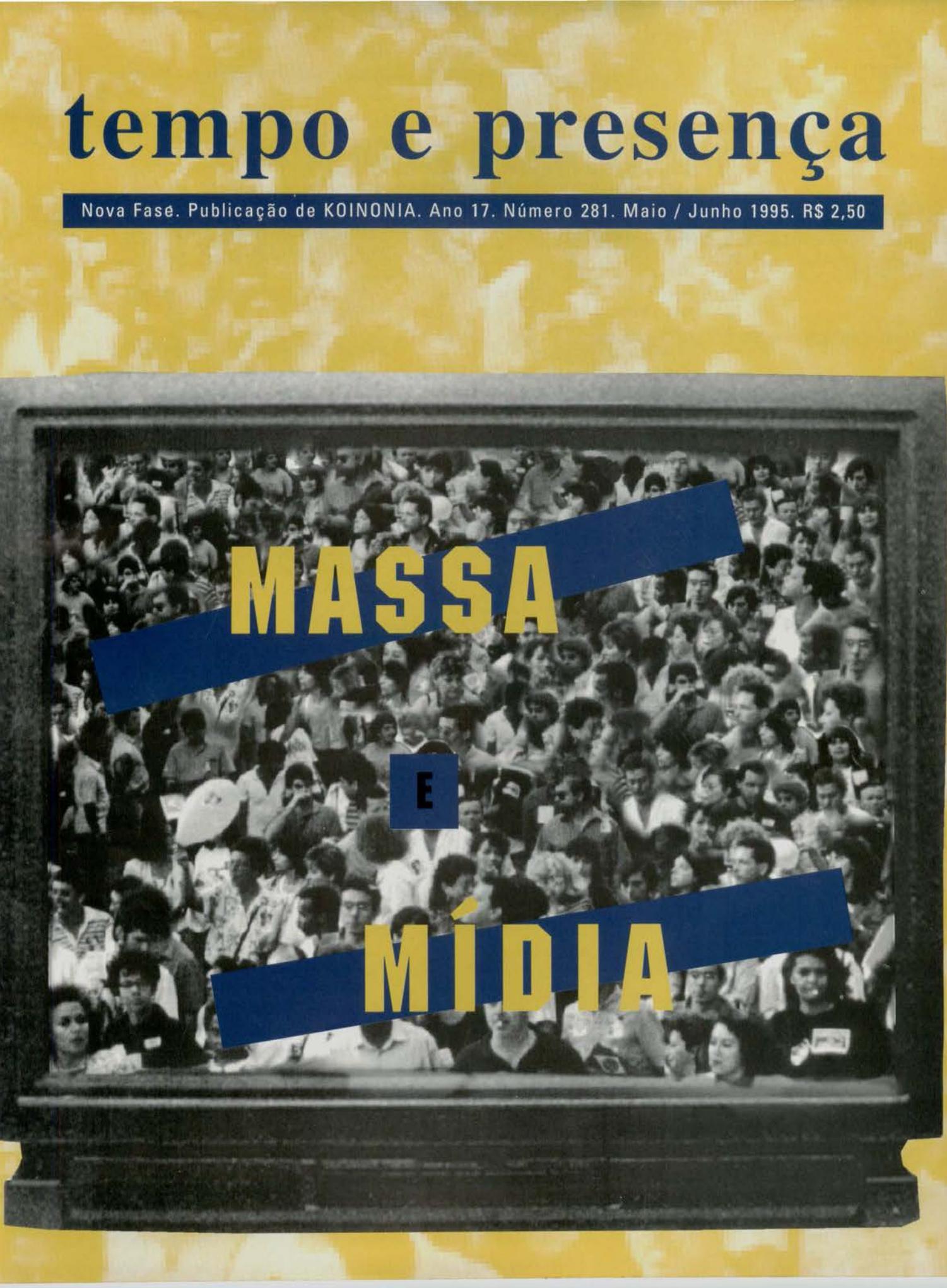


tempo e presença

Nova Fase. Publicação de KOINONIA. Ano 17. Número 281. Maio / Junho 1995. R\$ 2,50



MASSA

E

MÍDIA

COMUNICAÇÃO E CULTURA DE MASSA

O complexo fenômeno das massas populares adquire novas conotações nos dias atuais, conectado com o extraordinário desenvolvimento dos meios de comunicação social. Essa conjugação, principalmente depois da consolidação abrangente do capitalismo, tem produzido experiências cujos aspectos negativos são ressaltados pelos estudiosos da comunicação, principalmente quando essa aliança é usada, na maioria das vezes, para difusão da ideologia dominante e de cunho conformista, massificação estética, supervalorização de uma cultura de consumo e homogeneização das sociedades.

Não se pode, entretanto, simplificar ou reduzir o comportamento das massas a um corpo numeroso da população que passivamente é manipulada pelos centros de poder, quer econômico, político ou religioso e que somente absorve e incorpora ao seu universo valores e ideais que lhe são impingidos. Há os que valorizam positivamente as massas, destacando o seu potencial de fortalecer os partidos políticos e a organização dos trabalhadores possibilitando-lhes apoio e força para transformar a sociedade.

Também com referência aos meios de comunicação massivos, não se pode julgá-los apenas como elementos negativos, manipuladores e alienantes. Isso levaria a uma visão parcial e reducionista. Como mostra Elizabeth Rondelli, no artigo que publicamos nessa edição: "Ao se analisarem os meios de comunicação constata-se um paradoxo: ao mesmo tempo que são submetidos pelo poder econômico e político como instrumentos do exercício do mando — e é inegável o quanto há de interesse na propriedade e no controle legal e político dos meios —, suas mensagens, quando postas em circulação, estão sujeitas a uma certa polifonia de leituras pelos receptores, impossíveis de ser exatamente controladas. E ainda, mesmo se algum domínio político e ideológico for exercido pelos meios, estará ligado a fatores de outra natureza de modo que, embora a ação comunicativa seja

importante, não é necessariamente a determinante".

Abordagem também indispensável quando se estudam as massas populares é a referente à relação entre a chamada indústria cultural e a cultura popular. Há muitas questões a serem aprofundadas nesse campo, tais como: É possível a existência de um mercado unificado de bens culturais? As pessoas são capazes de distinguir a vida cotidiana daquela que é construída pela mídia? A nossa recusa à cultura de massa não pode encobrir uma recusa da classe que gosta dessa cultura? Reflexões sobre essas indagações estão contidas nesta revista.

Entre os meios modernos de comunicação que mais fascinam as massas e que são usados poderosamente pelos grupos dominantes, destaca-se a televisão, como fábrica de consensos ideológicos. Temos exemplos emblemáticos, nos últimos anos, na vida política do Brasil. Basta lembarmos as últimas eleições presidenciais e especialmente a recente greve dos petroleiros. A opinião pública foi bombardeada com um parcial e exaustivo noticiário que deturpou o sentido da reivindicação dos trabalhadores e que tornou impensável um apoio popular a esse movimento. A televisão está sendo o elemento legitimador das elites no poder.

Há um setor extremamente importante da sociedade brasileira que revela uma evidente e crescente preocupação com o movimento e com as opções das massas populares do Brasil. É o representado pela Igreja Católica e pelas igrejas do Protestantismo Histórico. A crescente receptividade dos pentecostalismos e dos movimentos carismáticos encontrada entre as massas populares apresenta interpelações que os clássicos estudos da Sociologia da Religião e as interpretações simplistas do fenômeno não conseguem responder.

Esperamos que TEMPO E PRESENÇA, ao tratar a relação das massas populares com a mídia, possa contribuir para enriquecer e subsidiar os debates que estão-se efetuando nos diversos setores da sociedade brasileira.

SUMÁRIO

Cultura de consumo

- 5 QUEM SE PREOCUPA COM AS MASSAS?
Luiz Eduardo W. Wanderley

Criação coletiva

- 9 DA MASSA ÀS INTERAÇÕES COMUNICATIVAS
Elizabeth Rondelli

Indústria cultural

- 13 CULTURA DE MASSA: DOIS TEMPOS E ALGUMAS QUESTÕES
Ana Maria Galano

Pluralidade cultural

- 15 CULTURA POPULAR E MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA
Veneza Mayora Ronsini

Televisão

- 17 A GRANDE FÁBRICA DE CONSENTO
Emir Sader

Recepção

- 20 NOVA YORK NÃO É AQUI
Micael M. Herschmann

Imaginário

- 23 TELESPECTADORAS EM CENA
Doris Rangel Diogo

Simbólico

- 26 MASSA E COMUNIDADE
J.B. Libânia

Religião popular

- 29 O CATOLICISMO LUSO-BRASILEIRO
Riolando Azzi

- 32 DESEJOS E CAMPO RELIGIOSO
José Bittencourt Filho

Mídia

- 35 POSSIBILIDADES NA CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA
Alexandre Brasil Fonseca

Intolerância

- 39 O EXÍLIO DE UMA ABELHA
Rubem Alves

- 40 O TELEFONE

América Latina

- 42 IMPRESSÕES SOBRE A SITUAÇÃO ATUAL DE NICARÁGUA: "A FLOR MAIS LINDA DO MEU QUERER"
Claúdio de Oliveira Ribeiro

Bíblia hoje

- 45 MASSA QUE SE FAZ Povo... VIDA BROTANDO DA MORTE
Fernando Bortolotto Filho

Resenha

- 47 CABEÇA DE FOGO EM ÁGUAS TRANQUÍLIS
Rafael Soares de Oliveira



MANIPULAÇÃO, RESISTÊNCIA E POTENCIALIDADE — O complexo fenômeno das massas populares tem sido alvo das mais diversas interpretações. Há os que as colocam como objetos de possível cooptação e outros que as encaram como setores capazes de se organizarem para o exercício pleno da cidadania. É certo que tal fenômeno, pela sua importância, desperta atenção e interesse especial nos centros de poder, quer político, quer econômico quer religioso. P. 5 e 9.

INDÚSTRIA CULTURAL — Sem negar a existência de um processo de massificação cultural questiona-se a possibilidade de que haja uma total adesão das massas populares à visão de mundo dominante. A recusa à cultura de massa pode encobrir uma recusa da classe que gosta dessa cultura. P. 13 e 15.

FONTE DE LEGITIMAÇÃO — A televisão no Brasil exerce uma influência de tal abrangência na formação da opinião pública que tem sido um fator decisivo nos últimos acontecimentos políticos, como, por exemplo, as últimas eleições presidenciais. Na recente greve dos petroleiros, as televisões criaram um ambiente sobremodo desfavorável a essa categoria de trabalhadores e não lhes deram real oportunidade de mostrarem suas razões. Faltou a cara do petroleiro na telinha. P. 17.

FUNK, RAP, FANTASIAS — A emergência de novas formas de cultura jovem, bastante diversificadas, estão presentes especialmente, na vida urbana. Há uma apropriação de um patrimônio simbólico através de um contato incessante com as redes internacionais de informações e com a indústria cultural. Apresentamos dois interessantes artigos: um sobre o fenômeno *funk e rap* e outro analisando as cartas das fãs das telenovelas. P. 20 e 23.

