
Av. Higienópolis, 983
CEP 01238 — São Paulo — SP

JORNALISMO POPULAR

Uma experiência democrática.

Pedro Gilberto Gomes

A discussão e a realidade do jornalismo popular inscreve-se necessariamente dentro da problemática da comunicação popular. Quando se discute a existência do jornalismo popular, implicitamente se está afirmando que o projeto jornalístico, tal como é levado atualmente, deve ser questionado. Aceita-se como normal a necessidade de um novo tipo de jornalismo que expresse um novo tipo de comunicação. Deste modo, afirma-se que tanto o modelo clássico de comunicação quanto o de jornalismo não mais respondem às necessidades das classes populares.

Nessa linha de reflexão é necessário discutir os questionamentos que se fazem ao conceito de comunicação e apontar o que torna uma comunicação popular. A partir desta discussão, poderemos compreender a urgência e a necessidade do jornalismo popular como experiência de participação democrática.

Na América Latina, questionam-se as definições mais características da conceitualização clássica de comunicação. Considera-se que a definição tradicional descreve a comunicação como um ato ou processo de transmissão de mensagens de fontes a receptores através do intercâmbio de símbolos por meio de canais. O alvo principal é o desejo do comunicador de afetar o comportamento do receptor, direcionando-o. Isto é, deseja persuadir o receptor para que aja de maneira determinada.

As principais críticas feitas à compreensão clássica de comunicação são assim resumidas: "1) as definições e modelos tradicionais são unilineares e propõem a noção mecânica da comunicação como transmissão de informação de fontes ativas a receptores passivos; 2) esses modelos baseiam-se, além disso, na noção errônea de que a comunicação é um ato, um fenômeno estático no qual a fonte é privilegiada; 3) os modelos, finalmente, induzem à confusão entre informação, que pode ser transferida mediante ato unilateral, e comunicação, diferente e mais ampla do que a informação" (Luis Ramiro Belthan, "Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal" in *Comunicação & Sociedade*, IMS-São Bernardo do Campo, nº 6, p. 17).

Lugar social

Assim, a comunicação é entendida, hoje, como "o processo de produção/recepção de complexos efeitos de sentido (e não só de informação) a partir do lugar que os interlocutores ocupam na trama das relações sociais e em função do horizonte ideológico cultural de que são portadores em virtude de sua situação ou posição de classe" (Gilberto Gimenez, "Notas para uma teoria de la comunicación popular" in *Christus*, México, nº 517, dez/78, p. 27). Portanto, emissor e receptor não são indivíduos isolados e abstratos, mas lugares sociais. O indivíduo fala sempre a partir de interesses materiais e simbólicos de sua classe. Ao menos como tendência, a comunicação popular supõe compartilhar um

código cultural comum, sem o qual não seria possível a comunicação. Nesse sentido, exige-se *acesso, participação e diálogo*, configurando-se o modelo de uma comunicação horizontal.

A partir das críticas ao modelo de comunicação, surge a questão da comunicação popular. O que faz com que uma comunicação possa ser compreendida como popular? Evidentemente, a comunicação popular tem a ver com o povo que, segundo Gilberto Gimenez (idem p. 25), é "o conjunto das classes subalternas e instrumentalizadas submetidas à dominação econômica e política das classes hegemônicas dentro de uma determinada sociedade".

A comunicação popular se contrapõe, de forma crítica, à comunicação desde a hegemonia e supõe, da parte de quem a ela se dedica, uma "conversão política" que leve a situar-se no lugar social e dentro da perspectiva cultural das classes subalternas, para contribuir para o seu amadurecimento político. Portanto, a comunicação popular supõe, ao menos tendencialmente, a quebra da lógica da dominação e se realiza desde o próprio povo, compartilhando, quando possível, seus próprios códigos. Por isso, busca a promoção das classes populares para a liberdade política e social, respeitando a sua iniciativa cultural e seu direito em afirmar sua diferença.

A comunicação só chegará a ser automaticamente popular quando assumir seriamente a sua tarefa libertadora das classes oprimidas; quando se converter em meio de expressão de seus próprios inte-



resses; quando romper com a opressão e a manipulação das classes dominantes, articulando-se com todos os movimentos de emancipação popular. A articulação é fundamental, pois a comunicação sozinha não vai modificar a sociedade, por melhor que se realize.

Nova expressão

A possibilidade da comunicação popular está condicionada pela capacidade criativa das classes subalternas para elaborar condições cada vez mais hábeis e autônomas que contraponham as limitações que a cultura hegemônica trata de impor-lhes. Deste modo, surgindo a partir dos grupos mais dinâmicos dos setores populares em contraposição à comunicação dominante, possui um duplo caráter: instrumento dos setores dominados para expressar a sua situação, analisando-a, e expressão do novo tipo de relações que essas práticas geram — horizontais, dialógicas, participativas. Os seus protagonistas são os pobres, por isso, se realiza com escassos recursos tecnológicos.

As principais características da comunicação popular são: 1) não mais haver dicotomia entre emissor/sujeito e receptor/objeto; há, sim, sujeitos que se intercomunicam. Embora haja um grupo específico que opera o meio de comunicação, os emissores e os receptores formam parte de um mesmo grupo que tem um projeto comum. A comunicação popular tenta promover a participação de todo o grupo na elaboração das mensagens. Portanto, o simples fato de ser um boletim paroquial, por exemplo, não o torna popular; 2) é uma prática de comunicação que busca transformar-se na ação. Isto é, sua recepção entende-se como participação no processo de diálogo, discussão que eleva o nível de consciência do grupo. Por isso, pri-

vilegia os meios grupais, embora possa haver recepção alternativa dos meios massivos (Maria Cristina Mata, "Comunicación Popular y Comunidad" in *Comunicación Cristiana: desafío o cambio*, WACC, Buenos Aires, 1981, p. 81-82).

Deste modo, não são os meios técnicos em si que definem a comunicação popular, nem tampouco são os conteúdos. O alternativo está no processo de criação conjunta, diálogo, construção de uma realidade distinta na qual a pessoa humana seja sujeito pleno. O que torna uma comunicação popular é sua inserção num contexto alternativo, de forma a potencializá-lo. Caracteriza-se este contexto por sua tendência a romper a ordem do capital, a integrar aquilo que o capital fragmenta. Este é o desafio da comunicação. Conceber-se como um elemento de um processo mais amplo, inventando formas de inserir-se nele, sem a pretensão de gerá-lo. Inserida neste contexto alternativo, a comunicação popular contribui para a luta por uma transformação social efetiva.

Dentro da compreensão de comunica-

O jornalismo popular não pode ser visto fora de um contexto social alternativo

ção popular, situa-se o jornalismo popular. Diz Vladimir Hudec (*O que é jornalismo?*, Caminho, Lisboa, 1980, p. 35): "O jornalismo não existe como fenômeno abstrato, fora de todo o contexto histórico. Não pode compreender-se fora de suas relações com uma sociedade concreta e da sua estrutura de classe num determinado nível de desenvolvimento". Por isso, o jornalismo popular não pode ser visto e entendido fora das relações que a comunicação popular estabelece com o contexto social alternativo.

O jornalismo popular, deste modo, é uma maneira específica que as classes populares utilizam para realizarem a sua comunicação. Ele é um modo de comunicação. Nem melhor, nem pior do que outros existentes no movimento popular. Entretanto, para ser popular, ele deve estar dentro de um contexto de luta por transformação social. Seu contexto deve ser o contexto alternativo que dá sentido à comunicação popular como um todo. Sua principal característica é a defesa das classes populares, de seus interesses. Em sua linha editorial privilegia os pontos de vista e opiniões políticas que favoreçam as classes populares em suas lutas específicas. Para ser realmente popular deve se estruturar e funcionar como meio de comunicação das classes populares. Isso vale afirmar que deve ser produzido pelas e para as classes populares.

Produção horizontal

O jornalismo popular experimenta uma mudança fundamental no seu processo de produção: desenvolve uma produção democrática e participativa. Seus conteúdos são modificados: passa a tratar de assuntos que dizem respeito à vida e à luta das classes populares, contribuindo para o desenvolvimento de sua consciência. Sua linguagem é popularizada: deixa de lado a linguagem erudita da cultura dominante para falar do modo do povo. Por último, sua diagramação torna-se mais leve, mais ilustrada, com textos menores. Na confecção de um jornal popular leva-se em conta que a grande parte da população à qual se dirige tem dificuldade com a leitura. Nossa tradição ainda é oral. O jornal que não levar em conta essa realidade, corre o risco de ver frustrado o seu projeto.

Dentro dos gêneros jornalísticos, o jornal popular deve priorizar a entrevista, tanto como gênero quanto como método de trabalho. Na perspectiva de permitir que o povo fale, expresse suas opiniões, diga a sua palavra, é fundamental usar a entrevista. É este o gênero jornalístico que permite que os protagonistas das ações populares entrem em contato com o público leitor. Um jornal popular que não desse um amplo espaço à entrevista estaria comprometendo seriamente seu projeto popular de comunicação.

Finalizando, podemos dizer que o jornalismo popular deve obedecer às regras gerais da produção jornalística. Mas ele só será efetivamente popular se estiver comprometido com a luta das classes populares pela real transformação do país.

Pedro Gilberto Gomes, jesuíta, é mestre em Comunicação pela ECA-USP e presidente da União Cristã Brasileira de Comunicação.

SINDICATOS

A imprensa dos trabalhadores

tribuna Metalúrgica

São Bernardo do Campo, dezembro, 1987. Ano XVII - N.º 91. Tiragem distribuída: 30 mil exemplares



Sergio dos Santos

tribuna Metalúrgica



Discutir a imprensa sindical no Brasil da "Nova República" é uma tarefa fascinante e árdua ao mesmo tempo, devido à sua complexidade e às dificuldades de infraestrutura, que ainda obstaculizam a sua viabilização.

O assunto é polêmico e extenso, mas não se tem a pretensão de esgotá-lo em apenas um artigo, mesmo porque pouco se tem falado sobre ela.

Apesar disso, a cada dia que passa cresce o interesse pela imprensa alternativa (se assim é permitido chamar). Uma imprensa que tem como objetivo resgatar o compromisso da veiculação das informações sob o ponto de vista da classe trabalhadora, diferentemente das distorções e omissões apresentadas pela grande imprensa, que serve aos interesses da classe dominan-

te. É nesse quadro que todos os projetos de comunicação, sejam eles de sindicatos, entidades do movimento popular e, principalmente, da Central Única dos Trabalhadores (CUT) se configuram de fundamental importância para a consolidação de uma imprensa que se contraponha à comunicação "oficial".



Nunca a burguesia investiu tanto na tentativa de impedir que os trabalhadores obtenham acesso a canais de rádio e televisão, como hoje. O descarado "toma-lá-dá-cá" no Congresso Constituinte, com relação a essas concessões por apoio à manutenção de José Sarney na presidência até 1989, é um exemplo perfeito. As transações ilegais da Rede Globo e do Bradesco para tentar quebrar o monopólio estatal das comunicações atestam a importância que os

meios de comunicação assumem na determinação pelo poder. E isso tudo, garantido pelo Ministério das Comunicações.

Por outro lado, a CUT, entidade representativa do movimento sindical mais avançado e atuante, e o movimento popular, têm a responsabilidade de organizar e viabilizar um projeto capaz de contestar esse poder. Citando o professor de Comunicação da Universidade de São Paulo, Luis Fernando Santoro, "nós somente vamos contestar o poder da Rede Globo quando fizermos uma comunicação popular, bem feita e, principalmente, quando atingirmos as bases".



Nesse sentido é importante destacar as iniciativas que a CUT vem realizando desde o congresso de fundação em 1983, juntamente com seus sindicatos filiados.



Imprensa cutista

A CUT está organizada em 23 estados, sendo que, na sua maioria, subdividida em regionais e até zonais (esta última particularmente em São Paulo) e constituída de sete secretarias nacionais: secretaria geral; formação política; política sindical; rural; internacional; finanças; e imprensa e divulgação (SID). Como todas as demais secretarias, a SID tem em seu projeto de estruturação, a nível nacional, a discussão sobre a criação de canais de comunicação mais eficientes entre os sindicatos e suas categorias para se repensar a filosofia e aspectos práticos da imprensa sindical existente, além de manter contato permanente com as secretarias de imprensa das CUTs estaduais e regionais e departamentos de imprensa nos sindicatos a eles filiados, no sentido de orientar seus encaminhamentos no dia a dia.



Essa tarefa não é tão simples se levarmos em conta que, primeiramente, é necessário que a CUT, no seu conjunto, discuta uma política de comunicação "para si", para evitar distorções ou encaminhamentos distintos numa determinada situação (greve geral, por exemplo). Como discutir sua cobertura? Como chegar às informações? Como organizar, selecionar e editar as informações passadas? São aspectos que demandam muita discussão e aprendizado.

Paulatinamente, essas dificuldades vão se dissipando. Uma das preocupações da CUT, desde 1987, é organizar em todo país seminários de comunicação entre as CUTs estaduais, regionais e sindicatos filiados. Em São Paulo, a CUT promoveu, em dezembro passado, o seminário "Política de Comunicação", onde participaram não só jornalistas dos sindicatos paulistas, mas profissionais de outros Estados como Bahia, Pernambuco, Paraíba etc. Depois dessa experiência, diversas CUT regionais também realizaram os seus seminários.

Produção crescente

A participação expressiva de jornalistas sindicais, além de dirigentes responsáveis pelo setor, reflete a importância que a imprensa assumiu na trajetória do movimento sindical brasileiro, principalmente a partir das lutas iniciadas na região do ABC paulista. Numa pesquisa efetuada durante o 2º Congresso Nacional da CUT, em agosto de 1986, foi constatado que das 1.114 entidades presentes (representando cerca de 12 milhões de trabalhadores), ha-



via 356 publicações, sendo três boletins diários, 34 semanais, 53 quinzenais, 128 mensais, 69 jornais bimensais, duas revistas mensais, três semanais e outros 64 tipos de publicação sem periodicidade confirmada. Estas publicações somam cerca de 5 milhões de exemplares mensais, dos quais 3,5 milhões são produzidos e distribuídos nas regiões Sudeste e Sul.

Somente os três diários (*Sindiluta*, do Sindicato dos Químicos, *Folha Bancária*, do Sindicato dos Bancários — ambos de São Paulo —, e *Tribuna Metalúrgica*, do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo, somam perto de 150 mil exemplares, número bem próximo da tiragem do *Jornal da Tarde*, da capital paulista, e certamente superior a boa parte dos jornais de outras capitais brasileiras. São publicações que têm personalidade de jornais sindicais, concentrando suas preocupações nas questões específicas de suas categorias, mas também abrindo espaço para a vida política nacional. Certamente são a primeira versão que os trabalhadores têm das posições da CUT.