PASTORAIS DE MASSA — As preocupações das igrejas, tanto as Evangélicas Históricas, como a Católica, com o crescimento impressionante das igrejas pentecostais e dos movimentos carismáticos, refletem-se não só na elaboração das suas pastorais, como nos métodos de apresentação das mensagens. Para a compreensão desse fenômeno religioso as tradicionais interpretações têm se mostrado insuficientes. Através de quatro abordagens oferecemos subsídios para reflexão. P. 26, 29, 32 e 35.

INTOLERÂNCIA — A teóloga católica Ivone Gebara está sendo "convidada" para um exílio temporário, fora do Brasil, a fim de reciclar sua teologia. Numa carta que é parábola ela se despede de nós. P. 39.

tempo e presença

Nova fase – Revista bimestral de KOINONIA
Maio/junho de 1995
Ano 17 – nº 281

KOINONIA Presença Ecumênica e Serviço

Rua Santo Amaro, 129
22211-230 Rio de Janeiro RJ
Telefone (021) 224-6713
Fax (021) 221-3016

Rua dos Pinheiros, 706 casa 6
05422-001 São Paulo SP
Telefone/fax (011) 280-7461

CONSELHO EDITORIAL

Carlos Rodrigues Brandão
Emir Sader
José Oscar Beozzo
Heloísa de Souza Martins
Leonardo Boff
Luiz Eduardo Wanderley
Márcio Santilli
Marília Pontes Sposito
Milton Schwantes
Regina Reyes Novaes
Rubem Alves

COORDENADORA DA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO
Magali do Nascimento Cunha
MTb 011-233

EDITOR
Jether Pereira Ramalho

EDITORES ASSISTENTES
Beatriz Araújo Martins
Paulo Roberto Salles Garcia

EDITORA DE ARTE
E DIAGRAMADORA
Anita Slade

REDATOR
Carlos Cunha

SECRETÁRIA DE REDAÇÃO
Beatriz Araújo Martins

CAPA
Marta Strauch

PRODUÇÃO GRÁFICA
Supernova

FOTOLITO DA CAPA
Studio Portinari

FOTOLITOS E IMPRESSÃO
Clip

Os artigos assinados não traduzem necessariamente a opinião da Revista.

Preço do exemplar avulso
R\$ 2,50

Assinatura anual
R\$ 15,00

Assinatura de apoio
R\$ 20,00

Assinatura/externo
US\$ 50,00

ISSN 0103-569X

Já faz cinco anos que sou assinante da revista TEMPO E PRESENÇA e vejo que em nossa comunidade de Irmãs ela tem sido um instrumento muito útil para nos ajudar na atualização de nossa prática pastoral e na abertura ao diálogo ecumênico. (...). Desejo à equipe que mantenha o caráter aberto e ao mesmo tempo crítico da revista. Parabéns e abraços,

Irmã Luzia Ribeiro Furtado e Irmãs da Congregação Filhas de Maria Imaculada
Duque de Caxias/RJ

Cumprimento vossa equipe pela excelente qualidade das reflexões veiculadas por TEMPO E PRESENÇA. Sem exagero, esta revista tem uma importância inigualável pela oportunidade e profundidade das abordagens em relação aos mais diversos temas da pastoral e da espiritualidade. Que o vosso trabalho seja abençoado!

Pe. Itacir Brassiani
Santo Ângelo/RS

Gostaria nesta ocasião de expressar o meu agradecimento pelo serviço prestado à causa do Reino e do Ecumenismo. Sempre gostei muito da revista TEMPO E PRESENÇA, da riqueza de conteúdo, pela atualidade dos artigos, pela pontualidade do serviço. Continuarei a leitura aqui da Itália. De novo, muito obrigado.

Mario Aldighieri
Verona/Itália

A revista TEMPO E PRESENÇA é muito boa, valho-me dela nas orientações que dou aos professores de Educação Religiosa Escolar. Parabéns pelos bons artigos que ela traz no seu todo e principalmente no que se refere ao Ecumenismo.

Theresina Piovesan
Joaçaba/SC

Acreditamos ser de vital importância em nosso trabalho, as análises, mensagens e informações transmitidas por KOINONIA. O Centro de Orientação Missionária (COM), procurando desenvolver uma prática

missionária ecumênica no Brasil, tem encontrado na revista TEMPO E PRESENÇA um apoio e um referencial frente ao ecumenismo, aqui em nossa diocese de Caxias do Sul. Coragem e perseverança.

Marco Antonio Gonçalves
Caxias do Sul/RS

Li a revista TEMPO E PRESENÇA nº 279, como quem chega à fonte depois de uma longa sede. A revista sempre foi apreciada por mim. Agora, com este número, está inaugurando uma nova fase, a serviço do ecumenismo, da promoção e da dignidade humana, da plena cidadania e da democracia. Muito rico todo o relatório sobre a Jornada Ecumênica. Aliás todos os artigos estão muito bem escritos, com estilo, variedade e criatividade. O interesse, gosto e atenção vai crescendo na medida em que se lê. Parabéns a toda a equipe. Auguro pleno êxito à revista nesta sua nova fase.

Irmã Zeldite
Bogotá/Colômbia

SEJA ASSINANTE DE TEMPO E PRESENÇA

e tenha em mãos uma publicação singular. São páginas que nestes mais de quinze anos se renovaram e se constituíram referência indispensável para todos os que se têm comprometido com a construção de uma realidade melhor. E se recusam a admitir silenciosos as imposições de uma democracia não-democrática, e de um mundo que não desejamos.

FAÇA AINDA HOJE SUA ASSINATURA, por apenas R\$ 15,00. Caso queira se tornar um assinante de apoio, envie-nos R\$ 20,00. Cheque ou vale postal para:

KOINONIA Presença Ecumênica e Serviço
A/C Setor de Distribuição
Rua Santo Amaro, 129 Glória
22211-230 Rio de Janeiro RJ
Tel. (021) 224-6713 Fax (021) 221-3016

QUEM SE PREOCUPA COM AS MASSAS?

Luiz Eduardo W. Wanderley

Afinal, o que entendemos por massas populares?

São objetos somente de domesticação e manipulação ou possuem possíveis potencialidades de transformação?

A mídia, a cultura de consumo têm uma força absoluta sobre elas ou existem formas de resistência?

E a efervescência das religiões populares, o que está indicando?

Há respostas para tantas questões?

Nomeá-las no plural já é um sinal da complexidade do fenômeno. Parece que os grupos governantes, os meios de comunicação de massa, as “novas” religiões conseguem atingi-las com maior eficiência, e suas preocupações são ou de domesticá-las ou de convencê-las a aceitar suas idéias e planos. As igrejas tradicionais, que historicamente as mantiveram dóceis e obedientes, estão preocupadas com a competição e perdas expressivas nos rebanhos. Por outro lado, entre os mais preocupados, por distintas razões, se encontram: os que defendem uma democracia expandida a qual integre as

maiorias na vida social; que lutam por uma cidadania compreendida como um processo de defesa dos direitos fundamentais e de conquista crescente de novos direitos; e que buscam conscientizar e organizar grupos crescentes dos vários setores sociais. Os fatos mostram, contudo, que estes últimos enfrentam enormes dificuldades para entendê-las e conquistá-las.

Controle e ajustes. Em termos históricos, a presença das massas suscitou reações conservadoras e foi motivo de interpretações mais abrangentes basicamente por dois fenômenos: a explosão demográfica, principalmente em países periféricos (China e Índia, por exemplo), e o surgimento dos trabalhadores e a expansão da urbanização no desenvolvimento do capitalismo. As multidões urbanas, as “classes perigosas” trouxeram pânico e temores às elites e governos de plantão, aos intelectuais. O problema central tornou-se, então, o controle dessas massas e como ajustá-las na manutenção da ordem social.

No liberalismo clássico, um conjunto de medidas foram pensadas e implementadas:

a) escola para todos, a universalização do ensino, como meio de integrar toda a população na sociedade;

b) cidadania, em que todos fossem titulares de direitos e deveres;

c) opinião pública consciente, o que exigiria publicidade e informação permanente;

d) segurança, interna e externa.

Se em alguns países centrais capitalistas estas medidas geraram resultados positivos, para as maiorias, e em alguns países periféricos algumas minorias delas se apropriaram, os críticos deste tipo de liberalismo mostraram o formalismo das democracias representativas e a impossibilidade de que essas medidas alcançassem a todos numa sociedade de classes, desigual e conflitiva (vejam-se os casos da exclusão social e do desemprego estrutural). Outra forma de controle tem sido o das políticas demográficas. Ainda nesses sistemas, governos autoritários (nazismo, fascismo, regimes ditatoriais) manipularam a opinião pública e usaram a força para enquadrá-las.

Indústria cultural. Com a consolidação do capitalismo e sua irradiação mundial, outro fator terá enorme relevância, qual seja, o do desenvolvimento dos meios massivos de comunicação. Seu papel na produção e difusão da ideologia dominante, de cunho conformista, consagrou a expressão *indústria cultural* (empregada pelos intérpretes da Escola de Frankfurt os quais lhe enfatizaram as características de massificação estética e ideológica, de padronização e de homogeneização das sociedades, propiciadas por esses meios). Ademais, eles envolvem aquilo que Umberto Eco chamou de “estruturas de consolação”, processos psicológicos condicionantes

nos programas veiculados pelos meios, principalmente os de apelo imediato, tais como, agressividade, sentimentalismo, medo, violência, misticismo, erotismo, etc. As atitudes críticas contrárias à indústria cultural englobam, ainda, os impactos perversos da publicidade, a censura política, os "efeitos de massa" artificiais, sensacionalistas e manipuladores.

No entanto, as massas absorvem essa cultura de consumo, gostam dela e asseguram o êxito do mercado atingido por esses meios. Não se pode, ademais, demonizar a mídia, e muitos enfatizam o seu papel socializador de informações, de abertura a novas idéias em programas sem censura, de formação cultural das pessoas fornecendo-lhes dados sobre história, artes, ciência. Uma visão mais realista, de crítica, controle democrático e uso adequado, parece ser o melhor caminho.

No sentido de valorizar positivamente as massas, encontram-se os que destacavam o seu potencial com o fito de forjar movimentos revolucionários, de organizar e fortalecer sindicatos e partidos de massa, capazes de transformar a velha ordem e construir a nova sociedade. Porém, governos populistas, governos de oposição dentro do capitalismo também incentivaram, dirigiram e manipularam multidões e as maiorias. Expectativas otimistas de que nos regimes socialistas as massas teriam uma nova condição e se iriam transformando progressivamente em sujeitos conscientes e participantes, com poucas exceções, não se realizaram; e neles as massas também foram domesticadas e controladas autoritariamente.

Como entendê-las nos dias de hoje? Dada a polissemia do termo *massas*, podemos, com Zylberberg (1986), mas ampliando-lhe as reflexões, utilizar certas metáforas. As metáforas demográficas destan-

cam a densidade populacional, o aspecto quantitativo. Massas são os enormes aglomerados, os grandes contingentes, as maiorias silenciosas, as multidões, os pobres, e mais restritivamente, os trabalhadores. Nestes termos, diferenciam-se as sociedades pelas minorias qualificadas em contraposição aos conjuntos de indivíduos comuns, aqueles que constituem o homem-médio, o homem-massa.