Central de informações

O número de publicações divulgado pela amostra prova que a imprensa sindical, en-



quanto veículo de organização da classe trabalhadora, é uma realidade. Por outro

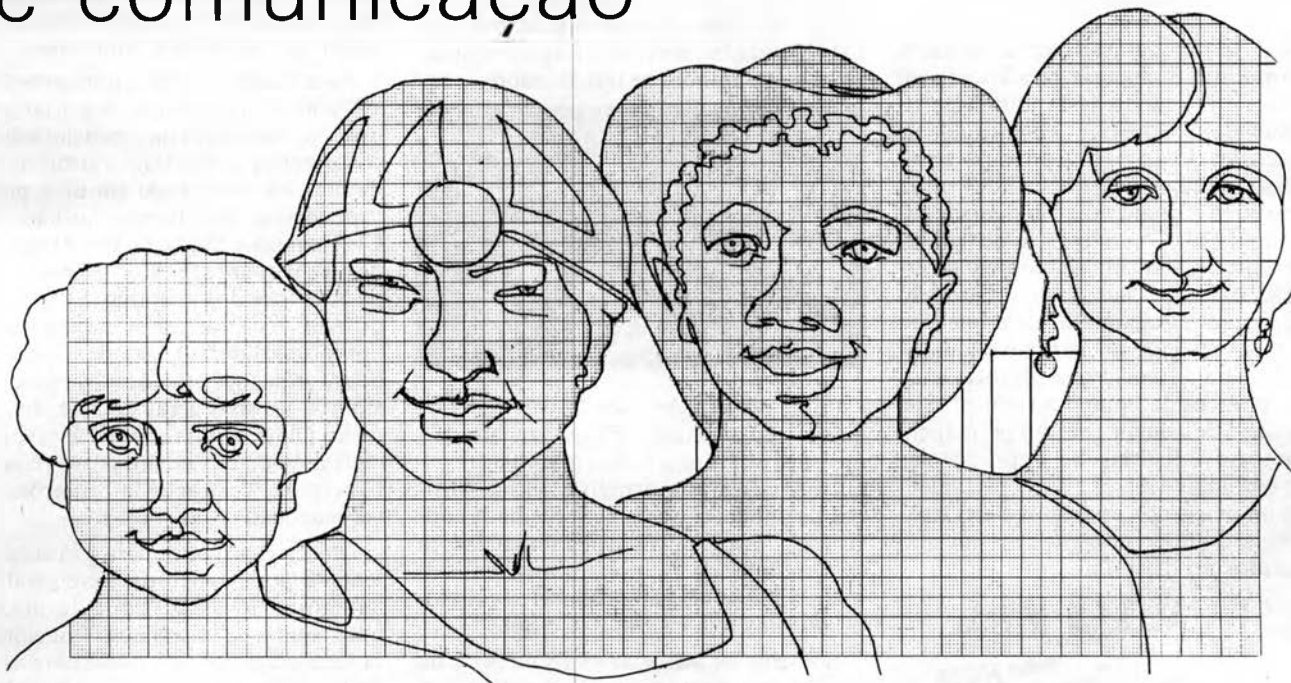
lado, o movimento sindical sente cada vez mais a necessidade de desenvolver sua rede de informações por todo o Brasil, aproveitando a estrutura da CUT, que está implantada nacionalmente. Uma rede cristalizada em uma "Central Nacional de Informações", com sede na SID, que teria a incumbência de estruturá-la, como base para a construção de um veículo nacional da CUT e como forma de alimentar e integrar as atividades de imprensa das CUTs estaduais, regionais e sindicatos.

As discussões sobre a implantação dessa "central" já começaram a criar resultados. No seminário que mencionamos anteriormente, a "central" entrou na pauta de debates, resultando em uma primeira experiência, envolvendo jornalistas da CUT paulista, Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo, bancários, metalúrgicos de São José dos Campos (SP), químicos do ABC e de São Paulo na confecção de um jornal standard, oito páginas, contendo informações organizadas pelos profissionais nas suas áreas de atuação. O primeiro número, impresso em fevereiro, concretiza ou dá o primeiro passo para a efetivação da "central de informações" a nível nacional.

Um primeiro teste para a "central" foi tentado por ocasião da greve geral de 20 de agosto de 1987, com a formação de uma equipe na sede da CUT nacional para a coleta de informações sobre as atividades dos grevistas naquela data. No entanto, pela fragilidade com que as CUTs estaduais mantêm suas secretarias de imprensa — e vale lembrar que apenas doze delas elegeram secretarias —, tonava-se difícil montar um mecanismo de comunicação regular. As dificuldades aumentam quando, ou por falta de compreensão ou pela impossibilidade de participar do processo, vários dirigentes sindicais ausentam-se das discussões. Os jornais sindicais, ao concluírem o 1º seminário sobre "Política de Comunicação da CUT", levantaram uma série de propostas, entre as quais a constituição dessa "central" para tentar resolver alguns dos principais problemas da imprensa sindical. A CUT estadual de São Paulo vai preparar uma tese sobre o tema para o 3º Congresso Nacional da CUT, que se realizará no segundo semestre deste ano. Será a grande oportunidade do movimento sindical avançar na direção de uma política de comunicação que contribua efetivamente à luta dos trabalhadores brasileiros.

Sérgio dos Santos é jornalista da Secretaria Nacional de Imprensa e Divulgação da CUT.

O popular nas escolas de comunicação



José Marques de Melo

A tradição sedimentada nas escolas brasileiras de comunicação, desde os idos de 40, quando começam a funcionar os programas de jornalismo na Universidade Católica de São Paulo (Cásper Líbero) e na Universidade Federal do Rio de Janeiro, atribui papel hegemônico aos fenômenos da comunicação massiva. E a razão é bem simples: refletem essas instituições a diretriz vigente na universidade nacional de formar recursos humanos para o mercado de trabalho. Na medida em que o ensino de comunicação se desenvolve no país correspondendo às demandas de uma indústria cultural em expansão, é compreensível que suas atividades tenham privilegiado a dimensão empresarial, transplantando de um certo modo os padrões erigidos por sociedades industrializadas.

A introdução do *popular* nas preocupações dos professores e pesquisadores vinculados às escolas de comunicação deve-se a Luiz Beltrão, fundador do Instituto de Ciências da Informação (Icinform) da Universidade Católica de Pernambuco. Ao tomar a iniciativa de promover a pesquisa como uma tarefa indissociável do ensino,

Luiz Beltrão inicia no Recife, no princípio da década de 60, uma descoberta daquelas facetas verdadeiramente nacionais da comunicação praticada pelo nosso povo (*Comunicação e Folclore*, São Paulo, Melhoramentos, 1971). E logo identifica a existência de uma rede popular de comunicação, mantida à margem ou eventualmente articulando-se com os sistemas convencionais de difusão de informações (rádio, jornal, televisão).

A *teoria da folkcomunicação*, construída por Luiz Beltrão em sua tese de doutoramento defendida na Universidade de Brasília, resgata o segmento popular da comunicação brasileira e lança as bases para estudos que procuram desvendar os laços entre popular e massivo, entre hegemônico e subalterno (*Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, São Paulo, Cortez, 1980). Em várias escolas de comunicação, pesquisadores inspirados pelas idéias do mestre pernambucano realizam análises e experiências que ultrapassam as fronteiras da comunicação urbana, circunscrita ao universo simbólico das elites e da classe média. Fenômenos como a leitura de cordel, os ex-votos, os canta-

dores, as legendas de caminhão, os grafitos, passam a merecer a atenção não apenas dos estudiosos, mas sobretudo daqueles profissionais que buscam disseminar mensagens para públicos diferenciados. Foi como decorrência das propostas de Luiz Beltrão que comunicadores rurais ou comunicadores religiosos, engajados em programas educativos no campo ou nas periferias das cidades, voltaram-se para os canais alternativos e descobriram fórmulas viáveis de interação com as populações marginalizadas.

No entanto, o caminho em direção à comunicação popular não ficou restrito ao plano da pesquisa. Em Belo Horizonte, a Faculdade de Comunicação da Universidade Católica de Minas Gerais, fundada e implantada por Lelio Fabiano dos Santos, lança uma inovação que se multiplicaria em outros centros de ensino. Ao planejar o jornal-laboratório da escola, tenta-se fugir ao modelo existente no país — jornais dirigidos aos próprios estudantes, que reproduziam os padrões da grande imprensa — produzindo um jornal de comunidade. Como a universidade localizava-se nas proximidades de um bairro popular, faz-

se uma aproximação entre os estudantes de jornalismo e os moradores da redondeza, numa tentativa de familiarizá-los com a cultura, a linguagem e o comportamento de uma população predominantemente constituída por trabalhadores urbanos. O jornal *O Marco*, ainda hoje em circulação, surgiu como um projeto ao mesmo tempo laboratorial, permitindo o treinamento de futuros jornalistas, e prestação de serviços à comunidade, trazendo aos cidadãos ali residentes a assistência cultural da universidade (**Lelio Fabiano dos Santos**, "Comunicação: da boca do forno à ciranda", *Ordem/Desordem*, n.º 7, Belo Horizonte, UCMG, 1977).

Na tese de doutoramento sobre jornal-laboratório, que defendeu na Universidade de São Paulo, Dirceu Fernandes Lopes mostra como o modelo gestado em Belo Horizonte serviu de parâmetro para experiências semelhantes, em outras cidades: *Rudge Ramos* (na escola metodista de comunicação de São Bernardo do Campo), *Nossa Voz e Mãe Luiza* (na escola de jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte) etc. A aproximação dos estudantes de comunicação (geralmente originários da classe média) com setores da população trabalhadora permitiu-lhes, de um lado, um aprendizado prático do jornalismo em situação viva, porque sintonizado com o público real, e, de outro lado, um conhecimento da vida cotidiana na periferia. Isso ofereceu aos jovens iniciantes nas profissões da comunicação um universo novo para sua atuação acadêmica, descortinando um mundo que até então desconheciam, principalmente porque ele não está incluído na pauta permanente da imprensa diária, conforme observou Maria Otília Bocchini, em seu artigo "Omissão das classes subalternas e da América Latina nas notícias diárias de quatro jornais paulistanos" (**José Marques de Melo** (org.), *Ideologia, Cultura e Comunicação no Brasil*, São Bernardo do Campo, IMS-Centro de Pós-Graduação, 1982).

Da cautela à ação

Nas décadas de 60 e 70 as iniciativas de resgate dos movimentos populares pelas escolas de comunicação são tímidas e quase residuais, tendo em vista o clima desfavorável criado pela ditadura militar. Com a vigência do AI-5 e do decreto-lei 477, tanto estudantes quanto professores adotaram atitudes cautelosas para não serem enquadrados como subversivos e perderem o espaço conquistado na universidade. Somente com os ventos da abertura política o ambiente mostrar-se-ia propício para projetos ou estudos nesse campo. Por isso, nos anos 80 observa-se um grande interesse pelas questões da comunicação popular e várias instituições se engajam efe-

tivamente na realização de experiências laboratoriais ou de extensão universitária. Essas atividades surgem principalmente nas escolas mantidas por instituições confessionais - católicas ou metodistas - como reflexo da opção preferencial pelos pobres feita pelas respectivas igrejas. Destacam-se a Católica de Belo Horizonte, as Metodistas de São Bernardo e de Piracicaba, as Católicas de Campinas e de São Leopoldo. Também deve ser mencionada a Federal de Pernambuco, na sua fase inicial administrada pelo Centro Educativo de Comunicação Social para o Nordeste (Cecosne), uma fundação mantida pelas freiras dorotéias.

Mas sem dúvida alguma a principal fonte de inspiração teórica para essa caminhada das escolas de comunicação no rumo da vida popular provém da ação realizada pela Sociedade Brasileira de Estudos In-



Folkcomunicação: resgatando o popular na comunicação.

terdisciplinares da Comunicação (Intercom). Criada em São Paulo, em 1977, essa associação civil, que reúne pesquisadores da comunicação de todo o país, desenvolveu reflexões embasadas nas teses de Gramsci sobre as classes subalternas, e construiu um referencial acadêmico que viria nutrir as experiências de vários grupos de pesquisadores ou profissionais. A Intercom analisou detidamente fenômenos como a comunicação alternativa, a cultura populista, a contra-informação, publicando livros e monografias que serviram de apoio teórico para a ação das equipes motivadas para trabalhos didáticos no meio rural e nas periferias urbanas.

Se os projetos vinculados à comunicação popular afiguram-se intermitentes, refletindo mais o entusiasmo de grupos estudantis ou de jovens docentes (em Juiz de Fora, Goiânia, Salvador ou Vitória), na verdade a semente plantada pela Intercom frutificou com intensidade nos programas de pós-graduação, cativando os novos pesquisadores para o estudo da comunicação não-hegemônica. Linhas de pesquisa nessa direção surgiram principalmente no

Mestrado em Comunicação Social da Metodista de São Bernardo do Campo, cuja revista *Comunicação e Sociedade* publicou inúmeros artigos sobre essa problemática, de autores nacionais e estrangeiros.

No caso específico da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) observa-se uma tendência a valorizar a comunicação popular produzida pelas/para as classes trabalhadoras, mas também resgatando o popular que permeia o massivo, ou seja, identificando os valores culturais populares apropriados pela indústria da comunicação. Preocupações dessa natureza são encontradas tanto nos estudos conduzidos por Anamaria Fadul, Mauro Wilton de Souza e Maria Immaculata Vassalo, quanto nos projetos de jornalismo popular (orientados por Carlos Eduardo Lins da Silva, Jeanne Marie Machado de Freitas, Alice Mitika Kos-

hiyama e José Marques de Melo), edição popular (Jerusa Pires Ferreira e Maria Otília Bocchini), vídeo-popular (Luiz Fernando Santoro), leitura crítica da comunicação (Ismar de Oliveira Soares, Francisco de Assis Fernandes e Manolo Moran), animação cultural em bibliotecas (Teixeira Coelho, Edmir Perroti e Luis Milanese), arte popular (Dilma de Melo e Silva, Lisbeth Rebollo e Elza Azemberg) e folclore (Américo Pellegrini).

Orientação específica

No entanto, a experiência mais avançada da ECA-USP nessa área tem sido a de formar profissionais para atuação em veículos orientados para as classes subalternas. Trata-se de uma peculiaridade do nosso curso de jornalismo. Não obstante seu currículo seja predominantemente voltado para o jornalismo industrial, onde existem maiores oportunidades de emprego para repórteres e editores, verificou-se que o mercado jornalístico de São Paulo apresentava demandas no segmento popular. Daí a criação de um núcleo de jornalismo

popular, em funcionamento desde 1984, voltado para dois ramos: jornalismo comunitário e o jornalismo sindical. No primeiro caso, procura-se atender às necessidades da florescente imprensa dos bairros, das pequenas cidades do interior, das organizações comunitárias que se multiplicam e se fortalecem neste período de transição política.

No segundo caso, busca-se corresponder às expectativas da poderosa engrena-

nhamentos partidários. Por outro lado, dentro da escola sempre existem alunos que não se afinam ideologicamente com os princípios do jornalismo industrial — historicamente vinculado às classes dominantes — e querem outras opções para o seu trabalho futuro. Também existem pessoas que decidiram atuar na grande imprensa, mas sentem necessidade de ampliar o conhecimento sobre os processos jornalísticos praticados nas organizações populares.



gem sindical, tanto do setor industrial quanto do setor de serviços, que se vale de jornais, revistas e boletins para aglutinar seus associados e defender interesses corporativos.

Constatando que as entidades localizadas nesse universo comunitário-sindical tinham condições de assalarar jornalistas e demandavam profissionais competentes, decidiu-se incluir no currículo escolar duas disciplinas optativas justamente para preparar os estudantes motivados a trabalhar fora do circuito da grande imprensa. Essa estratégia pedagógica foi determinada inclusive pela observação feita na configuração das oportunidades ocupacionais emergentes. Vários jornalistas formados pela escola, politicamente comprometidos com as lutas populares, haviam tomado a iniciativa de formar cooperativas ou micro-empresas para prestar assessoria comunicacional às organizações da classe trabalhadora. Trata-se de uma tendência surgida no período de resistência aos governos militares, caracterizando-se então como um tipo de jornalismo que tornava inseparável a militância profissional e a político-partidária. Mas, com a abertura, esse mercado foi se ampliando e ao mesmo tempo criando possibilidades de profissionalização independentemente de ali-

Compromisso permanente

No entanto, a decisão tomada pela ECA-USP de incluir o jornalismo popular na sua estrutura didático-científica não se deveu apenas a uma contingência mercadológica. A iniciativa esteve embasada principalmente na concepção pedagógica que tem orientado o seu departamento de Jornalismo e Editoração, a partir de 1983, quando ocorre a democratização da vida acadêmica. Entendendo que uma universidade pública como a USP é mantida com os recursos oriundos dos tributos populares, deve existir um compromisso permanente para devolver à população, através do saber produzido, a contribuição simbolizada nos impostos. Até agora, essa retribuição às classes trabalhadoras tem se dado pela formação de agentes capacitados para difundir mensagens de atualidade nos seus próprios meios de comunicação. Trata-se de uma tarefa em que estão engajados os professores Sérgio Gomes da Silva (jornalismo sindical), José Luiz Proença e Wilson da Costa Bueno (jornalismo comunitário). Além disso, tem havido um empenho em oferecer oportunidade de reciclagem e de atualização profissional aos jornalistas que atuam nesse campo.

No caso específico da imprensa sindical, a ECA-USP promoveu, em 1987, uma semana de estudos dedicada ao tema "A imprensa dos trabalhadores", reunindo profissionais de várias regiões brasileiras para discutir os rumos dessa atividade. Neste ano ainda vai promover um curso de aperfeiçoamento para jornalistas sindicais, proporcionando-lhes melhores instrumentos de trabalho.

Está em gestação um projeto de maior envergadura. Trata-se da realização de algo no estilo da universidade aberta, recrutando lideranças sindicais e comunitárias para programas de treinamento e de atualização cultural sobre processos jornalísticos. A idéia é trazer à universidade os cidadãos que conduzem os movimentos populares, com dupla finalidade:

- 1) oferecer-lhes conhecimento básico sobre a produção jornalística, para que possam usar mais adequadamente veículos impressos e audiovisuais na arregimentação da sociedade civil;

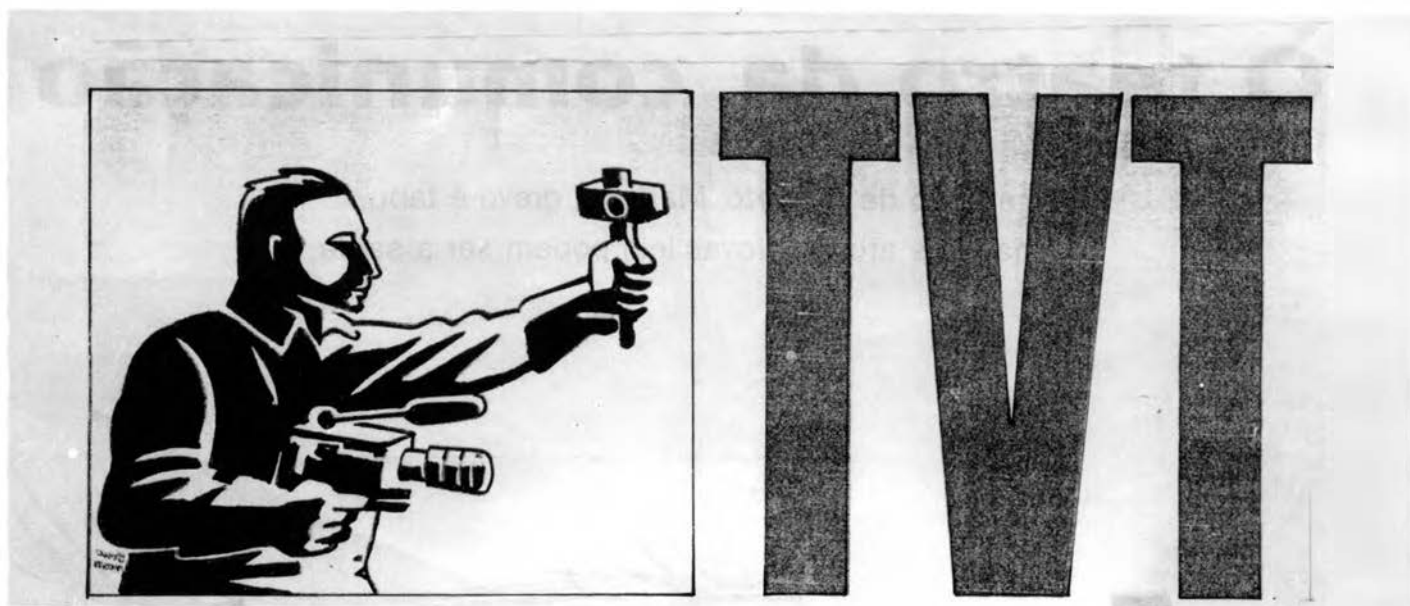
- 2) proporcionar-lhes informação cultural sobre o funcionamento dos sistemas hegemônicos de comunicação para que possam assumir coletivamente atitudes de defesa dos interesses populares, através do manejo competente de mecanismos de contra-informação.

Esse projeto poderá ser implementado a partir de 1989, incluindo-se na nova estratégia de extensão universitária que a administração Goldemberg vem imprimindo à Universidade de São Paulo. Contatos estão sendo realizados com as secretarias do Trabalho e da Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo e com agências nacionais de fomento científico, visando obter recursos financeiros. Igualmente serão buscados subsídios teóricos e metodológicos em universidades do exterior, principalmente européias, que possuem larga tradição nesse campo.

Na medida em que a ECA-USP exerce uma forte liderança junto às instituições congêneres do país, é de se esperar que iniciativas semelhantes sejam retomadas ou recriadas em outras escolas de comunicação na década de 90. Desta maneira, os centros universitários que formam comunicadores sociais poderão equilibrar suas metas educacionais e científicas, dando à comunicação popular tratamento semelhante àquele que vem merecendo a indústria cultural.

José Marques de Melo é professor titular da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

TV dos Trabalhadores



Marô Silva

Há cinco anos atrás, o deputado federal Luis Inácio Lula da Silva ganhou uma câmara VHS de presente e entregou-a ao Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema. Algum tempo depois, dois profissionais foram contratados para a cobertura dos acontecimentos promovidos pela entidade. Hoje, esta câmara transformou-se em uma aparelhagem U-Matic (própria para a televisão), ilha de edição, câmara e VT de externa e aparelhos VHS para montagem e exibição, que constituem o projeto pioneiro da TV dos Trabalhadores, a TVT.

A discussão do projeto começou há dois anos com uma preocupação básica: que não houvesse imposição e a TVT representasse, efetivamente, uma conquista dos trabalhadores através de um amplo processo de debate. Porém, uma das grandes dificuldades em implantar essa fórmula de discussão era a inexistência de qualquer experiência similar no mundo que permitisse uma acumulação de conhecimento. “Estamos tateando e ao mesmo tempo temos uma aula a cada dia de discussão”, afirma a jornalista Regina Festa, coordenadora do projeto.

Mesmo assim, a TVT já caminhou bastante: possui um terreno para a construção de sua sede própria e produziu 22 programas (que entrarão brevemente no mercado de vídeo). A produtora está agora avaliando sua proposta original porque outras entidades sindicais e populares têm interesse em participar do projeto. Duas tendências se colocam: uma insiste em uma TV apenas do sindicato e outra reivindica a criação de um conselho de entidades para geri-la.

Enquanto isso, Regina Festa acredita que a TVT deverá transformar-se numa boa produtora independente desdobrando-se em três níveis: trabalho de cobertura, noticiando assuntos ligados à área sindical; trabalho de informação, que aprofunda temas de interesse do trabalhador; e ficção, com a produção de novelas ou minisséries. Em todos os três níveis a preocupação é garantir uma boa qualidade dos programas e buscar uma nova linguagem para a televisão “que reproduza e encaminhe os anseios da classe trabalhadora”.

O grande risco, adverte Regina Festa, é não ter jornalistas competentes para levar o projeto adiante, embora os trabalhadores estejam dispostos a realizá-lo. Na área

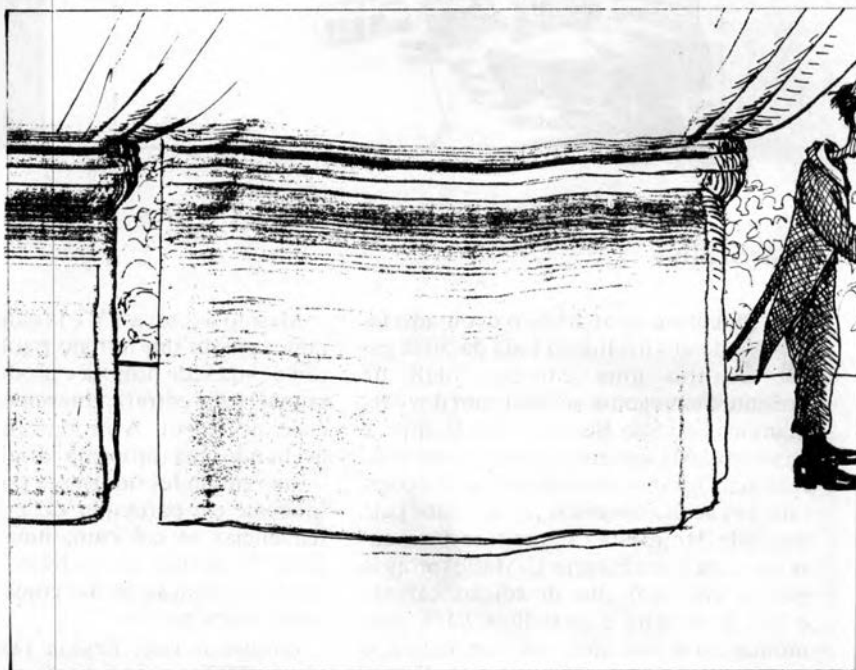
de ficção, sem dúvida, a mais ambiciosa da TVT, será necessário um grande trabalho de formação. “Queremos produzir ficção de qualidade. Temos convidado roteiristas profissionais para discutir com a classe operária. Se tudo der certo, o projeto será bem mais interessante do que o movimento do Cinema Novo, quando os intelectuais faziam filmes para os trabalhadores. Nós queremos os dois juntos produzindo programa”, afirma Regina.

Quanto ao perigo de colocar no vídeo algo parecido com o *realismo socialista*, que se institucionalizou na União Soviética sob o governo de Stálin, ela diz que é uma possibilidade. “Como todo mundo, quem trabalha pelo lado institucional tende sempre a dar uma visão unilateral. Mas nós estamos discutindo muito para que isto não ocorra, até por que o realismo socialista era muito chato”, finaliza Regina Festa.

Este artigo é um resumo de duas reportagens da jornalista Marô Silva, publicadas no jornal *Especador de Vídeo*, de Porto Alegre.

O teatro da comunicação

No mundo de Roberto Marinho, greve é tabu, jornalistas atores. Novas leis podem ser a saída.



Núcleo Jorge Baptista de Comunicações

A experiência do jornalista Florestan Fernandes Jr. na intimidade dos corredores da Rede Globo possibilitou-lhe testemunhar situações que expõem claramente o entrelaçamento de interesses entre a emissora e o governo. Seu depoimento traz fatos que demonstram o quanto a sustentação política dada por ela ao poder constituído opera como um aval para a manutenção dos favores que recebe do Planalto, e como questões que possam desequilibrar, ainda que levemente, a correlação de forças que ambos mantêm merecem um cuidado extremo por parte da direção da rede.

Nesse contexto, a televisão inexistente como instrumento de comunicação social a serviço da população. E à sociedade civil é vedada, sem qualquer constrangimento moral, a participação naquilo que em tese seria seu por direito.

Florestan Jr., que trabalhou nos vários programas jornalísticos da emissora em São Paulo, no período de 1984 a 1987, acredita que a única forma de romper o atual esquema em que a mídia eletrônica está enjaulada é através de um novo sistema, no qual a população escolha diretamente, por meio de voto, a quem dará permissão do uso de veículos de comunica-

ção, por quanto tempo, e decida também quais os objetivos a que serviriam.

“Hoje a concessão é uma dádiva do poder ao seu aliado; sequer os parlamentares são consultados sobre isso”, diz ele. E ainda defende a existência de uma legislação específica para cartas de concessão para os meios de comunicação eletrônicos, que teriam valor temporário, à exemplo da exploração das linhas aéreas pela iniciativa privada. Propõe também que sejam cobradas taxas dos “donos” temporários das emissoras, a fim de devolver à sociedade os benefícios que usufruem.

"A emissora não patrocina greves"

Na sua permanência na poderosa Rede Globo, Florestan Jr. presenciou e viveu casos que chegam ao cúmulo do ridículo, em se tratando de uma emissora que se pretende séria e profissional. Por exemplo, lá o assunto "greve" é tabu. Difícilmente entra no ar. Quando isso ocorre a notícia é transformada em nota ou o repórter fica enquadrado o tempo todo, falando pelos grevistas. Um caso grave de omissão da empresa em noticiar um movimento reivindicatório deu-se em 1986, quando motoristas e cobradores de ônibus da cidade de São Paulo resolveram paralisar suas atividades.

"Eu estava de plantão no domingo de 3 de novembro, dia em que eles realizavam a assembléia que decidiria sobre a greve. Fui para lá no final da tarde com a orientação de dar apenas uma imagem para cobrir uma nota do SP TV terceira edição, que, aos domingos, entra de madrugada",

agiu como representante do Roberto Marinho: "A Rede Globo não patrocina greves". No dia seguinte, São Paulo viveu um dos dias mais caóticos de sua História. As pessoas não encontravam ônibus. O trânsito ficou completamente desordenado, lembra Florestan Jr.

A Rede Globo não conseguiu evitar a greve, mas com essa atitude causou um prejuízo incalculável para a cidade. Segundo o jornalista, a questão que se revela neste episódio é o poder do capital, já que a população está completamente à margem dos interesses da empresa.

Também notícias que envolvam denúncias sobre os figurões do poder não têm vez no vídeo e tornam-se objeto de repressão da direção sobre os jornalistas que ousam exercer a profissão dignamente. Florestan Jr. lembra que quando Tancredo Neves estava no Incor, em 1985, uma repórter entrevistou um de seus ministros, Mauro Salles, na saída do hospital. Na

A propriedade das informações

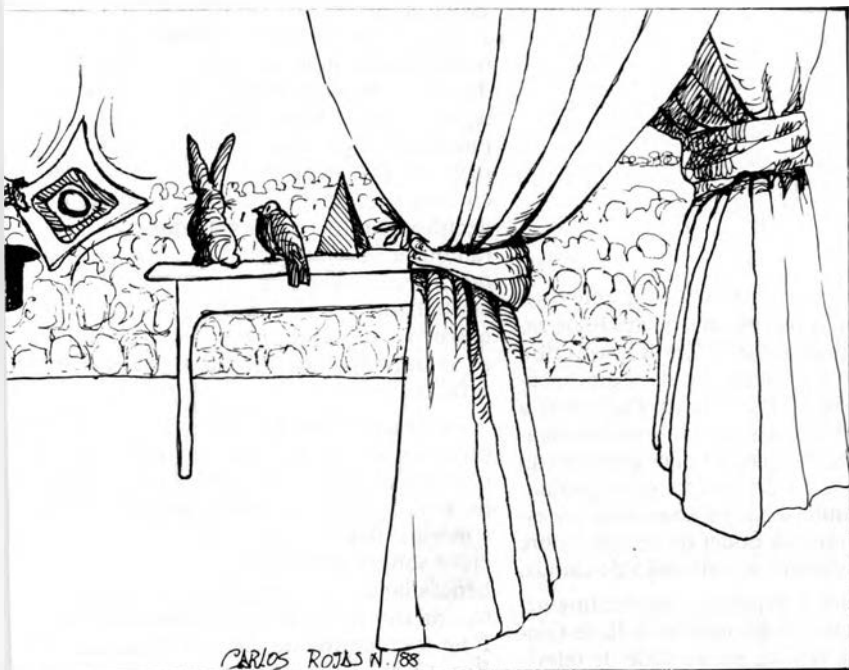
Como se fosse a proprietária do universo das informações existentes no país, a Rede Globo se confere o poder de impedir que algumas figuras públicas sejam veiculadas em seus programas. "Houve uma época em que Brizola, Lula, d. Hélder Câmara e outros eram proibidos de falar nos jornais da emissora. A pessoa era entrevistada, mas a matéria não saía no ar. Lula chegou a não querer dar mais entrevistas. Ele dizia que o repórter e ele estariam perdendo tempo. Essa orientação da direção continua até hoje: dificilmente um deputado do PT, do PC do B, do PC, do PSB, alguém da CUT, ou de outras entidades aparece em algum noticiário da Globo", diz ele.

Mas a maior afronta à sociedade que um sistema de comunicação pode fazer é forjar notícias, fazendo do jornalista um ator, pois faz perguntas "ensaiadas", em encenações onde até os entrevistados fazem parte da "produção". Um exemplo corriqueiro dessa prática vivido por Florestan Jr. ocorreu no dia 14 de novembro de 1986, às vésperas das eleições para governador, em Rondônia. "Eu precisava gerar uma imagem via Embratel antes do final da tarde. A pauta era o exército saindo da cidade para garantir as eleições no interior do Estado. O horário da transmissão só poderia ser aquele, e não havia meios de se esperar até o momento em que as tropas efetivamente saíssem dos quartéis", lembra ele.

"Então expliquei o caso para o comandante. E, ao meio dia, debaixo de um sol imenso, ele fez com que todos os soldados encenassem a saída da tropa de Porto Velho. A tropa não entendia nada. Aquilo era ficção, porque passei a dar ordens para o comandante sobre o melhor ângulo de tomada de cena, o câmara dava palpite sobre a melhor luminosidade e todos obedeciam. Os colegas de outros jornais não acreditavam no que estava acontecendo. De repente, havia centenas de soldados à disposição das imagens da Rede Globo", conta o jornalista. E conclui: "Na Rede Globo não importa o fato. O que vale é a produção que se dá a ele".

Enquanto o Congresso Nacional não elaborar uma legislação que coíba excessos como esses, a alternativa, segundo Florestan Jr., é lutar para que a Rádio dos Trabalhadores se torne uma realidade. "Já que os empresários têm direito a suas emissoras, os trabalhadores, que são a maioria, devem ter mais direito ainda".