As *metáforas psicosociológicas* situam as massas como órfãs. Em virtude da atomização social, da individualização extremada, da anomia, do isolamento, da alienação, que a sociedade moderna engendrou, esses contingentes de indivíduos apresentam atributos de não-participação, não-integração. Os pós-modernos enfatizam a frag-

mentação, a atomização, a apatia, o desencanto com as promessas da modernidade não-realizadas.

Massas e elites. Nas *metáforas do poder*, surgem as polarizações massas *versus* elites. De uma parte, as elites como pequenos grupos minoritários, elites políticas e elites governantes, em oposição aos homens comuns, aos não-governantes. Os teóricos das elites, inicialmente (Ortega y Gasset, Pareto, Mosca), defendem que todas as sociedades sempre são dirigidas por elas, combatendo as teses dos que defendem a existência de uma "classe dominante" e a possibilidade de existir uma sociedade sem classes. Mills opõe a elite do poder (situada nas três ordens institucionais, econômica, política e militar, e composta pelos líderes desses domínios do poder — os senhores da guerra, os chefes de empresas e o diretório político) norte-americana, aos homens comuns; opõe a sociedade democrática de públicos à sociedade de massa, coleção abstrata de indivíduos, sem autonomia em relação às instituições.

Massa e povo. Poder-se-iam acrescentar as *metáforas sociológicas* que opõem massa e povo: *Massa* enquanto contingentes de indivíduos atomizados, fragmentados, irracionais, ignorantes, sem organização, ligados uns aos outros por certos valores, mitos, sentimentos; *povo* entendido como uma coletividade organizada, consciente, participante, cidadã. Nesta situação, todos os esforços vão na direção de transformar a massa em povo. A análise fica ambígua quando geralmente se confunde povo com massa e, principalmente nos países subdesenvolvidos, povo é igual às maiorias pobres, oprimidas, excluídas, dominadas, não-organizadas, isto é, sinônimo de massa. Uma questão

SÉCULO DOS EXTREMOS

A primeira razão da ruptura entre passado e presente decorre da velocidade e da profundidade das transformações tecnológicas e sociais nos últimos 35 anos. As gerações mais novas acham difícil entender o que aconteceu antes, pois vivem num mundo diferente, e as gerações antigas não se sentem à vontade neste mundo novo. A segunda razão do rompimento com o passado é a tecnologia avançada das sociedades de consumo. Essa tecnologia produz uma maneira de perceber o mundo que é um eterno presente. O que vale é o que você vê na TV. Não existe mais uma conexão orgânica com o passado. Grande parte das pessoas, principalmente as mais jovens, vive neste presente eterno. "Ontem" deixou de ser uma referência, exceto para fins biográficos pessoais.

(Eric Hobsbawm referindo-se à era das ilusões perdidas — Revista VEJA, 5/abril/1995.)



que chama a atenção é a de que, com as técnicas modernas de controle da opinião pública, com a sociologia aplicada (meios de sondagem de opinião, de regulação dos públicos), com a sofisticação da mídia tornando-se um dos instrumentos mais poderosos na formação do imaginário social, todos os setores e classes sociais são, mais ou menos, influenciados. E não raro são também envolvidos em “situações de massa” e passam a agir como massa, dificultando tremendamente a dinâmica do campo político e a participação ativa e consciente.

Excluídos. Em um texto que redigi para a reflexão nas Comunidades Eclesiais de Base, aduzia que: “As massas são compostas basicamente dos *excluídos* do sistema econômico (fora do mercado), do sistema político (não participam e não decidem), do sistema cultural

Expectativas otimistas de que nos regimes socialistas as massas teriam uma nova condição e se iriam transformando progressivamente em sujeitos conscientes e participantes, com poucas exceções, não se realizaram

(estão fora do consumo de bens culturais e não criam cultura), do sistema religioso (buscam confiança num sagrado que lhes dê algo em que se agarrar, pelo menos numa crença num futuro melhor, e não controlam os meios de salvação). É o fenômeno da *apartação social*, em que certos setores sociais discriminam outros e procuram viver distanciados dos pobres, oprimidos, marginalizados. Mas atenção, mesmo entre os *incluídos* há gente apática, sem confiança,

sem organização, movida pelas emoções do momento, e que agem como massa. Pouquíssimos estão organizados. E entre os *excluídos* da vida econômica oficial, existem milhares que estão incluídos no mercado informal, trabalhando, gerando riquezas, consumindo mercadorias; muitos que elaboram estratégias de sobrevivência com criatividade; vários que criam cultura popular; e todos de algum modo têm um sentido para as suas vidas”.

Comportamentos. Como se comportam os indivíduos que compõem as massas? No mesmo texto dizia:

- “para afastar a miséria, precisam acreditar num futuro de maior segurança e otimismo (por isto muitos votaram em favor do candidato do Real, valorizam as notícias boas e se esquecem logo das más);

- precisam de ajuda imediata para abafar a fome (apóiam as campanhas contra a fome);
- seguem alguém que signifique para eles um pai-patrão-guia, que aponte uma saída, mesmo ilusória, e votam em candidatos populistas e demagogos;
- precisam de certezas para viver o seu dia-a-dia (persistem vivendo com seus costumes sociais e seguem a religiosidade popular);
- gostam de heróis e de romances (por isso se encantam com os ídolos, esportistas, estrelas de rádio e TV, e se embebedam com as novelas);
- adoram a festa em todas as suas manifestações (ali encontram a gratuidade e a solidariedade que não encontram em outros lugares);
- seguem líderes religiosos (com quem se identificam, e que formam novas igrejas e seitas que os recebem em seus templos e oferecem cura para os seus males, e a promessa de uma vida melhor no Além);
- movem-se como multidão, em momentos de crise, em acontecimentos de grande emoção, e agem de forma desordenada, muitas vezes com atos violentos (quebra-quebra de trens e ônibus, invasão de supermercados, violência nos estádios, por exemplo)".

Não se pode esquecer que as massas, historicamente, se insurgiram contra sua condição e agiram com rebeliões e movimentos em diversas ocasiões. De seu interior surgem também minorias que se mobilizam, conscientizam e se organizam, tornando-se sujeitos sociais e coletivos, como aconteceu com os movimentos populares nas últimas décadas.

Questionamentos. Para finalizar, lembro algumas questões. Fenômenos como preconceitos, nacionalismos exacerbados, discriminação racial, fundamentalismos, misticismo encontram adesão nas

INDÚSTRIA CULTURAL ALIMENTA IMAGINÁRIO

A verdade é que a indústria cultural adquiriu alcance global. Atravessa fronteiras de todo o tipo, geográficas, políticas, culturais, religiosas, lingüísticas e outras. Transformou-se em um poderoso setor de produção, no sentido de produção de mercadoria, lucro ou mais-valia. Emprega milhares de intelectuais de todas as especialidades, dos mais diferentes campos de conhecimento, como assalariados, trabalhadores produtivos, cuja força de trabalho produz excedente, lucro ou mais-valia. Transfigura o jornalista, escritor, cientista social, publicitário, locutor, âncora, cenógrafo, técnico de som, especialista em efeitos visuais coloridos e sonoros, artífice da estética eletrônica e muitos outros em um vasto trabalhador coletivo, um intelectual orgânico ainda pouco conhecido. Simultaneamente, a indústria cultural produz e reproduz signos, símbolos, imagens, sons, formas, cores, movimentos, tudo isso nas mais inovadoras ou inócuas, prosaicas ou surpreendentes combinações, povoando o imaginário de muitos, em todo o mundo.

Fonte: Octavio Ianni, artigo publicado no Suplemento especial do *ESP*, em outubro de 1994.

massas, mas não só nelas. As elites e os grupos ilustrados criam várias formas de discriminá-las, taxando-as de ignorantes, analfabetas, irracionais, contudo, com demagogia e populismo, buscam seduzi-las quando lhes interessam. A secularização pretendida pela sociedade moderna não se concretizou e a efervescência de religiões populares é um sinal de sua persistência. Há um enorme fosso entre a cultura popular, o senso comum,

e a racionalidade acadêmica, dos intelectuais.

Há respostas? Sim. Na mídia, os meios alternativos, as redes de informática, a TV à distância, o que exige a democratização dos meios e novos conteúdos programáticos. Na educação, uma escola pública universal e de qualidade; uma revisão da educação popular que, além das características tradicionais de ser crítica, transformadora, formadora de sujeitos populares, incorpore dimensões da ecologia, das relações de gênero, da subjetividade. No sociopolítico, um Estado democrático controlado pela Sociedade Civil, políticas sociais igualitárias, nova cultura política que desenvolva a autonomia e a participação, a descentralização do poder e representação horizontal (conselhos, etc.). Uma nova cidadania que abranja desde o imperativo de que as massas se tornem cidadãs em tempo curto e de modo acelerado, cientes e defensoras dos direitos fundamentais, da conquista de novos direitos, até o rompimento do autoritarismo social. No econômico, a montagem de estratégias viáveis de ampliação de emprego, de combate à fome, de crítica aos efeitos perversos do neoliberalismo e discussão de alternativas redutoras da pobreza e eliminadoras da miséria, a curto prazo. No campo religioso, a integração das dimensões simbólicas, da religiosidade popular, com as dimensões sociais e políticas, a superação da comercialização da fé e a formação de comunidades que se irradiam nas massas.

Luiz Eduardo Wanderley, sociólogo, educador, professor da USP e da PUC de São Paulo. Autor dos livros *O que é universidade* e *Educar para transformar*, Vozes.

DA MASSA ÀS INTERAÇÕES COMUNICATIVAS

Elizabeth Rondelli

Redefinindo o conceito de massa, a partir da emergência das novas tecnologias comunicativas, a análise que segue reflete uma das grandes preocupações da sociedade atual, ou seja, a dimensão de uma interatividade diferente nas relações sociais

A associação dos meios de comunicação com o termo massa, contido na expressão *mass-média*, é feita de forma recorrente, e poucas vezes refletimos sobre a realidade para a qual tal expressão aponta, *massa* e, por extensão, meios de comunicação de massa, acaba sendo uma dessas palavras que, de tanto usadas, se naturalizam e têm o sentido esvaziado.

A conjugação dos meios de comunicação com massa ganhou corpo, e conotação negativa, em algumas experiências recentes da história ocidental, quando os meios foram colocados a serviço de regimes políticos totalitários. O uso do rádio pelo fascismo e do cinema pelo nazismo para o controle das massas, tidas como amplamente sugestionáveis pelas mensagens arquitetadas com fins políticos precisos, aliado à contrapartida norte-americana de estudar e exercer outros tipos de influência sobre elas, durante quase toda



Manifestação em frente à TV Globo, Rio

Jaime Silva / Énfase

a primeira metade deste século, re-vigorou a idéia de poder, nos meios, de "manipular as massas". Neste sentido, os meios eram tidos como conglomerados produtores de estereótipos, e a massa se referia a um lugar social onde os indivíduos não eram vistos como possuidores de qualquer identidade diferenciada.

Por outro lado, esta associação dos termos meio e massa é usada também para expressar os processos de comunicação independentes da interação face a face, mas daqueles que utilizam um canal

gir vastos públicos, do que pela homogeneidade da mensagem ou dos objetivos autoritários que um poder político possa querer atingir a partir do seu controle. E neste aspecto, o meio pode ser considerado neutro — apenas um canal, um dispositivo técnico —, sujeito a qualquer uso.