O Núcleo Jorge Baptista de Comunicações reúne trabalhadores em Comunicação Social filiados ao Partido dos Trabalhadores em São Paulo.



conta ele. Como a greve foi deliberada ainda às 18h, o jornalista enviou um boletim à redação, com a intenção de que fosse veiculado no Fantástico, alertando a população para a falta de transportes públicos no dia seguinte.

"É nesses momentos que se desmascara o tipo de jornalismo que a Globo faz. O editor de plantão, apesar de concordar comigo sobre a importância do boletim a ser veiculado, foi obrigado a pedir permissão do editor-chefe para fazê-lo". A resposta, simples e direta, resumiu em uma frase a postura ideológica da emissora e deixou claro o papel daquele profissional que

época, seu nome estava ligado ao escândalo do Brasilinvest, pois tinha capital investido no banco. A jornalista inquiriu o ministro sobre seu envolvimento no caso, sendo tratada por ele grosseiramente. Nem havia chegado ainda à redação, recebeu um chamado do chefe da redação pelo rádio do carro, ordenando-lhe que trouxesse imediatamente a fita da entrevista, pois o próprio Roberto Marinho acabara de telefonar exigindo que a matéria lhe fosse enviada naquele mesmo dia. "O repórter que está trabalhando acaba atropelado pelo Roberto Marinho, o qual interfere constantemente no jornalismo da emissora."

Canal 13, TV Fanini

As atividades do pastor Fanini não se restringem ao universo religioso e educativo. Ele também é um bem-sucedido homem de negócios que investe agora no mundo da televisão.

Onésimo de Oliveira Cardoso

Depois de alguns adiamentos, espera-se ainda neste primeiro semestre do ano o início das transmissões da TV Rio, canal 13, a primeira emissora evangélica do país. Certamente muitos comentários serão feitos sobre a inserção no mercado dessa nova e poderosa empresa de comunicação, que se agrega ao monopólio estabelecido e exercido por um pequeno grupo de pessoas, que controla os canais de TV no país.

O presente artigo tem por finalidade levantar algumas implicações e considerações sobre o surgimento dessa nova estação de TV, sem contudo, estabelecer juízos definitivos ou apreciações acabadas, o que seria impossível pelas dificuldades que se tem em conseguir informações precisas e confiáveis que envolvem os bastidores de tal empreendimento.

Concessão ao monopólio

O canal 13, da antiga TV Rio, é como todos os outros canais de TV uma concessão do Estado, outorgada à alguém, ou a algum grupo, por um período determinado (quinze anos — sujeitos a renovação), pelo presidente da República, segundo dispositivos constitucionais vigentes. Ao lon-

go dos anos, principalmente durante o regime militar, o sistema de concessão de canais de radiodifusão (TV e Rádio) criou um verdadeiro monopólio das comunicações da mídia eletrônica, em particular a televisão. Pequenos grupos, economicamente fortes, exercem o poder absoluto do que informar e transmitir a uma população de 130 milhões de pessoas, sem que esta tenha o mínimo poder de decisão sobre quem deve possuir a concessão de canais.

Esse poder é exercido, imperialmente, pelo presidente da República. A Rede Globo de TV, a quarta maior rede de televisão do mundo, exerce neste pequeno universo de "proprietários" de canais o monopólio absoluto de audiência. Uma família (Marinho) tem o poder para determinar não só o que informar aos brasileiros, mas, e principalmente, como e quando informar.

Em consequência dessas distorções, discute-se, hoje, a legislação em vigor, que por ser viciada, arcaica e restritiva, faz do apadrinhamento dos poderes discricionários, da corrupção e do jogo de influências entre grupos econômicos e o poder, a razão de ser das concessões de canais. O próprio ministro das Comunicações da "nova república", Antonio Carlos Maga-

lhães, afirma, em entrevista dada à *Folha de S. Paulo*, de 6/12/87, que em "igualdade de condições (técnicas e financeiras), eu jamais deixo de dar concessão a alguém que apóia o governo". Ele mesmo, através de sua família, é concessionário da TV Bahia, que transmite a programação da Rede Globo.

Apesar dos desvios da "nova república" na postura do ministro das Comunicações, discute-se, hoje, na Assembleia Constituinte, a criação do Conselho Nacional de Comunicação que, se aprovado, segundo parecer do Projeto Cabral 2, tirará do executivo o monopólio e o poder absoluto de decisão quanto à concessão dos canais de radiodifusão e possibilitará a composição do Conselho com representantes do poder legislativo, da sociedade civil e do próprio executivo, e que terá como função regular as concessões dos meios eletrônicos de difusão.

Certamente tal medida não impedirá, plenamente, que as distribuições de canais continuem sendo um leilão entre grupos de amigos, contrariando princípios éticos e morais, mas tornará, sem dúvida, a decisão sobre concessões mais democrática, beneficiando a sociedade no seu conjunto e na sua forma pluralista de existência. É neste contexto que vemos o início da TV Rio, Canal 13.

Origens da TV Rio

A TV Rio foi fundada em 1955, por Paulo Machado de Carvalho, João Batista do Amaral e Murilo Leite. No decênio 1955-1965 chegou a ser, guardadas as devidas proporções, o que é hoje a TV Globo. Programas como "Noite de Gala", "Noites Cariocas", "O Riso é o Limite" e "Praça da Alegria" alcançavam índices enormes de audiência. Era a época dos primórdios da TV brasileira. O auge da popularidade da TV Rio foi alcançado no período de 1960 a 1964. Com o regime mili-



tar começou a sua decadência. Promovendo ativamente vigílias cívicas contra a ditadura que se instalara no país, viu-se, paulatinamente, desprovida de recursos publicitários e, em consequência disso, começou a viver seu declínio. Enquanto isso, outras TVs, solidárias com o novo regime, cresciam em audiência: a TV Excelsior, num primeiro momento, e, posteriormente, a partir de 1967, com expressiva ajuda externa do grupo Time-Life, a TV Globo se estabeleceria de vez. Depois de inúmeras tentativas de sobrevivência, a TV Rio teve sua sentença de morte decretada pelo então presidente Ernesto Geisel, no dia 5 de abril de 1977. Ao desaparecer, a emissora tinha como principal acionista a Ordem dos Jesuítas, representada pelo frei Cirillo Machello, que assumiu um ônus financeiro de tal porte que o grupo católico vendeu a TV Difusora do Rio Grande do Sul para a TV Bandeirantes, a fim de cobrir os gastos com indenizações trabalhistas e dívidas da TV Rio.

O "empresário" de Deus

O pastor Nilson Fanini, filho de imigrantes italianos, é considerado pelos seus fiéis o "Billy Graham" brasileiro. Sendo isto verdade ou não, o certo é que o pastor Fanini tem pautado sua vida nas pegadas do seu amigo norte-americano, batista como ele. Ele foi o primeiro pregador brasileiro a "empresariar" cruzadas evangelísticas pelo país. Seu sucesso foi tão grande lotando estádios brasileiros, que estrapalou suas campanhas para diversos países, contando para isso com a facilidade que tem no domínio de línguas estrangeiras (prega bem em inglês e espanhol) e apurados recursos retóricos.

Sua formação acadêmica é ampla e diversificada. Formado em Direito pela Universidade Federal Fluminense, tornou-se mestre em Teologia no Texas, Estados Unidos, e fez curso na Escola Superior de Guerra. Suas atividades eclesiásticas lhe

dão elevado prestígio. Além de pastor da 1ª Igreja Batista de Niterói, tornou-se presidente da Comissão Batista Brasileira, vice-presidente da Aliança Mundial e reitor do Seminário Batista de Niterói. Na área educativa está no terceiro mandato do Conselho de Educação do Rio de Janeiro.

As atividades do pastor Fanini, porém, não se restringem ao universo eclesiástico e educativo. Além de ser bem sucedido nas áreas mencionadas, o pastor Fanini não é menos privilegiado no campo empresarial. Ele faz parte do conselho de administração do Grupo Kepler e Weber S.A., que tem sua esposa Helen Kepler Fanini como herdeira, e controla um conglomerado de dezoito empresas de equipamentos agrícolas no Sul do país. Este grupo teve em 1987 um faturamento da ordem de 2,5 bilhões de cruzados e mais 10 milhões de dólares em exportação. Fanini é também acionista da companhia de turismo Top Flyt, além de possuir 75% das ações da empresa Radiodifusão Ebenezer Ltda, enquanto o empresário Nacle Gebran Bezerra, acionista do Unibanco, possui os outros 25%. Possui ainda negócios com o diácono de sua igreja, Cláudio Macário, proprietário de uma das maiores construtoras de Niterói, a Cláudio Macário Engenharia. Harmonizando suas atividades religiosas com suas atividades empresariais, o pastor Fanini, com sua empresa de Radiodifusão Ebenezer Ltda, conquistou o mundo da televisão não como um mero apresentador de programa, mas sim como concessionário do ex-canal católico, TV Rio.

Com Deus e Figueiredo

Depois de quase uma década dirigindo e produzindo o programa "Reencontro", gravado na TVE Rio, e que vai ao ar, nacionalmente, todos os sábados pela manhã, Fanini resolveu lutar por um canal próprio de TV, para fazer dela uma "central de salvação espiritual", como ele mesmo a denomina. Assim ele poderá apre-

sentar, todos os dias, das 7 às 11 horas da manhã, o seu programa "Reencontro".

Para conseguir a concessão do canal, Fanini, além de se socorrer à ajuda de Deus, usou também de uma ligação estreita com o então presidente da República, general João Batista Figueiredo, e da relação de amizade (negócios?) com o ex-diretor do Dentel (órgão fiscalizador das concessões), Haroldo de Oliveira.

Na festa do 7º aniversário de seu programa, em agosto de 1982, Fanini reuniu cerca de 120 mil pessoas no estádio do Maracanã para um culto "cívico religioso". Era época de campanha política. Estava no encontro, como convidado especial, o presidente João Figueiredo e cinco ministros de Estado. Neste dia Fanini falou dos valores éticos e morais da nação; da necessidade da "união entre todos os cidadãos". Uma mensagem de "paz e concórdia entre os homens" e as autoridades "legitimamente" constituídas que lutavam pelos candidatos do PDS nas eleições que estavam próximas. Em 15 de novembro, Haroldo de Oliveira foi eleito suplente de deputado pelo PDS. Em 29 de novembro de 1982, através do decreto nº 89.078, Figueiredo concede, por 15 anos, o canal 13 da TV Rio ao pastor Fanini, que via nessa concessão a realização da vontade de Deus e a resposta às suas orações. Antes de entrar no gabinete do presidente Figueiredo, no Palácio do Planalto, Fanini orou o verso 11, do 1º capítulo do livro de Neemias (Antigo Testamento): "Ah, Senhor, estejam pois atentos os teus ouvidos à oração de teu servo e dá-lhe mercê perante o Rei". Enquanto Fanini regozijava-se pela dádiva recebida, dezoito empresas concorrentes — entre elas a Editora Abril, Visão-Grupo Maksoud, Secretaria da Cultura do Estado do Rio e Rádio Capital — buscavam para seus futuros projetos melhores condições "técnicas" e "financeiras".

Depois de investir cerca de 5 milhões de dólares na construção da sede da TV Rio, localizada na Cidade Nova, centro do Rio, onde se encontra a central de produções e um auditório de 150 lugares, Fanini contratou 680 funcionários para colocar sua TV no ar. Para comandar sua TV, Fanini, deixando de lado seus purismos religiosos, convidou o ex-todo-poderoso-global Walter Clark. Certamente que não faltará a Clark *know-how* para fazer a TV Rio uma séria concorrente das TVs existentes, porém resta-nos perguntar: a TV Rio será mesmo a "grande central de salvação espiritual"?

Onésimo de Oliveira Cardoso é doutor em Comunicações pela Universidade de Münster, Alemanha Ocidental, e coordenador do Mestrado em Comunicações do Instituto Metodista de Ensino Superior.

IGREJA ELETRÔNICA

A pregação milionária da salvação



Amélia Tavares C. Neves

O recente escândalo envolvendo o pastor norte-americano Jimmy Swaggart trouxe à tona, novamente, a discussão sobre a “igreja eletrônica”. Para a comunidade cristã brasileira o comportamento de Swaggart é secundário. O importante mesmo é conhecer melhor esse fenômeno que rende milhões de dólares e atrai verdadeiras multidões no mundo inteiro.

O estudo do fenômeno da “igreja eletrônica” ainda está em sua fase embrionária no Brasil. Existe pouco material disponível e, talvez, uma única obra tenha alcançado um rigor analítico convincente (Hugo Assmann, *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina*, Petrópolis, Vozes/WACC-AL, 1986). A maior parte da literatura sobre o assunto está em inglês. Explica-se: nos Estados Unidos este tema é amplamente discutido e debatido por religiosos, psicólogos, sociólogos e comuni-

cadores. Entre eles, destacamos o pastor metodista William Fore, para quem a “igreja eletrônica” equivale a uma “religião comercial” por tratar-se de programas transmitidos em espaços pagos, com altos custos de produção e que dependem de um líder carismático para garantir seu sucesso. A verba para manter os programas vem dos fiéis telespectadores através de polpudas doações ou simplesmente da compra dos diversos produtos anunciados pelos pastores (livros, discos etc).

Fore questiona esse tipo de religião que compra os convertidos, equipara o Evangelho a uma mercadoria e vende a graça divina como uma espécie de indulgência (Lutero fez a Reforma Protestante por causa disso!). Mas, segundo Assmann, a “igreja eletrônica” é mais abrangente que os famosos programas de televisão mundialmente comercializados. O conceito com-

portaria desde a gravação de um sermão até a apresentação de vídeo-tapes nas aulas de educação religiosa. Valeriam, portanto, outros nomes: “marketing da fé”, “messianismo eletrônico” e “assembléia eletrônica”.

Orgulho ferido

Segundo Assmann, a “igreja eletrônica” norte-americana, assim como as manifestações dos fenômenos religiosos, está ligada à crise de legitimidade do capitalismo, que nutre-se da construção social das aparências, ocultando o real. Por isso, o sistema é fetichista e gerador da idolatria.

A derrota dos Estados Unidos no Vietnã gerou uma crise de legitimidade do sistema e coube aos tele-evangelistas a tarefa de devolver à sociedade o orgulho nacional.



Para alcançar este fim eles lançam mão de uma teologia fundamentalista que: 1) enfatiza a inerrância da Bíblia; 2) hostiliza a teologia moderna e um estudo moderno e crítico da Bíblia; e 3) hostiliza aqueles que não partilham de seus pontos de vista religiosos. Um exemplo disto é uma das pregações de Jimmy Swaggart sobre "O Batismo com o Espírito Santo", que representa uma espécie de modo de vida e quem não o possui não é considerado cristão.

Existe uma controvérsia quanto aos efeitos da "igreja eletrônica" na vida congregacional dos ouvintes, no sentido de prejudicar a presença física e contribuição financeira dos mesmos na igreja local. Segundo William Fore, 47% dos americanos vêm pelo menos um programa religioso por semana e 42% deixam seus lares para assistir algum tipo de serviço religioso. A maioria dos pregadores, com exceção de Jimmy Swaggart, que chega a afirmar que as igrejas não salvam ninguém, encoraja seus ouvintes a procurar uma igreja.

O prejuízo financeiro ocorre no sentido em que as pessoas também são encorajadas a contribuir para o bom desempenho da "igreja eletrônica", a fim de que outras pessoas possam ser alcançadas. Segue-se, a partir daí, um jogo de dinheiro e os números envolvidos são cada vez maiores. As cifras, em milhões de dólares, de gastos mensais só com produção e transmissão de alguns destes programas televangelistas são algo impressionante. Pat Robertson, um dos mais populares líderes evangélicos, e candidato a candidato à sucessão presidencial pelo Partido Republicano, encabeça a lista com um gasto de 233 milhões de dólares; em segundo lugar es-

tá Jimmy Swaggart com 106 milhões; terceiro, Jerry Falwell com 100, seguido por Jim Baker, 66, Oral Roberts, 60 e Robert Schuller, 30.

Expansão Mundial

As técnicas utilizadas para angariar fundos são as mais diversas possíveis: venda de espaço sagrado, contribuição para construção, venda de tempo de oração, venda de objetos religiosos, simulação de uma intimidade, ameaça de interrompimento do programa etc. Um exemplo deste item é Rex Humbard, cujo programa saiu do ar no Brasil em 1984, porém, no ano seguinte ele reapareceu. Em março e abril deste ano havia um grande apelo para que o programa não terminasse. Seu apelo, porém, não foi bem sucedido, pois o programa saiu definitivamente do ar.

O imperialismo norte-americano existe a nível da informação, comunicação, religião e agora, particularmente, na "igreja eletrônica". A princípio, esta expansão deu-se nos países de língua inglesa como Austrália e Nova Zelândia. Porém, com os recursos que a comunicação dispõe atualmente — uma dublagem muito bem feita, por exemplo —, estes programas passaram a ser distribuídos na América Latina, Japão e outros países. O fator mais impressionante nesta expansão é a total alienação dos programas à realidade dos países para onde eles são exportados. Muitas vezes, os programas nacionais, produzidos nos próprios países, assumem características do modelo norte-americano.

A apresentação visual é um dos elementos mais importantes na "igreja eletrônica". Os apresentadores são os personagens

centrais dos programas, com seu carisma e gênios explosivos.

Analisando a mensagem percebe-se um fundamentalismo proselitista e há uma opção pelos pobres como destinatários de suas mensagens. Ao mesmo tempo, o conceito de justiça com relação aos pobres que assistem os programas é distorcido. Numa de suas pregações, Jimmy Swaggart falava contra a legalização do aborto nos Estados Unidos. Fala da concordância com uma matança indiscriminada. "O Supremo Tribunal dos EUA está sendo condenado por Deus por causa deste assassinato legalizado por atacado". Porém, ele não menciona o assassinato em massa que os EUA estão financiando na América Central, particularmente na Nicarágua.

Moral e família

Outra grande ênfase está no aspecto familiar. A família do apresentador é mostrada como símbolo de união, felicidade e realização. A esposa sempre é apresentada com belas jóias, muito bem vestida, aparentando ser a mulher ideal. Vale ressaltar que esta visão é também muito apreciada pelos telespectadores que são incapazes de aceitar qualquer falha do pastor no cumprimento de seus deveres de esposo. Um exemplo disto foi o recente escândalo envolvendo o pastor Jim Baker e sua secretária. O assunto foi muito veiculado pela imprensa norte-americana e o apresentador caiu em desgraça. No decorrer da última semana de fevereiro, assistimos a mais um escândalo, desta vez, envolvendo o próprio Jimmy Swaggart, que sempre foi um ferrenho defensor da moral e dos bons costumes. Ele foi visto frequentando mótéis e tendo contato com prostitutas. Isto lhe custou, além de um *mea culpa* público, a suspensão de seu programa de televisão por três meses. O caso também teve repercussões externas. Na Costa Rica, o programa de Swaggart foi cancelado temporariamente, e em outros países a reação do público poderá levar à mesma sentença. Isto prova que a questão da imagem deve ser mantida e preservada a qualquer custo.

Vale ainda citar o teólogo norte-americano Harvey Cox, que critica asperamente este tipo de utilização dos meios de comunicação. Segundo Cox, os meios massivos não permitem uma resposta concreta dos receptores. Portanto, não se pode pregar uma mensagem de amor e reciprocidade quando se fala para alguém que não tem oportunidade de responder.

Amélia Tavares C. Neves, metodista, é teóloga e mestrande em Comunicação Social no Instituto Metodista de Ensino Superior (IMS), em São Bernardo do Campo (SP).

POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA



Ismar de Oliveira Soares

Diante das carências religiosas do continente latino-americano e da acelerada expansão das seitas religiosas — bem servidas por poderosas redes de comunicação —, diversos setores da Igreja Católica apontam para a necessidade de se promover, neste final de século, uma verdadeira cruzada de evangelização através da utilização dos modernos recursos da comunicação (computador, satélite, rádio, TV etc). Este caminho não significa a multiplicação dos veículos de informação da Igreja, mas a revisão de suas

próprias teorias e práticas de comunicação, adequando-as às opções pelos jovens e pelos pobres (Puebla, 1979).

Contradições

O advento da televisão, mais ainda que o do cinema e do rádio, aguçou o espírito missionário dos papas e autoridades eclesiais. Superando as atitudes de condenação ou desconfiança que predominaram

nos séculos anteriores, Pio 12 afirmava que chegara, finalmente, o momento em que o Romano Pontífice não mais falaria à pequena multidão concentrada na Praça de São Pedro, mas seria visto e ouvido por todo o mundo.

Pio 12 reconhecia a importância dos meios de comunicação na sociedade, associando-os ao fenômeno da opinião pública: somente haveria democracia onde houvesse uma “reta” opinião pública, que se formaria com o uso livre dos meios de

comunicação. Eugênio Pacelli mirava-se nos exemplos da Alemanha nazista e dos Estados livres da América do Norte.

Para a Igreja Católica, os grandes veículos se constituíam numa prova evidente de que Deus reservara para seus agentes na terra, no século dos maravilhosos progressos técnicos (Miranda Prorus), os grandes instrumentos da evangelização. Era necessário usá-los. O slogan corrente, ainda nos meados do século, fora criado cinquenta anos antes por Leão 13: "É preciso usar armas contra armas", o que significava empregar os mesmos meios utilizados pelos agnósticos e anticlericais e fazê-lo de forma a defender a instituição, nos moldes definidos pelas autoridades.

O apelo para o uso dos veículos não incluía considerações sobre a necessidade do estudo das especificidades de cada meio e da adequação das mensagens às várias linguagens. O que importava era tão somente ampliar a voz dos que já possuíam voz na Igreja, privilegiando a mensagem e os conteúdos catequéticos ou apologeticos. Por outro lado, a preocupação em formar uma opinião pública reta e livre não incluía, certamente, a opinião pública interna à Igreja e não reconhecia a liberdade de expressão dos comunicadores que com a Igreja viessem a colaborar.

O deslumbramento frente às potencialidades tecnológicas da comunicação (confirmado pelo título do decreto conciliar sobre os meios de comunicação social, o *Inter Mirifica*, de 1963) levou as dioceses e, principalmente, as congregações religiosas a desenvolverem, em todo o mundo, gran-

des projetos na área, imitando o Estado Pontifício que já em 1931, com a colaboração do próprio Marconi, instalou a Rádio Vaticana.

Caminho brasileiro

No Brasil, a preocupação com a posse de veículos para difusão da fé teve sua origem nos difíceis anos da confrontação entre a igreja e a Maçonaria, nos derradeiros decênios do Império. Na época, difundiu-se o jornalismo religioso, considerado conservador pela imprensa liberal da época e sempre combativo. Neste campo, podemos recordar a atuação de leigos que se alinharam com as propostas católicas, como José Soriano de Souza, grande incentivador do insucedido Partido Católico do Nordeste, o acadêmico Carlos de Laet e o jornalista Felício dos Santos, que criou, em 1915, o diário *União*, no Rio de Janeiro, numa frustrada tentativa da Igreja em criar e manter um jornal de circulação nacional.

Os anos 50 — já serenadas as relações Estado/Igreja, tendo esta instituição reconquistado parte do espaço perdido na estrutura de poder da sociedade brasileira — apontam para uma tentativa de articulação das forças eclesiais. O comando foi exercido por frei Boaventura Kloppenburg, professor da Faculdade de Teologia dos Franciscanos, em Petrópolis. Fora também de Petrópolis outra iniciativa pioneira, em 1910: a formação de uma rede de jornais católicos, auxiliando-se mutuamente na cobertura dos fatos relativos à

defesa e propagação da fé. Frei Pedro Sinzig fundou, na ocasião, o Centro da Boa Imprensa que, em 1924 já contava com 772 grupos em todo o país. O projeto de Kloppenburg, porém, não previa a reunião ou associação dos veículos (jornais, revistas, emissoras de rádio), mas a elaboração de estratégias editoriais comuns. Fazia o que julgava lhe competir, servindo-se da *Revista Eclesiástica Brasileira*, a REB: identificava grandes metas, os inimigos a serem combatidos e os conteúdos das campanhas a serem desenvolvidas. Na mira dos planos de comunicação — assumidos pela própria CNBB quando se organiza nos meados dos anos 50 — encontravam-se o protestantismo, o espiritismo, a maçonaria e o comunismo.

Com o golpe de 64 e a adesão inicial da cúpula da CNBB às justificativas da máquina militar, o projeto de comunicação da Igreja não sofreu solução de continuidade, fato que permitiu, inclusive, a ampliação de sua rede de emissoras de rádio. A novidade do período veio por conta dos resultados de algumas experiências de uso alternativo dos meios para a reflexão política, a ação educativa ou a contestação ao regime. Bons exemplos disso foram a utilização da Rede Nacional de Emissoras Católicas (Renec) no Movimento de Educação de Base (MEB) e a edição do jornal *Brasil Urgente* que, somados às confrontações políticas do final da década, ao descontentamento de muitos leigos e sacerdotes com os rumos pastorais da instituição e à emergência das Comunidades Eclesiais de Base, nos inícios dos anos 70, contribuíram para o surgimento de um importante debate que questionava a teoria ofi-

Os meios católicos de comunicação



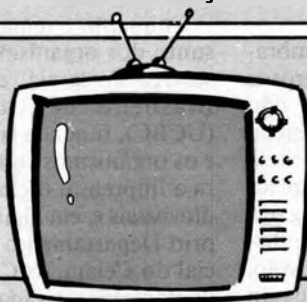
IMPRENSA

- 35 jornais.
- 35 revistas mensais de circulação nacional.
- 200 boletins diocesanos mensais e mais de 2 mil boletins mimeografados.
- 14 editoras.



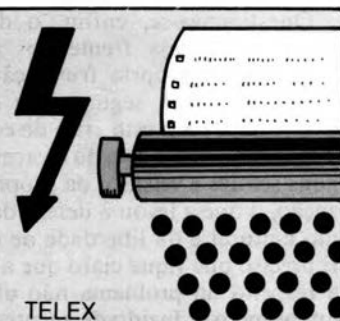
RÁDIO

- Mais de 700 missas dominicais são transmitidas por emissoras seculares.
- 110 emissoras diocesanas e de congregações religiosas.



TELEVISÃO

- 1 emissora em Pato Branco (PR) a TV Celinauta.
- 32 missas semanais em emissoras de diferentes estados.
- 28 emissoras de 15 estados transmitem o programa semanal *Anunciando Jesus*, da Associação do Senhor Jesus, de Campinas (SP).

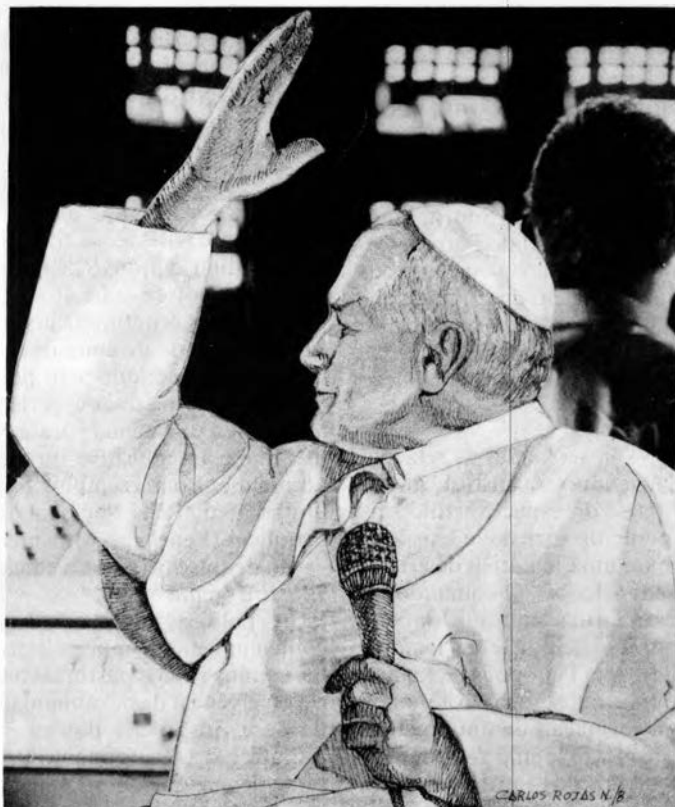


TELEX

- A Agência de Notícias Alternativas (ANA), do Setor de Imprensa da CNBB, veicula diariamente 240 mensagens de 30 minutos, 120 linhas e o "Boletim da Constituinte".

ALFER

cial: como possuir grandes veículos de comunicação a serviço da evangelização e das obras assistenciais, sem antes discutir a natureza destes veículos, suas linguagens específicas, seu caráter autoritário e vertical e sua inserção estrutural numa sociedade que privilegia a concentração da posse e o uso exclusivo dos recursos da comunicação pelo capital em detrimento das maiorias marginalizadas?



Novo desafio

Questionava-se, enfim, o deslumbramento da Igreja frente aos poderosos meios e sua própria frustração em não dominá-los com segurança e eficiência. Contribuiu para esta crise de consciência a repressão que o Estado exerceu sobre alguns setores e veículos da própria organização, o que a levou à defesa do pluralismo cultural e da liberdade de expressão. É preciso que fique claro que a discussão a respeito do problema não ultrapassou um número reduzido de agentes pastorais e eclesiais, mas foi suficiente para criar um clima de desconforto, principalmente quando se passou a defender a excelência dos meios grupais na catequese e evangelização sobre os meios massivos, contrariando, desta forma, o discurso oficial de Roma. A resposta veio através de artigo do jesuíta Enrico Baragli, nas páginas da revista *Civiltà Cattolica*, órgão oficial do

Vaticano, a propósito de um documento latino-americano produzido para o Sínodo dos Bispos de 1974. Roma julgava inoportuno o debate sobre os pequenos meios nos termos em que era colocado pelos latino-americanos, reafirmando a doutrina de Paulo 6º segundo a qual os meios massivos de comunicação deviam ser instrumentos para a construção do desenvolvimento (*Communio et Progressio*), ca-

bendo à Igreja utilizá-los para a difusão de sua verdade e a construção da paz.

Enquanto o tema continuava sendo assunto dos organismos de comunicação a serviço da igreja, como a União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC), fundada em São Paulo, em 1969, e os organismos continentais voltados para a imprensa, o cinema, o rádio e os audiovisuais e, em alguns momentos, no próprio Departamento de Comunicação Social do Celam, as Comunidades Eclesiais de Base, incentivadas pelo Documento de Medellín (1968), começavam a desenvolver seus próprios processos de comunicação, multiplicando o uso do mimeógrafo, da pequena impressora, da máquina tipográfica, do alto-falante, e, já nos anos 80, do vídeo cassete e do micro-computador. O emprego dos meios e pequenos meios veio acompanhado do debate sobre os acertos e erros das várias políticas de comunicação adotadas pela Igreja. Tais acontecimentos estão certamente na base

da motivação que levou a CNBB a declarar a Comunicação Social uma de suas prioridades para o quadriênio que se iniciou em 1987.

Comunicação dialógica

Tem-se a noção clara, nos meios de Igreja, que a instituição não dispõe de uma política definida na área da comunicação. O tema não chega, inclusive, a despertar os teólogos e pastoralistas para uma reflexão de maior fôlego. Existe um misto entre o velho "deslumbramento" e novas incertezas. Enquanto se fica à espera de um aprofundamento no tema por parte de todos os segmentos da Igreja, um grupo de pensadores e agentes propõe os caminhos que julga mais adequados, inspirando-se quer nas práticas das comunidades, quer nas pesquisas acadêmicas ou reflexões pastorais. Uma das definições procuradas é a da própria comunicação. Para os membros da Equipe de Reflexão do Setor de Comunicação Social da CNBB — um grupo de profissionais leigos e religiosos formado em 1980 por d. Eduardo Koaik para assessorar o setor — uma comunicação autêntica e libertadora somente pode existir se for dialógica, privilegiando não mais o pólo emissor do processo de emissão de mensagens, mas o pólo receptor. Neste caso, o "dialógico" não diz respeito apenas à possível troca de informações entre interlocutores, mas ao próprio lugar social de onde se produz a comunicação e dos interesses que se defende (*Carta aos Comunicadores*, 3 de junho de 1984).

Assim considerada, a comunicação dialógica deve ser o padrão a ser seguido, inclusive nas práticas internas à própria comunidade eclesial. O que fica para ser resolvido é a aplicação prática do princípio, o que exige definições que devem ser estabelecidas pelos interessados no processo. No caso, um papel importante fica reservado para o laicato e para as comunidades.