Existe, no entanto, certo conforto no emprego do conceito massa, pois o termo pode estar agasalhando de maneira muito ampla, abstrata e pouco precisa, uma infinidade de outros comportamentos e processos inerentes ao ato comunicativo realizado a partir da atuação dos chamados "meios de comunicação de massa". Pois a ação de tais meios implica a existência de uma multiplicidade de processos de produção, circulação e consumo das mensagens, o que nos dificulta falar de uma atuação uníssona e homogênea, de modo a terem os meios o intenso poder de conformar uma entidade "massa", algo tão uniforme, coeso e compacto.

Ao se analisarem os meios de comunicação constata-se um paradoxo: ao mesmo tempo que são submetidos pelo poder econômico e político como instrumentos do exercício do mando — e é inegável o quanto há de interesse na propriedade e no controle legal e político dos meios —, suas mensagens, quando postas em circulação, estão sujeitas a uma certa *polifonia de leituras* pelos receptores, impossíveis de ser exatamente controladas. E ainda, mesmo se algum domínio político e ideológico for exercido pelos meios, estará ligado a fatores de outra natureza de modo que, embora a ação comunicativa seja importante, não é necessariamente a determinante.

Público e receptor. Nas análises mais contemporâneas sobre a ação dos meios emergem contribuições indicadoras de outros modos de compreendê-los, que nos inclinam

a relegar a percepção genérica e imprecisa sugerida pelo termo massa. São elas as noções de *público*, de *receptor*, tomado a partir de suas experiências cotidianas, e algumas evidências trazidas pelas *inovações das tecnologias comunicacionais* que imprimem novos rumos às relações sociais tidas como *mediadas*.

A noção de *públicos* ajuda a especificar melhor algumas qualidades deste todo nomeado massa. Pois embora possamos definir que cada canal de comunicação, como o rádio e a televisão por exemplo, seja acessado por uma massa de indivíduos indistintos, cada meio efetivamente interaciona-se com um público específico a partir de uma linguagem peculiar de sua programação. Desta maneira, cada meio, emissora e programa necessitam *pressupor* algumas características singulares do público o que lhes permite atrair para si parcelas de indivíduos identificados com os conteúdos a transmitir. Portanto, ao se ir além destas entidades indiferenciadas, *mídia* e *massa*, pode-se conceber a existência de um público com delineamentos mais definidos, ou seja, interlocutores com interesses, opiniões, padrões socioculturais, gostos e outras características passíveis de serem antecipadas pelo emissor e com as quais este se relaciona ao instaurar o ato comunicativo.

Entretanto, se considerarmos o processo comunicativo, mesmo *público* ainda é uma entidade esboçada de forma genérica pelo emissor ao visar estabelecer com ele algum grau de interação comunicativa. Pois na sua forma mais mínima, o público é contido por um conjunto inumerável e molecular de receptores diferenciados por visões de mundo, experiências do cotidiano, participação social e inserção cultural diversas que lhe facultam produzir *leituras* varia-

INFINITUDE DA COMUNICAÇÃO

É preciso considerar o mundo da comunicação como lugar no qual as grandes forças sociais do saber e da comunicação se apresentam como as únicas forças produtivas. O trabalho coletivo da humanidade toma consistência na comunicação e o paradigma comunicacional se identifica pouco a pouco, mas com uma evidência cada vez maior, com o do trabalho social, com o da produtividade social. A comunicação se torna a forma pela qual se organiza o mundo da vida com toda a sua riqueza. A nova subjetividade se constitui dentro desse contexto de máquinas e trabalho, de instrumentos cognitivos, de novo meio ambiente e nova cooperação. O trabalho humano de produção de uma nova subjetividade ganha toda a sua consistência no horizonte virtual aberto cada vez mais pelas tecnologias da comunicação.

Fonte: Antonio Negri, artigo publicado in *Imagem Máquina, a era das tecnologias do virtual*, RJ, 1993.

técnico (o meio) cuja qualidade é a de possibilitar a um único emissor poder dirigir sua mensagem a milhares ou milhões de pessoas — estas constituindo a massa. É o caso do rádio e da televisão, meios técnicos amplificadores do conteúdo transmitido por poucos emissores, que permite a muitos, ao mesmo tempo, poderem receber as mesmas informações. Neste sentido, a idéia de massa emerge mais a partir dessa potencialidade técnica da radiodifusão poder atin-

das daquilo que lhes suscita a programação dos mídia. Por isso, mesmo havendo alguns limites estabelecidos pela *competência* de leitura dos receptores, sempre há alguma margem para as interpretações destoantes e divergentes das mensagens ou discursos emitidos pelos mídia.

Criação anônima. Assim, ultrapassa-se a noção de um receptor passivo e acrítico dos discursos postos em circulação, e se admite a existência de um leitor ativo, cujas experiências de vida e de cultura, anteriores ao ato comunicativo, propiciam a construção de alguns prismas muito próprios para olhar e interpretar o que recebe com alguma criatividade, originalidade, dissonância, ou mesmo discordância.

Num processo de comunicação há uma dinâmica cíclica onde emissores produzem para receptores, pensados como públicos muitos gerais, sobretudo *textos* — programas de televisão ou de rádio, filmes, matérias de jornais —, um tecido de signos que os induzem a interacioná-los com as suas realidades. Tais *textos*, ao serem lidos, inserem-se na vida e no interior das relações sociais as mais diversas, no *contexto*, e se tornam matéria-prima apropriada à produção, pelos emissores, de *novos textos*, cujas leituras passarão, mais uma vez, a informar os *contextos* aos quais se direcionam, numa cadeia sucessiva. Tais *leituras* são construídas pelos receptores a partir de suas identidades peculiares e, muitas vezes, *inusitadas* do ponto de vista da pretensão original do emissor. Desta forma, não somente a realidade social, mas a realidade transmitida pelos meios está constantemente sujeita a ser reelaborada, reinterpretada, reinventada, reapropriada, relida, ressignificada, num processo de dinâmica cultural que pode espantar os fantasmas da homogeneização cultu-

Ultrapassa-se a noção de um receptor passivo e acrítico dos discursos postos em circulação, e se admite a existência de um leitor ativo

ral e da manipulação implícitas no conceito de massa.

Interações sociais. A permanente emergência de novas tecnologias comunicacionais tem alterado de forma gradativa as interações sociais mediadas — aquelas dadas a partir da presença de um canal técnico comunicativo. A sua interposição faz surgir novas possibilidades no modo como nos “interacionamos” com o outro: desde a prosaica técnica, permitida pelo papel e pela escrita, de nos dirigirmos a alguém por meio da carta enviada por mensageiro ou correio, à possibilidade de nos falarmos ao telefone e, mais recentemente, pelo correio eletrônico. Possibilidades técnicas redefinidoras do nosso relacionamento cotidiano e individual com o outro. Nestas inovações há uma constante — a interação social — enriquecida com novas formas, linguagens, sintaxes, a partir da inserção do canal tecnológico reconfigurador dessa interação.

A expansão do desenvolvimento das tecnologias comunicativas aponta, sobretudo, para a multiplicidade dos canais, dos conteúdos, das mensagens, da circulação dos signos, da proliferação de novos textos sugeridos que se despejam sobre contextos plurais. E à rede de comunicação das cidades, onde está a base das interações sociais face a face, acrescentam-se, a partir da inserção dos dispositivos tecnológicos comunicacionais, as possibilidades quase ilimitadas das interações sociais cosmopolitas que ultrapassam os limites das

relações paroquiais. Nada de muito novo, se lembarmos ter sido este o grande salto das sociedades tradicionais, onde as informações circulavam nos mercados e nas festas, para as sociedades modernas onde passaram a circular nos meios massivos. O efetivamente novo talvez seja a possibilidade paroxística da interação a partir dessas tecnologias.

Sem querer discutir a dimensão ético-política deste processo, pode-se vislumbrar:

a) A emergência da possibilidade técnica de os receptores não se tornarem propriamente emissores para grandes conjuntos de público, mas de participarem de teias comunicativas propiciadoras de maiores recursos de interações através dos canais técnicos postos aos usos individuais — por isso as noções de rede e de interatividade são definidoras de tais tecnologias.

b) A impropriedade do conceito de massa para explicar muitos dos processos comunicacionais contemporâneos e a oportuna noção de um tecido molecular disperso que se intercomunica de forma instantânea.

Informação especializada. A proliferação das tecnologias comunicativas faz emergir um processo comunicativo independente de um controle central, e uma capacidade de *segmentação* quase infinita de públicos, cuja informação requerida é cada vez mais *especializada*. Tais públicos, agora mais especificados, são os alvos da captura para um consumo razoavelmente personalizado. E não exclusivamente o consumo de objetos, mas sobretudo o consumo de *informação*, a moeda necessária para se navegar neste universo povoado sobretudo de *signos*. Para circular nestes lugares, as identidades passam a ser construídas não somente a partir dos espaços tradicionais das casas, praças, ruas ou de outros lo-

NIRVANA DA COMUNICAÇÃO

Na linguagem da informática, a palavra interatividade tem um conceito redondo. Significa agir reciprocamente com um *software* ou aparelho. Na prática, no entanto, as possibilidades são tantas para esse conceito que especialistas no assunto não se atrevem a fazer futurologia explícita. Nenhum deles duvida de que, dentro de dois ou três anos, os serviços interativos irão invadir o mundo doméstico.

Segundo Martin Elton, professor de Pós-graduação em Telecomunicações Interativas da Universidade de Nova York, "é muito difícil se entender uma tecnologia quando ela aparece". Quando surgiu, o telefone era visto por seus inventores, respectivamente, como um meio de massa e como um meio de comunicação interpessoal. O tempo se encarregaria de provar o contrário.

As previsões em torno de como será a tão alardeada superestrada da informação não passam de especulações em torno de possibilidades para as mídias interativas. Ao longo da história das invenções, muitas tecnologias foram subestimadas e outras super. Portanto, é cedo para apostas, mas, paradoxalmente, também é tarde para ignorar todas as opções. O verbo-motor é tentar, tentar...

Fonte: JB, 20/06/95

cais de encontro e reunião, mas principalmente a partir do tráfego dos indivíduos nas chamadas *rodrivias da informação*.

Para não nos deslumbrarmos com este presente a ser futuro, lembremos que as mais primitivas tecnologias sempre produziram uma nova relação do homem tanto com a natureza, quanto com outros homens. As tecnologias comunicativas sempre alteraram a experiência humana de modo a permitir, sobretudo, a transcendência do tempo e do espaço imediatos, e a auxiliar na antecipação do que está por ocorrer — a previsão do tempo pela meteorologia e sua divulgação nos informativos é um exemplo trivial disto.

A analogia com o carro ou com o avião é esclarecedora da relação tecnológica do homem com o es-

Todas estas novas experiências advindas com as tecnologias, a partir de seus usos sociais, redimensionaram as novas formas de interatividade com o outro

paço — quando nos movimentamos dentro deles ficamos parados num único ponto passando por vários outros. As formas tecnológicas desenvolvidas neste século viabilizaram e exacerbaram a convivência em outros tempos-espacos de forma simultânea ao seu acontecer — a televisão traz aos refúgios domésticos, no mesmo momento de sua realização, as imagens longínquas do planeta; as nossas cartas, via correio eletrônico, podem se transformar em diálogos escritos com o dom da sincronicidade da conversa oral.