A comunicação dialógica e libertadora desta forma entendida não exclui grandes meios. Exige, porém, que as políticas de comunicação que os mantêm sejam repensadas e rearticuladas com as novas metas a serem propostas e implementadas. Pelo que se vê, os católicos brasileiros e o movimento ecumênico de um modo geral terão muito o que discutir e resolver em 1989, ano em que a Campanha da Fraternidade desenvolverá o tema "A Comunicação para a verdade e a paz". E a primeira pergunta não pode ser outra: Qual é a verdade da comunicação da Igreja?

Ismar de Oliveira Soares é assessor de Comunicação Social da CNBB e professor da Escola de Comunicação e Artes da USP.

Ecumenismo comprometido



Dois grandes encontros ecumênicos acontecerão ainda este ano na América Latina. Em Indaiatuba, São Paulo, de 28 de outubro a 2 de novembro será realizada a 2ª. Assembleia Geral do Conselho Latino-Americano de Igrejas (Clai). Espera-se mais de quatrocentos delegados, representando cerca de 150 igrejas evangélicas de todos os países do continente. O tema geral da assembleia é *Igreja: A caminho de uma esperança solidária*, que será tratado sob cinco perspectivas: na missão evangelizadora, no compartilhar com o povo, na comunidade de fé e no encontro fraternal, no sofrimento que vem do compromisso e no testemunho e no serviço. Serão traçados, nessa oportunidade, os planos para o avanço do movimento ecumênico a partir da realidade da América Latina e da busca da paz e da justiça.

Em Quito, no Equador, de 19 a 23 de julho, haverá o Encontro Continental de Organismos Ecumênicos, que antecederá a assembleia do Clai. Pela primeira vez vão se encontrar cerca de noventa grupos que estão comprometidos com os movimentos populares e as igrejas que os apoiam. Será um momento histórico de avaliação da prática do ecumenismo nesses últimos anos na América Latina e Caribe, suas perspectivas para os próximos anos e a busca de formas comuns de solidariedade e ação conjunta. Esse evento realiza-se, exatamente, no momento em que forças neo-conservadoras, fortemente financiadas, tentam afastar os setores das igrejas comprometidas com as classes populares dos nossos países.



Indústria bélica em debate

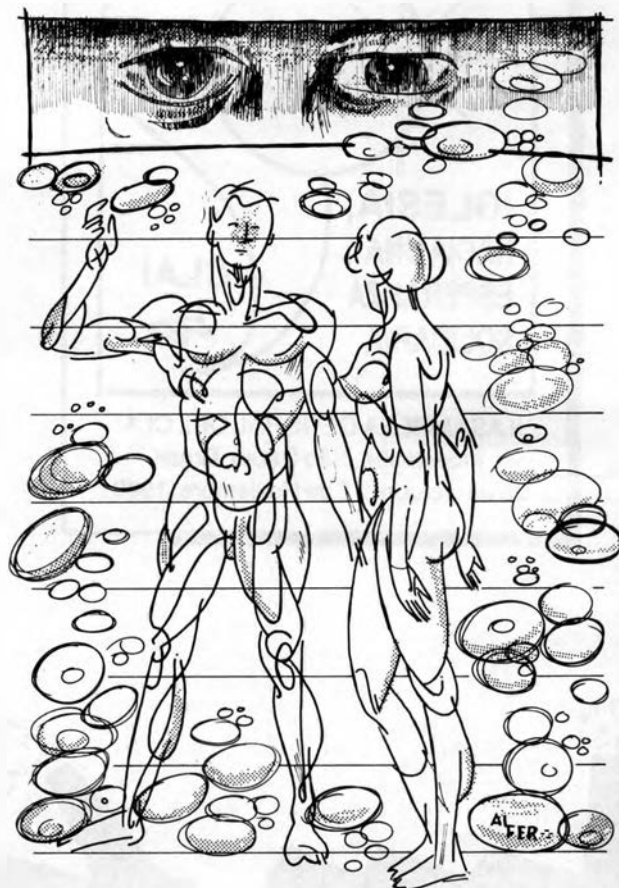
“Os trabalhadores e a indústria bélica” é o tema da primeira edição da revista de debates *Apoio Sindical*, patrocinada pelo Sindicato dos Metalúrgicos de São José dos Campos (SP), com o apoio do programa “Memória e Acompanhamento do Movimento Operário” do CEDI. No editorial de apresentação, a diretoria do sindicato afirma que a revista será uma ferramenta a mais no processo de formação política dos trabalhadores que desejam conhecer, entender e transformar a realidade brasileira.

Em seu primeiro número, *Apoio Sindical* traz artigos interessantes sobre a corrida armamentista, a indústria bélica nacional, as possíveis consequências de uma explosão nuclear e

a relação sindicato/indústria bélica e proposta de reconversão (das fábricas de armas).

O conjunto de dados apresentado pela revista sobre a produção de armas não se esgota nos limites geográficos de São José dos Campos, município do interior paulista onde estão instaladas a Engesa, a Embraer e a Avibrás. Este é o seu grande mérito: ao não se preocuparem apenas com sua base sindical e seus problemas imediatos, os metalúrgicos de São José dos Campos oferecem uma valiosa contribuição à sociedade brasileira que precisa conhecer melhor a complexidade da “indústria da morte” se almeja, de fato, um futuro diferente.

Os limites da sexualidade



Jaci Maraschin

Os limites da sexualidade são os limites do corpo. Começa em qualquer parte do corpo e não termina. Vai de um lado para outro. Entra em delírio na cabeça. Arrepiam-se na espinha dorsal. Concentra-se, às vezes, no aparelho genital. Choca-se com a sexualidade dos outros corpos. Emaranha-se e se confunde. Mas se expande. Faz de cada um de nós o que nós somos. Enche o mundo de lirismo e encanto. Entra pelos labirintos do desejo. Explode nas artimanhas da libido. Realiza-se no prazer.

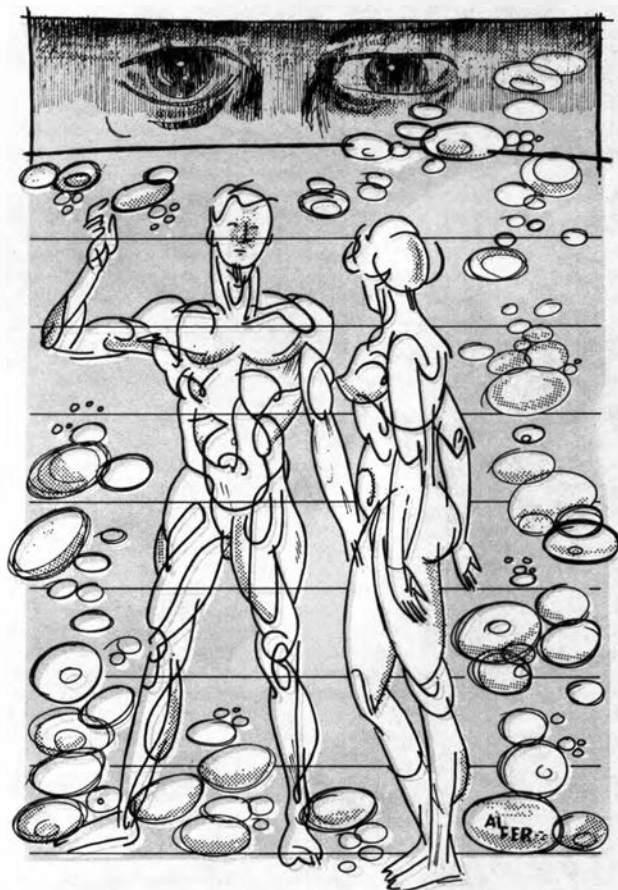
Tem o caso daquele professor de seminário que afirmou o que todos nós sabemos. Que a sexualidade não se esgota assim no mais. Nem mesmo no casamento. Queria dizer que o casamento é uma associação entre duas pessoas que, por sua vez, também não se circunscreve apenas aos aparelhos genitais dos cônjuges.

Em outras palavras: nem o casamento esgota a sexualidade nem a sexualidade esgota o casamento. Mas como é que uma coisa dessas poderia ser entendida pelos que reduzem o sexo ao pênis e à vagina? O que os religiosos puritanos não gostaram foi da afirmação de que a sexualidade "não se esgota". Para eles, quanto mais se "esgotar", mais for esquecida, tanto melhor.

Muitas vezes me dá vontade de entrar no mundo da fantasia dos puritanos para ver, como num cinema, como são os devaneios sexuais que lhes povoam a mente. Olha aí o caso do conhecido pastor da televisão que pagava um casal sado-masoquista para, no recôndito de um quarto de motel, alcançar o orgasmo que só lhe vinha assim. Nada mais natural para um pastor da televisão. A televisão é um voyeurismo. E todo o mundo se scandalizou quando descobriu que o pastor (Jimmy Swaggart) não passava de um pobre diabo, tão

comum nesse obscurantista mundo sub-evangélico, que não conseguira ser anjo nem mesmo depois de tanto tentar persuadir os outros de que o que importa é não ser humano.

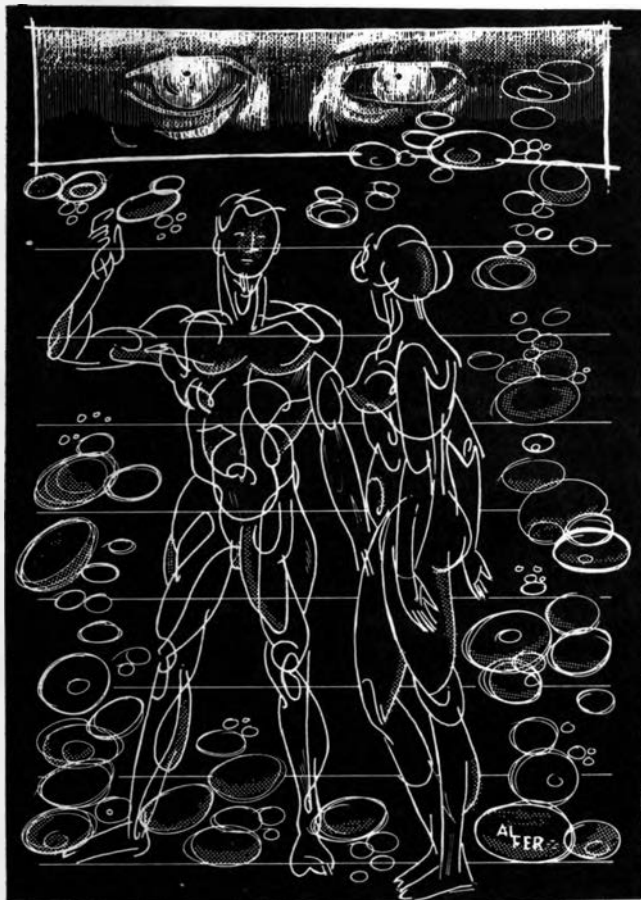
Esse professor de seminário foi além. Afirmou que as pessoas têm preferências sexuais variadas e que faz parte da sua "natureza", digamos assim, gostar mais de algumas práticas do que de outras. Na verdade, o professor queria dizer: "Seja o que você é; foi Deus que lhe fez assim". Como suportar tal liberdade? A cabeça dos puritanos não pode aceitar coisa tão bela e tão pura. É preciso impor sobre as pessoas a camisa de



força dos preconceitos religiosos. No fundo, não conseguem admitir que o corpo foi, de fato, criado por Deus e que o prazer das coisas da vida começa precisamente aí. Isto é, no corpo.

A sexualidade humana expressa-se no erótico e no sensual. O erotismo é o portal da religião. É a própria possibilidade da transcendência nos confins da imanência. É a mola do crescimento e de todas as intencionalidades. Quando as igrejas e a própria sociedade abafam o erotismo criam esses infelizes monstros que não conseguem rir nem dançar. Pior do que isso, transformam-se em policiais sem alma, esquizofrênicos e cruéis. O sensual é o que se relaciona com os sentidos. Mas com os sentidos na sua verdade e liberdade. Vocês conhecem religiões que tudo fizeram e fazem para ocultar os sentidos. Gostariam que as pessoas fossem robôs, revestidas de alumínio ou plástico.

Que glorioso será o dia, para os puritanos, quando em vez da "camisinha" a tecnologia moderna puder inventar a "camisona" capaz de cobrir o corpo todo com ténue camada plástica, isolando-nos de uma vez por todas do resto do mundo. Ai está! Não é essa a religião do indivíduo e de sua relação com Deus? Para que serviriam os outros num tal tipo de devoção? E se sexualidade é a mesma coisa que genitalidade para que carícias, olhares, toques e contatos, amizade e amor? Se a sexualidade fosse igual a isso, ao genital, tudo não passaria de um exercício mecânico que talvez os robôs pudessem realizar até mesmo melhor do que nós.



A sexualidade é a própria vida. É a fundamentação do prazer. O erotismo divino expressou-se, no início dos tempos, na satisfação das coisas criadas. Essa imagem divina do prazer passou para a criatura. E a Bíblia não deixou por menos. Mostrou-nos que a verdadeira comunhão com Deus exige que os homens e as mulheres andem nus no paraíso e se regozijem nesse infinito jardim. É por isso que no Cântico dos Cânticos os que se amam amam também a natureza e não fazem do casamento o limite. O limite é o amor que sendo tão forte como a morte, ainda assim, subsiste além da morte na "ressurreição dos corpos".

Jaci Maraschin, clérigo anglicano, é doutor em Ciências da Religião. É secretário-geral da Associação dos Seminários Teológicos Evangélicos (Aste) e professor do Curso Ecumênico de Pós-Graduação em Ciências da Religião do IMS, em São Bernardo do Campo (SP).

LICENÇA PATERNIDADE

Nascer será a três

Aloizio Mercadante Oliva

A Assembléia Nacional Constituinte aprovou a adoção da licença-paternidade de oito dias. Talvez seja a conquista de menor impacto na economia, e nesta condição, apareceu de forma muito marginal nos debates, além dos risos e ironias, que procuraram desqualificar os fundamentos desta conquista. Já vi este filme antes. No início da década de 80, vivemos no interior da comunidade universitária da PUC de São Paulo, uma situação muito semelhante. Eu detinha, na ocasião, o mandato de presidente da Associação de Docentes da PUC, e defendi a adoção da licença-paternidade no acordo de trabalho dos professores. Apresentaram-se algumas posições contrárias.

De um lado, companheiras com argumentos pretensamente feministas, que procuravam reduzir o problema à prorrogação da licença maternidade e não concordavam em alterar as condições da paternidade. De um outro lado, a reação abertamente machista, cuja ironia tem sido uma das formas mais eficazes de expressão. Reações muito semelhantes ao comentário recente do deputado Ulysses Guimarães: "O dia do pai é nove meses antes do dia da mãe". Esta pobreza de espírito, que disassocia sexualidade e afeto na formação da identidade masculina é uma das dimensões mais poderosas do machismo e esteve sempre presente quando se discute a licença-paternidade ou o próprio feminismo.

Na PUC o debate foi rico, conquistamos a prorrogação do tempo de licença-maternidade e a licença-paternidade por uma semana, inclusive extensiva aos filhos adotivos, além da estabilidade no emprego. A crise econômica e financeira da PUC já era grave, mas a Universidade estava sendo uma das grandes frentes de resistência democrática e a reitoria da professora Nadir G. Kfoury não só havia sido eleita pelo voto da comunidade, como tinha uma grande sensibilidade para assumir as responsabilidades de assinar direitos trabalhistas que possuíam um sentido histórico, simbólico e pedagógico, importante para o futuro e para o conjunto da sociedade.



Os partos envolvem todo um processo de preparação e os pais precisam estar ao lado e participando. A dor do parto, os pontos, a ressaca da anestesia, a energia gasta, debilitam fisicamente as mães e também reivindicam uma presença ativa dos pais. Depois, há todo um processo de descoberta do novo filho e de tarefas a serem realizadas, como ajudar a trocar fraldas,

A licença-paternidade se justifica por razões muito práticas e concretas

aprender a dar banho, fazer dormir, e a situação das mães exige uma solidariedade dos pais. Paralelamente, há obrigações burocráticas como pagar as contas e os médicos, registrar os filhos, a previdência social, que são de responsabilidade dos pais. Muitas vezes há problemas com a criança ou a mãe, é prolongada a estadia no hospital, além de todo o desgaste emocional destas situações. Isto tudo é muito concreto e óbvio para quem já teve filho e justificaria plenamente a licença-paternidade.

Além disso, há uma dimensão muito mais importante para ser refletida e descoberta, e esta é uma ótima oportunidade. Ser pai ou mãe é a experiência mais antiga da história da vida humana, e cada vez uma experiência inédita. De alguma forma é um rito de passagem tão comum quanto especial. Esperar um filho ou filha está acima dos momentos históricos, além dos compromissos, e representa um dos mais belos espetáculos da natureza para todas as espécies e formas de vida. A paternidade talvez seja fundamentalmente uma página poética de nossas vidas, mas é também compromisso, responsabilidade, exigências, conflitos e obrigações. A paternidade é um elemento essencial na identidade da ampla maioria dos homens, e o grande desafio é permitir que nossos filhos pronunciem a palavra pai, sem o peso da omissão, da repressão, da força e da carga histórica e cultural que ela carrega.

A mulher na gestação tem uma relação permanente, orgânica com a criança. As pessoas comentam, comemoram e desejam o melhor. Para o homem não. Eu às vezes dizia - estou grávida! Algumas pessoas riam, e é difícil dividir a experiência com alguém. É óbvio que a exigência é muito maior para a mulher, as atenções devem ser principalmente para a mulher, e o prazer e dor física é especialmente da mulher. Mas as atitudes sociais reforçam a identidade machista.

Pode ser diferente, precisa ser diferente. É o maior encanto passar a mão na barri-

ga grande da nossa mulher, e a maior fantasia foi assistir e participar do parto dos meus filhos. E, parece piada, tem hospitais e médicos que não permitem ao pai assistir ao parto. Pai paga a conta e não enche o saco. Não está preparado, pode ficar nervoso e outras asneiras. Temos que assistir o nascimento de nossos filhos e ninguém pode nos impedir. A vida é algo absolutamente mágico e podemos beber esse prazer e dividir a responsabilidade desde o início.



A licença-paternidade tem que ser discutida no sentido de se repensar a própria paternidade

As conquistas da mulher, nos últimos anos, e a redefinição dos papéis sociais da mulher, já não são mais exclusividade dos grupos pioneiros de mulheres que empunharam as bandeiras feministas. O movimento feminista, embora tenha perdido seu ímpeto inicial, deixou marcas profundas na sociedade, uma nova qualidade no enfrentamento do machismo e enriqueceu o universo existencial feminino. E para os homens, o que realmente ficou dessa experiência e dessas mudanças?

Para os homens a luta libertária das mulheres colocou novos desafios, possibilidades de mudança e conflitos. Esta nova situação pode contribuir para uma superação em relação à omissão histórica dos homens em casa, uma redescoberta do espaço doméstico e familiar, permitindo uma convivência mais próxima do processo de crescimento e formação dos nossos filhos. Nosso desafio é superar a dicotomia, onde o ser masculino é força e trabalho e o

ser feminino é natureza e emoção. A consciência desta esquizofrenia pode significar a possibilidade mútua de um desenvolvimento mais integrado, amplo e rico. E assim, quem sabe, nossos filhos poderão ser os homens que apenas começamos a descobrir querer ser.

A superação histórica e social do machismo será um processo longo e doloroso. Mas o importante é termos consciência de que é possível e cada um de nós pode

assumir uma atitude mais aberta, criativa e infinitamente mais difícil e gratificante. A construção de uma identidade masculina não machista não se resume a uma nova concepção de paternidade, mas inevitavelmente terá que passar por ela.

A licença-paternidade custará ao país em torno de duas horas de trabalho por ano dos trabalhadores contratados formalmente. Não mais do que um único jogo da Copa do Mundo. Porém, estaremos desenvolvendo um esforço coletivo para olhar e cuidar de forma diferente de nossos filhos. Isto é olhar para o futuro, é reivindicar um Brasil diferente. E esta talvez deveria ter sido a grande tarefa da constituinte — não apenas redefinir o corpo institucional e jurídico do país, mas projetar os sonhos coletivos de um Brasil para amanhã. Pena que nossas elites dominantes estejam tão presas a seus interesses particulares e menores, mas de qualquer forma a licença paternidade abre uma nova possibilidade: nascer será a três!

Aloizio Mercadante Oliva é economista e coordenador do Programa "Memória e Acompanhamento do Movimento Operário" do CEDI.

ARGENTINA

Na boca do túnel

A derrota da rebelião liderada por Aldo Rico não afasta a possibilidade de uma nova aventura golpista.

O general Caridi venceu a batalha política e fortaleceu o projeto de anistia aos militares acusados de violação dos direitos humanos.

Seu objetivo: hegemonizar o exército para impedir o retorno dos peronistas ao poder.



Ana Stuart

O comandante do exército argentino, general José Dante Caridi, saiu vitorioso na última tentativa de confrontação militar provocada pelo grupo do ex-tenente-coronel Aldo Rico em janeiro passado. Nesse episódio Caridi acumulou mais poder que durante os onze meses que dura seu comando. Assim, ele se apressa em pedir maior autonomia para levar à frente um “novo expurgo militar”.

Qual o objetivo de Caridi? Em primeiro lugar, extirpar o “riquismo”; em segundo, dar anistia e anular os processos contra os militares acusados de violar os direitos humanos. Dos 282 oficiais e suboficiais detidos após a sublevação de Monte Caseros, a maioria será expulsa da carreira militar. Desse total, 71 oficiais e 176 suboficiais pertenciam à Infantaria, a divisão de Rico, aos quais devem ser acrescentados os 140 jovens oficiais expurgados anteriormente na rebelião da Semana Santa, em 1987. “O grupo de Rico está total-

mente desarticulado”, declarou Caridi. Isto significa o restabelecimento da “corrente de mandos”, condição essencial para o funcionamento das Forças Armadas. Esta questão, a da quebra da verticalidade, era a questão prioritária a ser resolvida. Só por isso, os rebeldes serão castigados. Ou seja, não estão em jogo seus princípios, partilhados ou não pelos generais, mas a ousadia da indisciplina. “Irresponsável e irracional”, disse Caridi a Rico, logo após sua prisão. Na Semana Santa, Rico levantou um grupo de oficiais — veteranos das Malvinas e da luta repressiva — e conseguiu deixar passivo os quartéis que se negaram a reprimir os rebeldes. Obviamente, esta minoria, liderada por ele, tornou-se poderosa pelo simples fato de que não existiu uma força militar antagônica. Apesar das aparências, o presidente Raul Alfonsín concedeu mais terreno ao poder militar; saiu o chefe do Estado Maior, entrou Caridi e sancionou-se a lei da “obediência devida”. O próprio Caridi declarou, na

época, que depois das eleições (de setembro de 1987) os militares reivindicariam a anistia total e o “reconhecimento” pelo triunfo na “guerra contra a subversão”.

Apoio civil

Porque, então, Rico rebelou-se contra Caridi? Alguns analistas interpretam que não havia razões desta vez para a insubordinação e que Rico agiu temperamentalmente, magoado pelo descaso a que estava relegado por Caridi e pela Justiça militar (o conflito teve origem na fuga de Rico da prisão vigiada). Por outro lado, é interessante notar que os tenentes-coronéis que o apoiaram em abril do ano passado estiveram ausentes em Monte Caseros. O dado novo, porém, foi a presença de um grupo de civis, de direita, que participou ativamente da rebelião.

Quais seriam os setores ou grupos sociais que poderiam ter respaldado o golpe



de janeiro, por comungar com seu conteúdo integralista-corporativo e o projeto político de Rico e suas hostes? Sem dúvida, parte da hierarquia da Igreja, setores do sindicalismo de direita, grupúsculos nacionalistas, alguns meios de comunicação, como Editorial Atlântida e o jornal *Ámbito Financiero*, enfim todos os que partilham de um discurso anticomunista tingido de falso antiperonismo à moda líbia, messiânico e ditatorial. A presença deste modelo nas Forças Armadas não data de hoje; sempre existiu, ainda que minoritariamente. O golpe de Estado de 1966, do general Onganía, incorporou parte desta ideologia corporativista. Porém, o generalato que historicamente hegemonizou o exército argentino responde à ideologia liberal e, portanto, é fortemente antiperonista.

É esta tradição que Caridi se propõe a retomar, na hora oportuna, quando o peronismo, vitorioso nas eleições de setembro passado, se prepara para voltar à Casa Rosada em 1989. Até é possível interpretar que Caridi tenha provocado a crise de janeiro e usado Rico com o objetivo de reunificar as Forças Armadas, hegemonizadas agora pelos generais liberais e sem perigo de contestação. Ele pretende fazer novamente um exército, monolítico, totalmente fiel ao seu comando. A figura de um general fortalecido não pode deixar de

preocupar a sociedade argentina que viu crescer muitos líderes militares que depois se tornariam seus verdugos.

Antecedentes de Caridi

Egresso do Colégio Militar da turma de 1951 — ano da falida tentativa golpista do general Benjamin Menéndez contra o governo de Juan Dominguez Perón — Caridi estava, em 1951, na Escola de Artilharia, onde Eduardo Lonardi iniciou a sublevação militar que derrubou o governo peronista. No aniversário da “Revolução Libertadora” (denominação dos militares ao golpe de 55), em setembro de 1982, Caridi fez um discurso condenando o peronismo e reafirmando os princípios liberais que nortearam os generais da “Libertadora”.

Em seu discurso de posse no comando do exército, em 29 de maio do ano passado, ele voltou a reafirmar esses “ideais”, dizendo que se empenharia na reunificação do exército e no reconhecimento do papel histórico e patriótico cumprido pelas Forças Armadas no combate à subversão. Chegou a declarar ainda que a “lei de obediência devida” era um passo positivo, mas que o exército queria a plena anistia, por ter saído vitorioso numa “guerra justa”.

Caridi está empenhado em por ordem nos quartéis. Primeiro através da Justiça Militar e depois pela “disponibilidade”, “reforma” e ações da pauta de ascensos do exército. Será um expurgo indolor, se possível. Paralelamente, impulsionalará uma anistia que abrangeria até mesmo os generais já condenados, completando assim sua tarefa.

Com isto, Caridi haverá cumprido a tarefa de reunificar o exército, sob comando de um generalato pronto para marcar presença em 1989, quando o peronismo provavelmente ganhará as eleições gerais.

Possivelmente quase todos os militares indiciados serão absolvidos, porém a carreira de muitos ficará truncada por artimanhas administrativas. O que farão estes quase trezentos oficiais e suboficiais, hoje perplexos pela queda vergonhosa de seu líder? Conseguirão ficar quietos ou continuarão a conspirar, semeando entre os seus colegas da ativa, as idéias messiânicas que tão boa acolhida sempre tiveram nas hostes militares argentinas? Isto dependerá não somente do sucesso de Caridi em ganhar confiabilidade entre os seus subalternos, como também da resolução dos conflitos nas outras armas. O caso Astiz na Marinha é um estopim que ainda pode se tornar uma nova fogueira.

Por outro lado, a classe política argentina prepara-se para as eleições de 1989. Há tentativas de acordo entre o líder peronista Cafiero e o presidente Alfonsín para um projeto comum de reforma constitucional. Ambos estão pressionados em seus partidos para indicar candidatos mais “à direita”. Angeloz, atual governador de Córdoba, já está praticamente confirmado como candidato pelo Partido Radical, e Menem, governador de La Rioja, disputará a direção do Peronismo Renovador contra o governador de Buenos Aires, Antonio Cafiero.

A sociedade argentina aguarda com expectativa o desenvolvimento da situação política. O fracasso de Alfonsín, especialmente na política econômica e militar, viabiliza a volta do peronismo ao poder. Resta esperar que os peronistas possam cumprir o programa que proclamam.

Por enquanto, concordamos com Adolfo Pérez Esquivel, Prêmio Nobel da Paz: “Neste momento, é preciso dizer a verdade, Alfonsín fez concessões inaceitáveis aos setores militares e, por isso, o processo democrático está sob constante ameaça”.

Ana Stuart é cientista política (Universidade Nacional de Rosario, Argentina) e pós-graduada em Relações Internacionais da Universidade de São Paulo (USP).

“Afluiu para ele grande multidão”



Milton Schwantes

A Bíblia continua tendo grande circulação. Circula com intensidade nas comunidades. Identifica-as.

É lida em cultos e missas. É estudada em círculos bíblicos. É base de meditações pessoais e de estudos científicos. Anima resistências populares. Dá a mística à luta.

Surgem novas traduções. Umas insistem na fidelidade ao texto original. Outras buscam maior sintonia com os leitores atuais. Cada qual tem lá suas vantagens. Em todo caso, se vão multiplicando as traduções. Aumenta o uso do texto.

E a Bíblia circula, mais e mais. Justa-

mente nestes últimos decênios, nossa América Latina veio a conhecê-la. Não que antes fosse desconhecida. Mas a intensidade com que hoje é distribuída bate tudo o que experimentáramos em épocas anteriores.

De fato, a Bíblia é um livro de sucesso, de ampla distribuição e de uso intenso.

É preciso estudar para entender

Mas, não é fácil entendê-la. É uma das queixas que se ouve por todos os lados. Por isso, proliferam cursos e escolinhas bíblicas. A exigência do momento é: Bíblia.

“É que a gente quer entender melhor!”

Quem começa a ler textos bíblicos, costuma fazer a experiência: “Não é fácil!” Já vi muita gente cabisbaixa após as primeiras investidas. Perguntas são o que borbulham. “Não entendi!” “Que quer dizer...” “Ajuda a gente!” E por aí se vão as exclamações e interrogações.

Para quem não sabe ler, a situação é ainda pior. Mas mesmo para quem não está muito ensaiado em leituras, não fica nada fácil entender textos como os da escritura. E a grande maioria do povo está nesta situação.

No entanto, mesmo quem teve bons estudos, enfrenta problemas sérios. Afinal, estamos a lidar com traduções. Ainda que tenham sido bem feitas, sempre ficam aqueles resquícios de estrangeirismo. O próprio jeito de dizer e pensar das autoras e dos autores bíblicos é outro. Difere do nosso. Na leitura precisamos tomar em conta estas diferenças.

E que tal um escrito como o da carta de Paulo aos Romanos? Fácil?! De fato, gerações e gerações de comunidade e de estudiosos se esforçam para compreendê-la. Labutam duro. A carta aos Romanos é exigente. Requer razoável dose de intelectualidade, de saber teórico e prático. Ou te parece ser fácil captar exatamente as implicações daquela tese paulina de que "somos justificados gratuitamente, por graça"? (Rm 3,24)

E o profeta Oséias? Anda muito esquecido. E, por certo, isso se deve, em boa medida, à sua linguagem. Denuncia que "a terra se prostituiu" (Os 1,2). Recorre a muitos símbolos. Entusiasma-se com figuras. Mas, que significam? Que é "prostituição" neste profeta? É complicado! É preciso esforço e estudo, além da sabedoria prática, para chegar à raiz da questão.

Por falar em sabedoria, penso em Eclesiastes, no Coélet. Já leste? Que objetivos persegue este sábio? A gente lê e relê, desconfia de haver percebido suas intenções. Mas, logo vem dúvidas. Não seria tudo, de fato, mera vaidade? O pregador não teria razão ao chegar à conclusão de que inclusive "o muito estudar é enfado da carne" (Ec 12,12)?

De toda maneira, sem esforço e sem estudo a Bíblia fica distante! E até mesmo o livro de Eclesiastes permanece enigmático!

É acessível

As dificuldades existem. Não há como negá-las. Mas apesar disso, a Bíblia se difundiu.

Acontece que este livro se presta muito bem para ser ouvido. Não se esgota em ser um texto a ser lido. É, na verdade, um ativador da memória. Ele próprio é fruto da memória do povo de Israel e das primeiras comunidades. Registra o que era contado, narrado, cantado, rezado pelo povo crente. Por ser um tal reservatório da memória popular e crente, a Bíblia alcança seu objetivo, quando volta a ser memória. Na medida em que a memória dos crentes de hoje se re-apropria de seus conteúdos, a Bíblia chega à plenitude. Sim, "a fé vem pela pregação" (Rm 10,17). O que importa, é o testemunho. A letra é auxílio, ajuda, sinal. Os que melhor entendem a letra, nem de longe prestam o testemunho



mais eficaz. Por isso, a Bíblia é acessível. Não se esgota em ser letra. Letrados não conseguem apropriar-se dela!