Todas estas novas experiências advindas com as tecnologias, a partir de seus usos sociais, redimensionaram as novas formas de interatividade com o outro. Pois o pressuposto é de que sempre à

frente de qualquer máquina de comunicação existe um alguém, seja um telespectador, um usuário das infinitas informações disponíveis nas *nets*, ou um interlocutor do correio eletrônico com quem se conversa a partir da sofisticação tecnológica, talvez o "amigomediado".

A idéia de uma tecnologia complexa e de uso intenso pode, no seu paroxismo, sugerir a imagem apocalíptica de um cenário futuro povoado por seres fantasmagóricos, sem corporeidade física, que através de seus terminais circulam no espaço cibernetico — o chamado ciberespaço, idéia terrífica que, no entanto, não deixa de ser semelhante à idéia de massa, um lugar onde os indivíduos, sem identidade reconhecível e agregados sem laços sociais mais refinados, se diluiriam comandados por um elemento tecnológico que lhes seria infinitamente superior.

Elizabeth Rondelli, antropóloga e professora da UFRJ.

PÓS-NEOLIBERALISMO

AS POLÍTICAS SOCIAIS E O ESTADO DEMOCRÁTICO

Emir Sader e Pablo Gentili (Organizadores)

Editora Paz e Terra

Pós-neoliberalismo é composto por vários artigos, escritos e comentados por renomados professores e pesquisadores dos principais centros universitários nacionais e internacionais. Os textos fazem parte de um balanço de década e meia de neoliberalismo, na perspectiva de sua superação. A principal conclusão é de que, apesar de seu fracasso em reativar economicamente o capitalismo, o neoliberalismo exibe seus triunfos sociais, públicos e ideológicos, como um modelo hegemônico global, como nunca antes o capitalismo havia apresentado, por sua abrangência e sua pretensão transformadora das relações sociais.



CULTURA DE MASSA: DOIS TEMPOS E ALGUMAS QUESTÕES

Ana Maria Galano

Partindo da poética de Carlos Drummond de Andrade, da intuição do filme “Bye-Bye, Brasil” e das novas formas da indústria cultural, a autora apresenta desafiadoras questões sobre cultura de massa

O ritmo da grande cidade, e o dos versos, eram de um tempo com bondes no “rio de aço do tráfego”. Em *A Rosa do Povo* há muitas referências a jornais e a telegramas, os que traziam notícias da guerra. Quando os poemas falam de vitórias dos aliados e, mais ainda, dos homens com a “face negra de pó e pólvora” de Stalingrado, os jornais são o lugar da melhor literatura:

*Os telegramas de Moscou
repetem Homero.
Mas Homero é velho. Os
telegramas cantam um mundo
novo
que nós, na escuridão,
ignorávamos.*

Quando os poemas dizem o desconforto existencial do escritor — como “A Flor e a Náusea” — ou são considerações sobre sua própria poesia, os jornais não consolam nem conseguem distrair a lucidez, e por vezes, o desespero. Então, a linguagem dos jornais só atinge superfícies polidas e enganadoras, como o “deslizar de lancha entre camélias”.

Entre a desconfiança dos meios de comunicação de massa nos países capitalistas e um certo entusiasmo quando associados à construção do “mundo novo”, socialista, talvez se possa dizer que este foi um dos movimentos de oscilação que marcou o pensamento de certos artistas e intelectuais, que nos anos de 1930 e 1940, escreveram sobre a expansão da indústria cultural, sobre inovações técnicas — a fotografia, o cinema, a radiodifusão — e a incidência

delas sobre formas de produção e de reprodução de obras de arte. Perguntavam-se como seria a vida quando tivesse desaparecido a capacidade de recolhimento e de meditação; quando se tivesse ampliado ainda mais o consumo efêmero e displicente de objetos culturais reproduzidos em grande escala. Como seriam os homens que “soletram o mundo” sem saber “que o perdem”?

Mas na poesia de C. Drummond Andrade, de 1945, é ainda muito forte a idéia de salvação, mesmo que só possa dar “a poucos uma esperança mínima”. Os filmes do “homem do povo Charlie Chaplin” são como equivalentes, mas muito ampliados, desta *missão*. Por sua capacidade de falar a “chinês, a maranhense, a russo, a negro: ser um só de todos”, Chaplin revelaria também a universalidade da “gente” brasileira que amava Carlitos:

*... nisso, como em tudo mais,
nossa gente se parece
com qualquer gente do mundo —
inclusive os pequenos judeus
de bengalinha e chapéu-coco,
sapatos compridos, olhos
melancólicos*

[...]

*vagabundos que o mundo
repeliu, mas zombam e vivem
nos filmes, nas ruas com
tabuletas: Fábrica, Barbeiro,
Polícia,
e vencem a fome, iludem a
brutalidade, prolongam o amor
como um segredo dito no ouvido
de um homem do povo caído na
rua.*

Gianne Carvalho / Imagens da Terra



*Todos os homens voltam para casa.
Estão menos livres mas levam
jornais
e soletram o mundo, sabendo que
o perdem.*

A Flor e a Náusea
C. Drummond de Andrade

Há exatamente cinqüenta anos, em 1945, era publicado o livro *A Rosa do Povo*, onde estão os versos de Drummond. A capital do País ainda ficava no Rio de Janeiro e, às cinco horas da tarde, os funcionários públicos, como era o caso do poeta, voltavam para casa.

Bye-bye, Brasil: de um filme a outros sintomas e diagnósticos. No filme *Bye-bye, Brasil* (Carlos Diegues, 1979), a caravana de um circo pobrezinho atravessa o Nordeste, rumo à Transamazônica, procurando lugares onde apresentar suas poucas atrações. Mas o público já não se entusiasma; às vezes sequer comparece. Em compensação, o aparelho de TV encalhado em coluna de alvenaria por iniciativa de prefeituras, passara a concentrar intensamente a atenção calada da população.

Evocando a presença crescente da televisão e mudanças de hábitos culturais no interior do País, o filme registra uma etapa avançada do processo de conversão da TV em meio de comunicação de massa no Brasil. Desde o final dos anos de 1960, foram criadas condições materiais para a interligação de todo o território nacional, cresceu ininterrupta e rapidamente o número de domicílios com aparelhos de televisão, generalizou-se o hábito de assistir à televisão em todas as classes sociais. Ao longo desse processo, considerado como o que melhor caracteriza a consolidação da indústria cultural no Brasil, a novela se afirma como o principal produto das emissoras comerciais de televisão.

Tradições culturais. O que acontece com as tradições culturais populares quando as emissoras de televisão organizadas sob a forma de redes exibem a mesma programação, com ligeiros "toques regionais", para todo o País? Quais as consequências de um público de milhões de espectadores ter sido convertido em massa de consumidores de um mercado nacional unificado de bens culturais? *Bye-bye, Brasil*, no próprio título, repercute preocupações com a perda de identidade cultural — popular, local e nacional — que também estão presentes em textos de cientis-

Os produtos da indústria cultural são hoje analisados como formas sociais de expressão que já não suscitam tanto medo de um processo de massificação devastador

tas sociais brasileiros (F. Weffort, J.G. Magnani, A.A. Arantes) que, na virada dos anos de 1980, escreveram sobre impactos da cultura de massa. Trata-se aliás de preocupação que já se manifestara na Europa, desde a década de 1950, nos escritos do antropólogo C. Levi-Strauss e, um pouco mais tarde, do analista da indústria cultural Umberto Eco, que expressaram seu temor de uma homogeneização cultural planetária.

Recepção. Nesta primeira metade da década de 1990, diversificaram-se as abordagens sobre produtos da indústria cultural no Brasil. Em estudo sobre a recepção do mais "popular" dos telejornais (no jargão da cultura de massa, identifica-se "popular" e volume de audiência), o Jornal Nacional da Rede Globo, verifica-se que há correlação entre apreciação das "notícias" e participação de telespectadores em associações de bairro, sindicatos, partidos políticos, etc (*Mais além do Jardim Botânico*, de L.C. Lins e Silva). As telenovelas passaram a ser tratadas, por um lado, como um gênero consolidado, com temas e estilos diversos; por outro, como resultado de um processo industrial de produção, com organização do trabalho e gestão da mão-de-obra que evoluíram ao longo dos últimos trinta anos (*Telenovela, História e Produção*, de Renato Ortiz *et alii*).

Outros estudos sobre telenovelas têm destacado que a "matéria

prima" é constituída não só de fatos e de informações, mas de modelos, juízos e de valores culturalmente construídos. A este título, as telenovelas "fazem parte da sociedade e da cultura brasileiras, com suas virtudes, dificuldades e problemas". A recepção das telenovelas também tem sido problematizada: "diferentes grupos sociais, com sua socialização e peculiaridades, fazem leituras e interpretações particulares daquilo a que assistem na TV. Essas observações relativizam as teorias sobre 'aldeia global' e coisas do gênero. De fato, está se afirmado que os indivíduos não são folhas de papel em branco onde são impressas as imagens e mensagens da televisão" (Gilberto Velho).

Os produtos da indústria cultural são hoje analisados como formas sociais de expressão que já não suscitam tanto medo de um processo de massificação devastador. Isso talvez permita abrir mais facilmente o terreno para outras questões, sem que se atribua a preconceitos com a cultura de massa, ou a busca de uma pureza perdida, a vontade de entender por que, por exemplo, *Bye-bye, Brasil* revelou-se um filme premonitório das dificuldades enfrentadas por aqueles que se propõem pensar criticamente o País através do cinema. Ou porque, no Brasil, nos afastamos tanto do que o crítico de cinema Paulo Emílio Salles Gomes esperava do cinema do fim do século, ou seja, que "participasse, mesmo modestamente, do pesado encargo que espera a humanidade: fazer o terceiro milênio da era cristã algo menos absurdo e besimal do que foram os dois primeiros, com suas classes e guerras".

Ana Maria Galano, socióloga, professora do Departamento de Ciências Sociais da UFRJ.

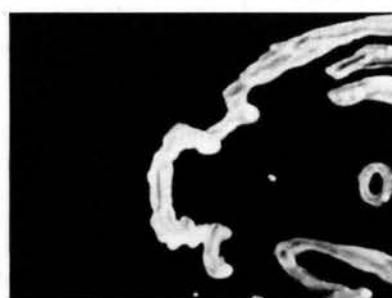
CULTURA POPULAR E MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Veneza Mayora Ronsini

Em tempos de globalização da economia e da mundialização da cultura, como pensar a relação das classes subalternas com os meios de comunicação? Nossa ponto de partida não é refletir sobre o que os meios fazem com as pessoas mas, ao contrário, o que as pessoas fazem com os meios. E, reconhecendo que o poder dos meios compete com o exercício do poder em outras instituições, pensar que no processo de dominação iremos encontrar o consentimento dos excluídos, mas também uma capacidade de resistir a ele

*"Eu desconfiava:
Todas as histórias em quadrinhos
são iguais.
Todos os filmes norte-americanos
são iguais.
Todos os best-sellers são iguais.
(...)
Contudo, o homem não é igual a
nenhum outro homem, bicho ou
coisa.
Não é igual a nada.
Todo ser humano é um estranho
ímpar."*
Carlos Drummond de Andrade

Muito já se argumentou sobre o poder que essas "fábricas simbólicas" teriam para alienar, incitar atitudes violentas, modificar hábitos e comportamentos, homogeneizar gostos e costumes. Também se considerou a cultura "serializada", produzida pelos meios de comunicação, como uma degradação da "alta cultura" ou a afirmação da sociedade democrática.



As massas, por sua vez, foram caracterizadas pela vulgaridade, irracionalidade, entre outras adjetivações. Para compreender os usos sociais dos meios de comunicação preferimos, em função das características negativas em torno do termo "massa", utilizar a categoria "classe", conforme a acepção do historiador E. Thompson, que se refere a um modo de experimentar a existência social.

Quando os teóricos da sociedade de massas colocaram em dúvida a onipotência dos meios, redescobriram as classes populares através

do pensamento de Gramsci. O popular, então, passa a se definir pela relação que mantém com o hegemônico, pela forma de usar e consumir objetos materiais e simbólicos. Para Gramsci (*Literatura e vida nacional*), por exemplo, os cantos populares são todos aqueles que o povo adota por se aquarem à sua maneira de sentir e de pensar.

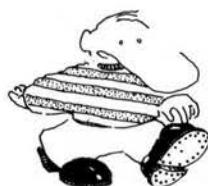
Tal opção, acreditamos, não significa negar a existência do processo de massificação cultural pelo qual uma determinada sociedade e seu desenvolvimento tecnológico específico tentam promover a homogeneização das nossas necessidades em escala planetária, mas reconhecer a permanência da heterogeneidade em relação ao que é consumido, em relação ao que é vivido.

Se é correto dizer que as aspirações são igualadas, sabemos que os recursos disponíveis não o são. Pelo menos, em nossos países dominados em termos econômicos, políticos e culturais. E a dominação, fazendo um parêntese, não é algo que nos domina externamente. Ela se gesta, entre outras tantas formas, a partir de dentro porque está em nossas cabeças colonizadas e ainda porque somos cúmplices de um sistema que escraviza muitos em benefício de poucos.

A CULTURA COMO MEDIAÇÃO

Os chamados "estudos de recepção" apreendem o processo de comunicação através do consumo, isto é, em função da apropriação

A nossa recusa à cultura de massa em nome da alienação que ela produz é, na verdade, uma recusa da classe que gosta dessa cultura



William Seewald

das mensagens por sujeitos culturalmente ativos, deixando de pensá-lo a partir da ideologia das mensagens e da intencionalidade do emissor.

Dedicando-se a compreender a relação dos subalternos com os meios, evidenciam que as pessoas se divertem e se comovem sem necessariamente aderir à visão de mundo dominante e são capazes de distinguir a vida cotidiana daquela que é construída pela mídia. Por outro lado, constatam a erosão no estoque simbólico dos espoliados, evidenciada na modificação dos valores morais e religiosos, dos costumes, das atitudes, etc. Dizer que as idéias de uma época são as idéias da classe dominante não nos autoriza a dizer que as classes populares não tenham idéias.

Admitir a pluralidade de experiências estéticas significa reconhecer as diferenças e as desigualdades, pois ela remete à distribuição de trabalho, renda e poder em sociedades excluadoras. Portanto, o sentido que as classes populares

DIMENSÃO CULTURAL

Para que haja verdadeiramente cultura, não basta ser autor de práticas sociais; é preciso que essas práticas sociais tenham significado para aquele que as realiza; pois a cultura não consiste em receber, mas em realizar o ato pelo qual um **marca** aquilo que outros lhe dão para viver e pensar. Por conseguinte, estamos muito longe da divisão condescendente entre uma cultura letrada a ser difundida e uma cultura popular a ser comentada. Toda cultura requer uma atividade, um modo de apropriação, uma adoção e uma transformação pessoais, um intercâmbio instaurado em um grupo social. É exatamente esse tipo de "culturação", que confere a cada época sua fisionomia própria. Entre uma sociedade e seus modelos científicos, entre uma situação histórica e o instrumento intelectual que lhe é adequado, existe uma relação que constitui um sistema cultural.

Fonte: Michel de Certeau, in *A Cultura Plural*, SP, 1995.

atribuem aos meios está intimamente ligado às suas condições de vida, a práticas produtivas e culturais específicas. Sem dúvida, são estas práticas que fundamentam um sistema de reconhecimento e diferenciação simbólica nos grupos sociais.

Pensamos que o trabalho constitui-se num elemento diferenciador entre os homens. É o trabalho que lhes permite habitar, vestir-se, alimentar-se, divertir-se, pensar o mundo e pensar a si mesmos de determinadas maneiras, porquanto práticas socioeconômicas diversas correspondem a modos de vida distintos. O que implica afirmar que economia e cultura são mutuamente condicionantes.

Martín-Barbero nos alerta que a nossa recusa à cultura de massa em nome da alienação que ela produz é, na verdade, uma recusa da classe que gosta dessa cultura. A aceitação da pluralidade dos modos de fazer e usar socialmente os bens culturais permite-nos não só vislumbrar que a cultura veiculada pela mídia, para legitimar o domínio que exerce — oferece às "massas" uma imagem de si mesmas a ser interiorizada, — mas também perceber que essa cultura lhes oferece prazer.

Veneza Mayora Ronsini, professora na Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria/RS.

A GRANDE FÁBRICA DE CONSENSO

Emir Sader

A influência da televisão na vida das pessoas é tão abrangente que se torna difícil medir-lhe a real dimensão. Na última greve dos petroleiros a opinião pública foi bombardeada com notícias que só espelharam uma face do movimento. Faltou a voz dos trabalhadores, da vida, da família, das razões dos petroleiros. A TV passa a ser a fonte da legitimação do governo

Opensador socialista suíço Jean Ziegler se perguntava recentemente — sem obter resposta: “O que acontece com uma ideia que não tem o suporte mediático?” Referia-se ele aos valores morais desprezados pela dinâmica cega e cruel do capitalismo contemporâneo, que encontra na mídia seu valor de legitimação.

Se isso é verdade no plano mundial, não há país no mundo onde o peso da televisão seja tão extenso e decisivo como o Brasil. Antes de 1964 se dizia que as únicas instituições realmente nacionais eram a Igreja e as Forças Armadas (FFAA). Depois de uma consoli-

dação desta durante a ditadura, a instituição militar teve que ceder espaço para os governos civis com a transição do regime político. Ficou o seu papel de reserva de manutenção da ordem, conforme se viu nos episódios recentes da crise de segurança pública no Rio de Janeiro e da greve dos petroleiros. Como instância do poder estatal que obedece a normas de disciplina militar, as elites se valem de sua menor exposição aos conflitos sociais para fazê-la atuar quando se revela a debilidade do consenso fabricado pelos órgãos políticos e ideológicos do Estado capitalista.

Já a Igreja — ou as igrejas —, depois que uma parcela significativa delas fez a opção preferencial pelos pobres, deixou de funcionar como cimento de sustentação da ideologia dominante, se abriu para as contradições sociais e viu seu peso nacional se redefinir em função dos interesses em conflito.

Hegemonia da televisão. A passagem para um regime político liberal, regido pelos parâmetros eleitorais, consolidou o papel dos grandes meios de comunicação na fabricação dos consensos ideológicos. Em particular, da televisão, num país com baixíssimo nível de alfabetização, com vida cultural restrita a uma pequena elite, com circulação extremamente limitada

dos jornais para a população do País, com um conteúdo reservado a iniciados, com um sistema educacional que mal consegue manter as crianças e jovens em suas salas por algum tempo, com editoras que, cada vez mais, preferem publicar menos exemplares de livros mais caros.

Nessas condições, a novela foi ocupando crescentemente o lugar da literatura; o Jornal Nacional, o da leitura de jornais pouco interessantes no que diz respeito aos problemas que mais afetam à população. Custa menos esforço, acomoda-se mais a uma atitude passiva, que reforça a posição de quem se sente impotente diante do desenrolar acelerado dos acontecimentos do mundo, sem que possa alterá-lo quanto a seu destino.

Os dados sobre a presença da televisão na vida dos norte-americanos demonstram que uma criança fica diante da telinha mais tempo do que na escola, com uma atenção muito mais ativa naquela do que nesta. No Brasil, se existissem, esses dados seriam ainda mais assustadores sobre o peso da televisão em substituição à família, à escola e à rua, como formadores da cabeça dos seres humanos desde tenra idade.

Tem sido difícil medir a real dimensão da televisão na vida das pessoas, tão abrangente é o fenô-

meno. Situações concretas, no entanto, permitem apreender sua função de forma mais definida. Muito já se falou no seu peso na candidatura de Fernando Collor à presidência, assim como no lançamento do Plano Real e no triunfo eleitoral de Fernando Henrique Cardoso.

Faltou uma cara. A recente greve dos petroleiros foi mais um episódio que permite avaliar a função da televisão nos conflitos sociais. Fomos, desde o início, bombardeados pela televisão com os efeitos negativos da greve para a população. Imagens de donas de casa procurando botijões de gás; motociclistas fazendo filas nos postos de gasolina; empresários reclamando das dificuldades com combustí-

veis; notícias dando conta, desde a primeira semana, de "situações críticas no abastecimento"; de empresas fechando as portas; povoaram o noticiário televisivo da greve durante o mês inteiro.

Faltou uma cara — a do petroleiro. Ele não pôde argumentar se as acusações de "corporativismo" eram pertinentes. Não pôde se di-

A satisfação com que os meios de comunicação social noticiaram a derrota dos grevistas revelou, com fecho de ouro, como a luta de classes ainda goza de ótima saúde

A MÍDIA E A ELEIÇÃO DE FHC

Não resta a menor dúvida de que a mídia pode eleger candidatos. Basta retomar todas as análises sobre a candidatura Collor em 1989. Em 1994 não foi diferente. Embalados pelos sonhos gerados pelo Plano Real, telespectadores, ouvintes e leitores foram convidados a votar em Fernando Henrique Cardoso em nome da boa nova vida. Os versos do *jingle* da campanha de FHC são uma bela ilustração deste fato: "Deu no jornal que a vida está melhorando. É Real". Aí está a peculiaridade dessa campanha: criticar o candidato Fernando Henrique era ser contra o Brasil, era ser contra uma vida que se mostrava melhor para a população brasileira, em especial a mais empobrecida, que agora tinha poder de compra.

Mesmo antes do Plano Real ser implementado, este quadro já era traçado. Em pesquisa feita pelo professor da Universidade Federal Fluminense Afonso de Albuquerque durante onze semanas de março a maio de 1994, o Jornal Nacional da TV Globo dedicou 37% do tempo de cobertura das candidaturas a FHC contra 23% dedicados a Lula e 36% divididos entre todos os outros seis candidatos. Isso sem levar em conta os conteúdos, pois o tempo dedicado a Lula tratava em especial das polêmicas e dissensões do PT e da CUT enquanto que em relação a FHC apresentava-se o clima de união e consenso das alianças que se formavam em seu apoio e o envolvimento do candidato na gestão do Real.