Os conteúdos da Bíblia não se deixam circunscrever a letras. A escrita é um auxílio importante. Pode-se qualificá-la até de imprescindível. Mas não há como restringir o Espírito da Escritura. Pois, para Ele, rostos sofridos e gente faminta também se fazem "letra". Para Ele, a resistência dos pobres também é "escrita" sagrada. Por isso, Tiago afirma ser o amor aos pobres "a religião pura e sem mácula" (Tg 1,27). Por isso, Isaías constata que o lugar mais seguro para guardar o memorial que escrevera é "o coração dos meus discípulos" (Is 8,16). O vigor da Bíblia justamente reside em que suas letras não aprisionam, mas vazam conteúdos. São vertentes que deságuam.

Na Bíblia, a letra não represa. Faz fluir! Não barra. Dá acesso!

E é descomplicada

Os evangelhos, de fato, são simples. São imediatos. Não são complicados para quem os lê ou ouve. São bem mais acessíveis do que, por exemplo, a carta aos Romanos. Não digo que sejam menos profundos. Pelo contrário! Na verdade sua linguagem comunica melhor. Apresenta casos da vida, fáceis para memorizar. Recorre a figuras da vida do trabalho: "Um lavrador saiu a semear..." Seu personagem central, Jesus de Nazaré, é alguém do meio do povo, nascido sem regalias à moda da gente simples, assassinado na cruz, à semelhança dos líderes populares.

Acima mencionávamos Oséias. Ele de fato tem um jeito estudado de dizer as coisas. Mas, a seu lado está Amós. É seu contemporâneo. E alguém diria que Amós é complicado para ler ou ouvir? De jeito nenhum!

Aludíamos a Eclesiastes, um livretinho exigente. Mas, a seu lado estão os Provérbios. E esta é uma literatura descomplicada. Recolhe o saber proverbial do povo. Seus conteúdos não deixam de ser profundos. Aliás, nas igrejas os Provérbios costumam ser bem mais valorizados do que Eclesiastes. São profundos e, simultaneamente, populares!

Poderíamos continuar a enumerar outros livros bíblicos, nos quais pulsa a vida, nos quais as realidades aparecem de maneira simples e imediata. É o que torna a Escritura tão cativante. É o que a faz tão comunicativa. Fosse ela um livro de reflexões ou de altas filosofias, com certeza teria pouca circulação. Mas, por transpirar fatos da vida, por celebrar nossas dores e esperanças, nos diz respeito. Comunica-se conosco. Circula. Integra-se à nossa memória.

É concreto!

Com isso estamos na raiz da questão. Está mencionado aquele algo mais que torna a Escritura tão palpitante.

É que ela não é especializada em boas idéias. Não se esgota em belas intenções.

Testemunha a respeito do "verbo que se fez carne" (Jo 1,14). Na Bíblia, a verdade é concreta, concretíssima. Esta é sua especialidade. Aí reside sua diferença.

Menciono tão-somente alguns aspectos desta concretude das histórias bíblicas.

As dores da opressão e a caminhada da libertação são qual refrões na Escritura. A denúncia das injustiças e o anúncio do novo caminho da liberdade representam o próprio eixo da história da salvação. Pen-

semos nos hebreus escravizados no Egito. Deus se solidariza com seus clamores. Ouve. Atende. Liberta. Os hebreus oprimidos são postos no caminho da libertação. Pensamos na atuação de Jesus. Anuncia e realiza "o ano aceitável do Senhor" (Lc 4,19), por exemplo curando enfermos. Gente presa pela doença é liberta para a vida. Assim concreto é o reino de Deus. Multidões afluem!

Outro grande tema bíblico é o da luta pela terra. É uma espécie de mola propulsora. E é simultaneamente a direção da caminhada. O povo liberto está em movimento rumo à "terra que mana leite e mel" (Ex 3,8). Para lá migram Sara e Abraão. Moisés e os hebreus estão à busca desse chão. Josué lidera a tomada. Os profetas reagrupam os lavradores para resistirem em sua posse. Jesus inaugura o reino novo, onde há terra e pão para os pobres. Seu povo é composto de "forasteiros" e migrantes (1Pe 1,1), caminhantes da "nova terra, na qual habita a justiça" (veja 2Pe 3,13). De fato, a luta pela terra perpassa a Bíblia toda. É esta temática, presente no livro todo, é a questão de multidões. Não é problema de elite, é a luta das massas. O assunto da Bíblia é, pois, o das maiorias!

Outro filão é a organização. Esse tema se repete a cada página. A Bíblia nos conta como, em meio a dificuldades mil e apesar de retrocessos contínuos, se foi constituindo um povo. Apresenta-nos as experiências mais marcantes de alguns personagens e famílias. Enaltece o tribalismo. Reprova o Estado, que sobrevive à base da opressão. Propõe comunidades proféticas, minorias que resistem teimosamente em prol da vida. Sugere comunidades de irmãs e irmãos como modo de organizar o

povo todo. Ora, este temário da organização não é assunto para alguns poucos. É o próprio projeto dos povos oprimidos. Organização é a mediação da libertação das maiorias, dos "deserdados da terra".

A Bíblia tematiza as dores concretas e as esperanças reais das gentes, das massas, da humanidade. Sua universalidade reside em sua concreticidade. O "verbo feito carne" é o que anima os empobrecidos da América Latina a se apropriarem da Bíblia.

Dois vertentes

A Bíblia está em estado de graça. Uma primavera bíblica se alastra pela América Latina.

Dois experiências a caracterizam. Duas são as suas vertentes.

De um lado está o estudo da Bíblia. Faz-se necessário para captar a profundidade de sua história. É imprescindível, porque a Escritura é exigente.

De outro lado, está a leitura popular. A resistência dos empobrecidos de hoje sintetiza com a da Bíblia.

O labor dos estudiosos e as necessidades concretas das maiorias subjugadas vão de mãos dadas. Complementam-se. Estudo da Bíblia e prática popular se completam. Interagem.

Por isso a Bíblia comunica. Está num processo de comunicação de massa. "Para ele afluem multidões"

Milton Schwantes é pastor luterano em Guarulhos (SP) e professor de Bíblico Programa Ecumênico de Pós-Graduação em Ciências da Religião em São Bernardo do Campo (SP).



Leia e assine a revista Tempo e Presença

Tempo e Presença é um periódico mensal que acompanha a realidade brasileira e latino-americana na perspectiva da pastoral popular e dos movimentos populares.

Publicada pelo Centro Ecumênico de Documentação e Informação (CEDI), a revista tem sido um instrumento de reflexão para o ecumenismo comprometido com a construção de uma nova sociedade.

Ficha de Assinante-Revista TEMPO E PRESENÇA

Assinatura anual: ☐ Cz\$ 350,00 Assinatura de apoio: ☐ Cz\$ 500,00

América Latina: US\$ 60 América do Norte: US\$ 80 Europa, África e Ásia: US\$ 90

Nome: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ CEP: _____ Estado: _____

Telefone: _____ Profissão: _____ Data de Nascimento: _____

Faça sua assinatura através de cheque nominal para o CEDI — Centro Ecumênico de Documentação e Informação, Av. Higienópolis, 938 — 01238 — São Paulo — SP, ou envie vale postal para Ag. Correio 403911 — Sta. Cecília — SP.

Classe operária: novas perspectivas



José Ricardo Ramalho

CULTURA & IDENTIDADE OPERÁRIA
— Aspectos da cultura da classe trabalhadora
José Sérgio Leite Lopes (coord.), Rio de Janeiro, Marco Zero/Ed. UFRJ, 1987, 228 pp., 14x21 cm.

Ao contrário da produção sociológica sobre classes sociais, que trabalha com a homogeneidade de classe como condição necessária para a consciência e para a ação de classe, os autores de *Cultura e Identidade Operária* apresentam, através de seus artigos, uma perspectiva nova, que assume a heterogeneidade, a especificidade, a diferença e a diferenciação interna da classe trabalhadora, como elementos constitutivos da análise de classe.

A novidade desta linha de trabalho sobre a classe operária está no fato de que valoriza uma problemática não exclusivamente voltada para os aspectos políticos, ou para as condições materiais de vida dessa classe, mas para sua prática cotidiana, as suas tradições, a internalização subjetiva de suas condições materiais de existência. Se a literatura clássica sobre a classe operária no Brasil enfatiza a origem rural do trabalhador de fábrica, como motivo para sua inadaptação à sociedade moderna e sua falta de condições para obter uma consciência de classe, o livro revela “o esforço analítico investido em suas parcelas menos, modernas do ponto de vista da evolução das forças produtivas, e que se utilizam, de maneira mais ou menos acessória, de formas não capitalistas de produção para sua reprodução social”.

Outro aspecto importante para aqueles interessados na produção científica de conhecimento sobre classe operária no Brasil, refere-se ao fato de que praticamente todos os trabalhos escolhidos para este livro fazem parte da perspectiva de uma produção voltada para o estudo antropológico de grupos sociais, em áreas urbanas e rurais, pertencentes à classe trabalhadora brasileira, seja através de pesquisas empíricas etnográficas em grupos sociais delimitados e contemporâneos (Luiz Fernando Duarte e Giraldo Seyferth), seja através da releitura de obra pioneira e clássica do estudo sociológico de um grupo social da classe operária brasileira (José Sérgio Leite Lopes e Maria Rosilene Barbosa Alvim). A exceção é a análise centrada sobre o proletariado a nível nacio-

nal no período recortado pelos anos 30 e 40 deste século (Maria Célia Paoli), trabalhando com referências bibliográficas.

Na verdade, apesar da mesma preocupação em valorizar aspectos do cotidiano e da cultura operária, pode-se constatar ao longo do livro, uma pluralidade de enfoques temáticos e de métodos de trabalho. Esta pluralidade, como diz José Sérgio Leite Lopes na Introdução, é inerente à própria literatura sobre a classe operária nas Ciências Sociais, já que incorpora contribuições de obras que relatam experiências de intelectuais na produção fabril, assim como memórias ou relatos de operários. Mistura estudos de historiadores sociais, preocupados com as mentalidades coletivas da classe trabalhadora (livros de Thompson, Hobsbawn e outros) com estudos antropológicos de comunidade. Assim, em certo sentido, cria-se dentro do livro uma polarização entre uma via de análise com a marca nítida do trabalho antropológico e uma outra com as características externas do trabalho do historiador social. Mas essas diferenças, ao invés de produzirem uma descontinuidade na perspectiva teórica assumida pelos autores, revelam a necessidade de que diferentes vias de acesso ao conhecimento de uma “cultura da classe trabalhadora” devem ser utilizadas ao mesmo tempo “contrariando falsas oposições hierárquicas entre o conjunto da classe e o grupo social, entre o geral e o particular”.

Concluindo, cumpre dizer que estamos diante de um livro que inova no estudo da classe operária brasileira, complexificando a análise da própria classe, derrubando tabus, procurando entender a classe tal como ela é, com toda a sua heterogeneidade, sem mistificá-la, mas partindo do ponto de vista dos próprios trabalhadores.

José Ricardo Ramalho é professor do Depto. de Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

TERRAS INDÍGENAS NO BRASIL

Saiba porque a terra indígena é farta só no papel!

Publicação que traz os resultados de uma pesquisa conjunta do CEDI e do MUSEU NACIONAL sobre a situação atual das terras indígenas no Brasil. Tem 152 páginas, com apresentação, artigo, nota metodológica, quadros, mapas e listagem completa dos 518 casos estudados.

Cz\$ 350,00

Faça seu pedido através de cheque nominal para o CEDI.
Av. Higienópolis, 983
CEP 01238 — São Paulo — SP



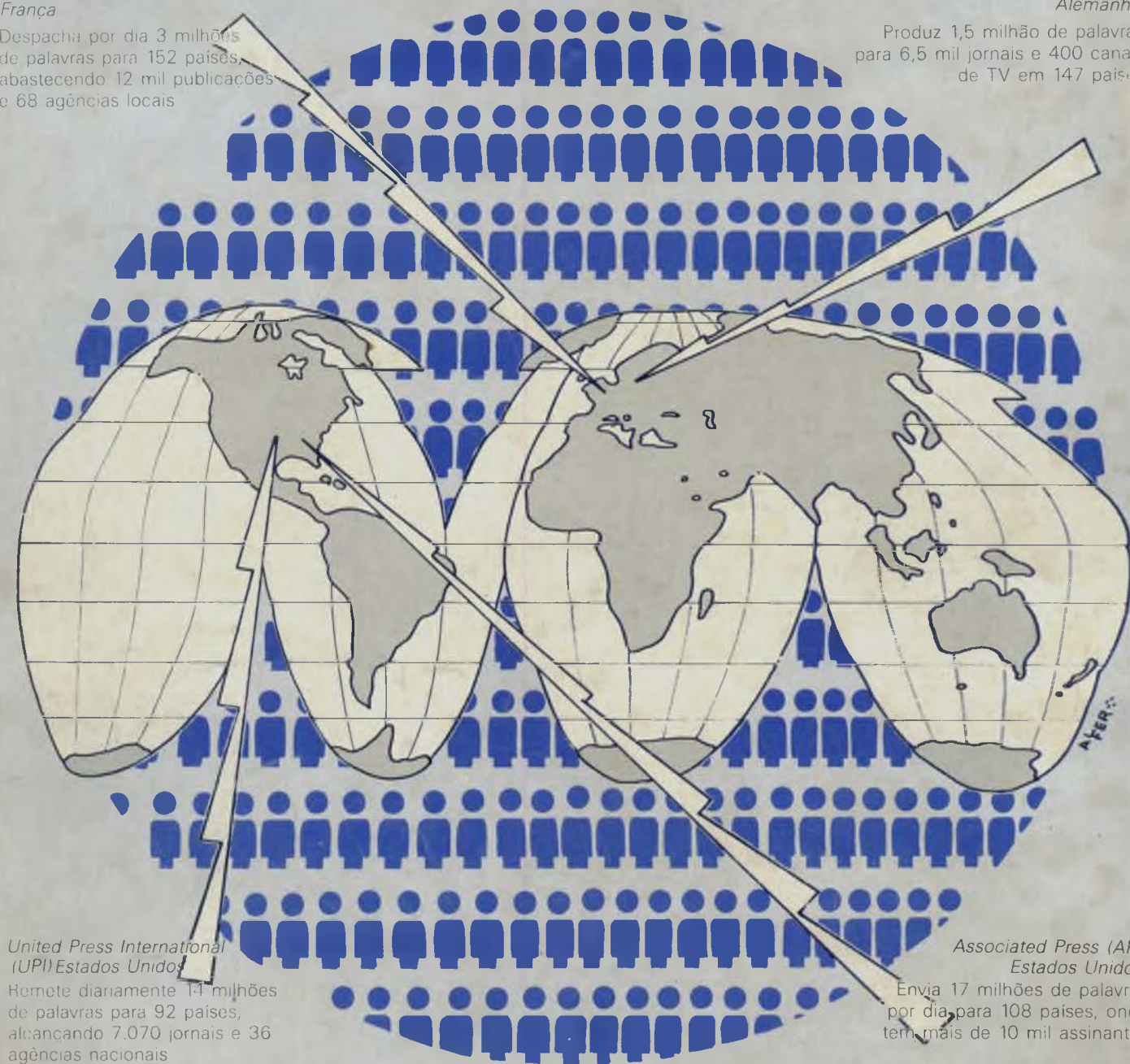
O monopólio da informação

*France Press (AFP)
França*

Despacha por dia 3 milhões de palavras para 152 países, abastecendo 12 mil publicações e 68 agências locais

*Reuters
Alemanha*

Produz 1,5 milhão de palavras para 6,5 mil jornais e 400 canais de TV em 147 países



*United Press International
(UPI) Estados Unidos*

Remete diariamente 14 milhões de palavras para 92 países, alcançando 7.070 jornais e 36 agências nacionais

*Associated Press (AP)
Estados Unidos*

Envia 17 milhões de palavras por dia para 108 países, onde tem mais de 10 mil assinantes

Os dados são estarrecedores. A maior parte das informações veiculadas no Terceiro Mundo tem sua origem nos países industrializados. Engolimos diariamente as interpretações que esses países fazem das notícias (deles) e desconhecemos muitas vezes o que acontece ao nosso lado. O fluxo de informações do Norte para o Sul é cem vezes maior que o fluxo do Sul para o Norte.

O monopólio da informação é resultado direto da

tendência concentracionista e oligopólica da economia mundial. No Brasil está instalada a quarta rede de televisão do mundo, a Globo, e, paralelamente, vivemos com o menor salário do planeta, equivalente a 50 dólares.

Nossa esperança, porém, está na força crescente dos movimentos populares que assumem o desafio contemporâneo da comunicação e forjam, na batalha cotidiana, o novo amanhã.