Pesquisa da revista *Imprensa* sobre a cobertura dos principais jornais e revistas no mês de setembro, derradeiro para a campanha eleitoral, demonstrou que as manchetes econômicas detiveram 45% do espaço e a sucessão presidencial 30%. FHC foi mais citado em textos da primeira página com 16% contra 11% para Lula. Fernando Henrique e Ruth Cardoso abocanharam 11% das capas das revistas semanais, sendo 5% reservados a Lula.

Magali do Nascimento Cunha, jornalista e integrante da coordenação de KÖINONIA.

rigir à dona de casa para tentar convencê-la de que os interesses de ambos são compatíveis e não contraditórios. Faltou a cara do petroleiro, sua voz, sua vida, sua família, seu salário, seu trabalho. Faltou o trabalhador, faltou a classe trabalhadora, criminalizada sem direito de defesa por todos os grandes meios de comunicação.

Exceções — como tem acontecido sempre — são poucas: Jânio de Freitas, Carlos Heitor Cony, Clovis Rossi, Veríssimo, os charistas Caruso, Spacca. Por outro lado, reiteradamente articulistas como Gilberto Dimenstein, Luís Nassif e outros recém-convertidos ou conservadores históricos, pedindo repressão, contando com os ouvidos receptivos do presidente da República.

Depois de três semanas de cantilena totalitária nos grandes meios de comunicação, veio a reunião de tropas para ocupar as refinarias, com a alegação governamental de que "as FFAA defendiam o patrimônio nacional". Sentimo-nos reconfortados porque, temos FFAA que defendem o patrimônio nacional, embora pouco façam para bloquear o contrabando de armamentos para os traficantes, embora pouco façam para conter o contrabando das riquezas minerais e outras da Amazônia, embora pouco façam para impedir que milhares de aeroportos clandestinos se multipliquem no território nacional, embora pouco façam contra o contrabando sistemático de automóveis roubados para o Paraguai. Mas a televisão e os articulistas candidatos a portavozes do governo tinham criminalizado os petroleiros e preparado o campo para a intervenção militar e eventuais massacres.

Euforia da imprensa. O gosto com que esses mencionados meios de imprensa noticiaram a derrota dos grevistas revelou, com fecho



Já não é a televisão que coqueteia o poder: é este que se comporta diante da televisão, reconhecendo-a como a fonte última de sua legitimidade

Governo e petroleiros. Marcelo Pontes, na sua coluna do Jornal do Brasil, teve que confessar, no dia mesmo do final da greve, duas coisas muito significativas: que uma pesquisa feita para o governo e cujos resultados, sendo-lhe negativos, não foram revelados, como mais um mecanismo de manipulação da opinião pública, dizia que, apesar de toda a campanha totalitária, a mesma proporção de pessoas considerava o governo e os petroleiros responsáveis pela greve. Isso, sem que se dissesse que, pela intransigência governamental, o País teve que gastar um bilhão de dólares adicionais, para importar petróleo, na tentativa de quebrar o movimento sindical.

O outro dado era a confirmação de que a opinião pública não se interessa pelo processo de reformas constitucionais e que o único mandato presidencial é o de estabilização da moeda, aquele que lhe deu a vitória presidencial. O colunista tem que concluir, em meio à euforia brasiliense, que o governo está distanciado das ruas, apesar da televisão — espelho da ordem, — fábrica de consensos. Como afirma Régis Debrey em seu último livro *O Estado sedutor* (Ed. Vozes) — já não é a televisão que coqueteia o poder, é este que se comporta diante da televisão, reconhecendo-a como a fonte última de sua legitimidade.

Emir Sader, professor de sociologia da USP e autor, entre outros, de *O Anjo Torto — esquerda e direita no Brasil*, Ed. Brasiliense.

de ouro, como a luta de classes ainda goza de ótima saúde. Funcionou, como um *strip-tease* do caráter do governo, da imprensa, da "justiça" — para quem só existe greve "abusiva", nunca lucro, violência, especulação, juros, corrupção, etc., abusivos — para quem ainda não tinha tido consciência dela. Mas foram os meios de comunicação e, dentre eles, a televisão que, mais uma vez, protagonizou centralmente o fenômeno. A ela o governo deve sua "vitória", a ela a elite brasileira deve

os pontos ganhos na batalha que o neoliberalismo desenvolve frontalmente contra o movimento sindical — como havia ocorrido com Thatcher, com Reagan.

Nenhuma classe social pode hoje falar com as outras, pode publicamente exibir seus argumentos, pode estabelecer alianças sociais, sem passar pela telinha. A anulação de um discurso e a potencialização diária de outro estabelece as condições de hegemonia de um força sobre a outra.

NOVA YORK NÃO É AQUI

FUNK E RAP NA CULTURA CARIOLA

Micael M. Herschmann

Emerge um novo cenário urbano, uma nova cultura jovem, a partir de representações e modelos gerados pelas músicas funk e rap

Produtores desconhecidos, os consumidores, hoje na sociedade dos meios de comunicação, aparentemente, não parecem produzir através de suas práticas, significantes e sentidos relevantes. Entretanto, no espaço tecnocraticamente elaborado, escrito e operacionalizado onde circulam as suas trajetórias, formam-se também gestos, frases imprevisíveis e singularidades, em parte ilegíveis. Embora sejam compostos de vocabulários e práticas sociais que têm como referencial o senso comum, esses consumidores desenham as astúcias de interesses outros e de desejos que não são sempre nem determinados nem captados pelos sistemas onde se desenvolvem.

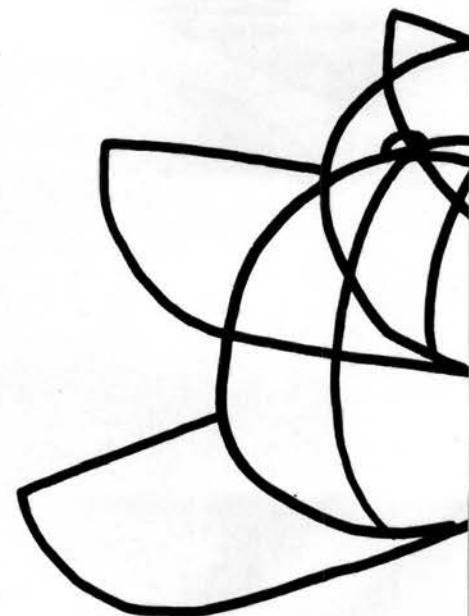
Como observa M. de Certeau (in *A Invenção do Cotidiano*), a "fabricação" do consumidor seria, portanto, uma produção, uma poética, entretanto, "escondida, porque ela se dissemina nas regiões definidas e ocupadas pelos sistemas da produção (televisiva, urbanística, comercial, etc) e porque a extensão sempre mais totalitária desses sistemas não deixa aos consumidores um lugar onde possam marcar o que fazem com os produtos. A uma produção racionaliza-

da, expansionista além de centralizadora, barulhenta e espetacular, corresponde outra produção, qualificada de consumo: esta astuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo se insinua ubliquamente, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios, mas nas maneiras de empregar os produtos impostos por uma ordem econômica dominante".

Tendo em vista esses pressupostos, procuramos ao longo deste breve trabalho apresentar algumas contribuições dos estudos de recepção para a análise de importantes fenômenos de massa juvenis globalizados, como é o caso do *funk* e do *rap* na cultura urbana carioca. Isto é, buscamos lançar algumas questões que talvez permitam problematizarmos o "consumo" da cultura *hip-hop* norte-americana no Rio de Janeiro. Ou melhor, talvez permitam entendermos em alguma medida como o *hip-hop* — música e cultura reconhecidamente dos guetos negros norte-americanos — ganhou no Brasil, especialmente no Rio de Janeiro, entre os setores populares, fortes "coloridos locais".

ENTRE OS CENTROS E AS PERIFERIAS

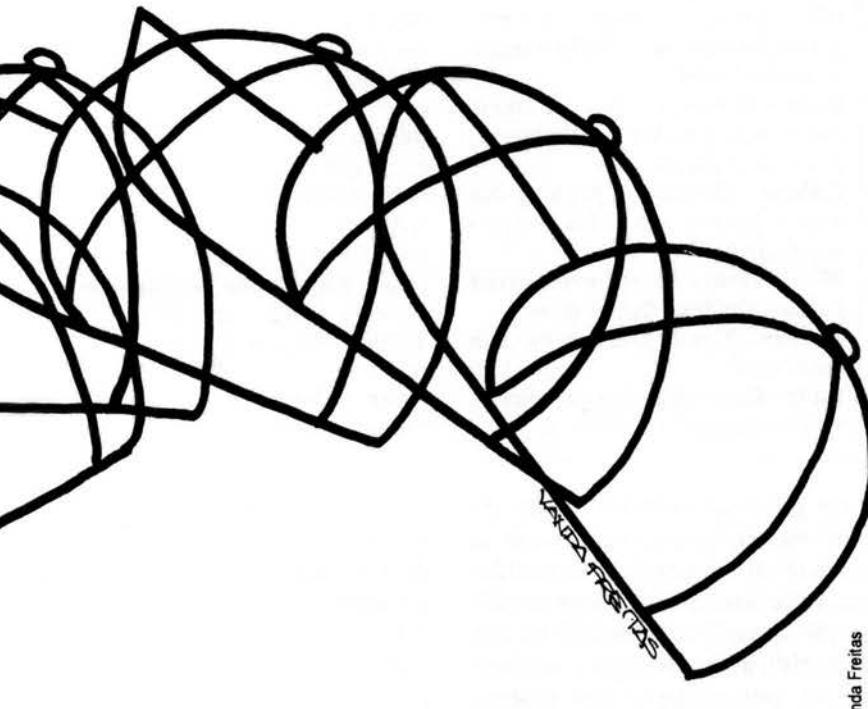
Nas últimas duas décadas vemos emergir uma "cultura jovem" no Brasil cujas representações e modelos vêm transformando o tradicional cenário urbano. Aliás, podemos afirmar que a cultura jovem hoje se encontra altamente diversificada. O Brasil, longe de ser um país homogêneo, aparece, cada



vez mais, representado por outras manifestações além do samba, Carnaval, Bossa Nova e a música popular brasileira (MPB) mais tradicional.

Estariam emergindo hoje no País, portanto, não só novos grupos sociais urbanos ligados principalmente a um segmento jovem e a uma cultura jovem musical de referencial internacional, mas também uma nova representação política transnacional com ênfase na diferença e não na unidade e no consenso.

do, categorias como indivíduo, identidade e cultura já não se situam apenas no nível do grupo, da classe, da nação e, apesar das marcas e “fisionomias originais”, e além da própria ilusão da “origem”, elas ultrapassam fronteiras no âmbito de um mundo que é globalizado, cosmopolita e desenraizado.



Vanda Freitas

Esses movimentos juvenis contemporâneos que têm como fator aglutinador a música, constituem-se em fenômenos que devem ser analisados dentro de um contexto marcado fundamentalmente pela globalização e por um capitalismo transnacional. Felix Guattari (in: *Caosmose — um novo paradigma estético*) ao refletir sobre o capitalismo deste fim de século XX, identifica um acelerado processo de “desterritorialização” que atinge de forma geral as cidades-mundo contemporâneas. Neste senti-

Poderíamos ainda acrescentar que esses fenômenos associados à cultura jovem musical dos países periféricos como o Brasil operam dentro daquilo que Nestor G. Canclini (in: *Cultural Conversion*) chamou de “reconversão cultural”, isto é, os indivíduos que participam de alguma forma desses movimentos ligados a esses estilos ou gêneros musicais apropriam-se de um patrimônio simbólico, retraçando as fronteiras entre cultura tradicional e moderna, local e estrangeira. Estabelecendo-se, hoje,

portanto, segundo o autor, um contato incessante dos sistemas simbólicos tradicionais com as redes internacionais de informações e, de modo geral, com a indústria cultural.

O *funk* e o *rap* exemplificam bem este fenômeno. Em seu livro *O Mundo Funk Carioca*, Hermano Vianna ao analisar o *funk* dos anos 1980 já identificava na cultura “funkeira” dos bailes da periferia esse tipo de recepção “transnacional”. Assim, mesmo que os “funkeiros” se vistam como os negros norte-americanos, no estilo *B-boy*, ou como os surfistas de classe média da Zona Sul, apropriem-se constantemente da música negra norte-americana, isso não faz do *funk* e mesmo do *rap*, um mero fe-

Brasileiro é o que eu sou
Rapper brasileiro
Mas eu sou um brasileiro antes
de ser *rapper* ou
pagodeiro ou os dois ou nenhum
Posso assimilar a cultura do
mundo inteiro
Mas sei que nasci no Rio de
Janeiro, Brasil
Então não seja imbecil de pensar
que eu não
poderia cantar assim ou assado
Porque eu vou me expressar na
forma e na hora que
eu escolher
Aqui ou em qualquer lugar
Valorizando sempre nossas
raízes, costumes,
cultura musical em geral (...)
(Gabriel, *O Pensador* “... E Você!”)

nômeno imitativo. Ambos modificam a gramática pela qual as peças do vestuário estão integradas, isto é, o “estilo *B-boy/hawaiano*” vem sendo adotado em outro contexto, sendo adicionados outros elementos ao repertório indumentário. No que se refere à música negra norte-americana disseminada no mundo *funk/rap*, ela não se torna exatamente um tipo de referência

clara para o “despertar” de uma “consciência afra”. Na realidade, o *funk* e o *rap* apesar das similaridades se distanciam exatamente pelo tipo de recepção que realizam dessas músicas. Enquanto os *rappers* (chamado no Brasil também de “hiphópeiros”) repudiam a participação na indústria cultural e, apesar de mais sintonizados com a música de protesto negra dos *rappers* novaiorquinos, buscam promover um discurso radical de crítica social e de “conscientização” das “populações negras”, os “*funkeiros*”, mesmo após a emergência no final dos anos 1980 dos primeiros grupos de MCs locais, vêm potencializando ao máximo as “colagens melódicas” dos *samplers* (principalmente da batida conhecida como *Miami Bass*) e, promovendo

No rap as músicas narram os conflitos diários enfrentados pela camada menos privilegiada da população.

No funk, as músicas apesar do tom mais romântico ritualizam a violência

vendo um discurso que não necessariamente produz uma crítica social. Aliás, enquanto no *rap* (*hip-hop*), as músicas narram os conflitos diários enfrentados pela camada menos privilegiada da população, tais como: repressão e massacres policiais; a dura realidade dos morros, favelas e subúrbios; a precariedade e ineficiência dos meios de transporte coletivo; preconceitos; o desinteresse do Estado pelo seu bem-estar social; racismo; entre outros; no que se refere ao mundo *funk*, a presença da insatisfação, das tensões e conflitos aparecem muito pouco nas letras de música, como pode ser constatado

LINGUAGEM NO MUNDO DO FUNK

Abalar – Fazer sucesso.

Alemão – Pessoa de uma área que vai a um baile em outra área estranha com o intuito de arranjar confusão. Não é bem-vindo no local.

B-boy – Estilo indumentário do público do *hip-hop*.

Caô/Cabecinha – Pessoa mentirosa, que gosta de falar muito, mas não faz nada.

Comando(s) – Pessoa ou grupo de pessoas que vão aos bailes para brigar, para pichar ou fazer confusão.

DJ – Pessoa responsável pela programação musical (seleção e mixagem) dos bailes.

Funk – O *soul*, versão anos 80/90, com ritmos pesados e melodias repetitivas e “sampleadas”.

Galera – Grupos de pessoas dos bairros que vão para os bailes e permanecem juntas.
MC – Mestre de cerimônias (nos

Estados Unidos). Cantor de *rap*.
Melody – Tipo de *funk* com melodia.

Melody – tipo de *junk* com melodia mais 'light'.

Mula – Grupo de galera quando está se movimentando nos bailes.

bela presença cada vez maior do *junk melody* (músicas de tom mais romântico e dançante). Na realidade, estão mais presentes na ritualização da violência dos bailes e nas esporádicas intervenções urbanas como, por exemplo, em quebra-quebras e arrastões.

Poderíamos ainda assinalar inúmeras outras “recepções” do *hip-hop* na dinâmica da cultura urbana carioca. Entretanto, gostaria, para finalizar, de ressaltar apenas que, após ter adquirido certos “coloridos locais”, estas práticas culturais vêm, nos últimos anos, em certa medida, sendo “re-agenciadas” pela indústria cultural. Na realidade, deveríamos nos indagar se sua presença cada vez mais constante nas mídias não implicará na atenuação de sua carga de estigmatização/“demonização”. Neste sentido, a presença do *funk*

Na moral – Maneira de se impor nos bailes

Pancadão – Tipo de *funk* com ritmo mais pesado.

Peixe – Suborno para fazer bailes em certos lugares.

Rap – A fala rimada e ritmada da

musica *hip-hop*, acompanhada pela bateria eletrônica, pelos sintetizadores, pelos *samplers* e pelos *scratches*, controlados por um DJ.

Resposta – Coisa com qualidade.

Sampler – instrumento que grava digitalmente qualquer som, que pode ser tocado com auxílio de um teclado, de uma bateria eletrônica ou de um computador.

Sangue bom – Pessoa legal, “gente boa”, que não vai ao baile para arranjar confusão nem briga.

C.B. (!) – Abreviatura de sangue bom, usada geralmente pelos 'mauris'.

Shock – Amigo, parceiro, irmão.

Vacilão — Pessoa que “marca bobearia”.

Zoar – Dançar, correr, namorar, “agitá” no baile

na linguagem publicitária, nos programas de televisão, nas casas de espetáculo da Zona Sul e no vestuário dos jovens de classe média parece sugerir a sua "re-semantização", isto é, a configuração de um novo papel social para a cultura *hip-hop*. Apesar de reconhecer que qualquer avaliação ainda é muito prematura, poderíamos nos perguntar se, na medida em que o *funk* for se expandindo e ganhando novos contornos socio-político-econômicos, não estarão também deixando de ser um espaço de resignação dos jovens das periferias e favelas da cidade.

Micael M. Herschamann, pesquisador no Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação e professor da Escola de Comunicação da UFRJ.

TELESPECTADORAS EM CENA

ANÁLISE DE CARTAS A UM ÍDOLO DA TV

Doris Rangel Diogo

O amor é um dos principais fios que tece a narrativa das telenovelas. O ator/galã encarna personagens de destaque no romance. A ficção da estória, que, por vezes, é colocada entre parênteses, pode favorecer a criação de um romance particular pelas fãs. É interessante observar, num universo de quase três mil cartas, o comportamento das fãs. Elas tecem um discurso sobre si mesmas, as vicissitudes do amor, a felicidade, questões existenciais e o cotidiano

A AUDIÊNCIA TELEVISIVA

No estudo da audiência televisiva, a questão da passividade X atividade do telespectador pode resultar em um debate apaixonado entre os que defendem a possibilidade de intervenção e crítica e os que apontam o assujeitamento, a alienação. Tais posicionamentos correm o risco da ideologização, mesmo quando pretendem desvelá-la.

A idéia mais difundida é a de que os meios de comunicação, e a televisão especialmente, inculcam idéias para forjar e controlar a vontade e o gosto dos telespectadores, destacando-se o poder da mídia.

Sem negar esse poder, mas relativizando-o e revelando a complexidade da trama comunicacional ancorada na cultura, alguns estudiosos do tema têm apontado o “poder de barganha” e as possibilidades de “negociação” do telespectador.

Neste caso trata-se de circunscrever, analisar e decodificar elementos, processos e estratégias que possibilitem uma via para o questionamento das conclusões mecanicistas e para a construção de instrumental conceitual que dê suporte à análise interpretativa.

São possíveis distintas abordagens dos indivíduos que compõem a audiência televisiva. Neste estudo, o meio utilizado foi um conjunto de cartas de telespectadoras enviadas a um ator de telenovela. Estas cartas foram agrupadas a partir da presença da palavra *amor* e fazem parte de um arquivo organizado pelo prof. Van Tilburg.

Trata-se de cartas enviadas após uma reportagem com o ator, publicada em uma revista para adolescentes com indicação de endereço para correspondência, o que revela o sistema da mídia de publicidade da carreira do ator. Assim um perfil é desenhado e são oferecidos tanto elementos físicos (fotos) quanto psicológicos (valores, modos de viver, preferências) que podem suscitar identificações.

A revelação da intimidade do ator torna-se um produto, um espetáculo. Este aspecto foi comentado por Morin (*Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo*) que denominou de “olim-

pianos” a esses heróis modernos, que se tornam modelos da cultura, na medida em que encarnam os mitos de auto-realização da vida privada. Isso constitui um dos pilares da ideologia do individualismo. A mídia reproduz e põe em circulação o ator, transformando-o em ídolo, destacando, entre outros, os atributos de juventude, beleza, auto-realização e romantismo. O galã se oferece às fãs, buscando a fama, mas recusa o contato e as respostas às cartas enviadas, o que caracteriza um mecanismo de sedução. E as fãs o que escrevem e o que revelam?

AMOR DE FÃ: MATIZES DA IDEALIZAÇÃO

Toda busca de amor traz em si a esperança de encontro de um objeto que possa vir a dar conta da falta do sujeito. Neste sentido, as cartas das fãs não se diferenciam de outros discursos de amor. No entanto, a diferença está em relação às características do objeto escolhido, que não é facilmente acessível ao contato direto e às possibilidades de a fã obter resposta à sua demanda de amor.

Pode-se, pois, dizer que o amor de fã parece ser uma manifestação do amor romântico, conforme dado por Kehl (“A psicanálise e o domínio das paixões”, in: *Os sentidos da paixão*). Neste, o objeto criado pela fã se distingue do objeto criado no amor sublime, em que há um endereçamento a um outro que retribui ou não o apelo. A resposta e o investimento libidinal do outro marcam uma diferen-

ça nessa criação, a qual possibilita que o criador se volte para um vir-a-ser. No entanto, no caso das fãs, o objeto de amor romântico se apresenta como efeito do devaneio, do sonho. Entre o desejo e a busca de realização algo se pode instalar como um discurso amoroso.

O amor de fã seria uma mani-

TELEVISÃO TEM MESMO ALGO A VER COM CULTURA?

A televisão — com todas as suas derivações tecnológicas — assinala um momento da civilização ocidental em que a cultura, na qualidade de nível específico do sistema social, ocupa um lugar de grande dinamismo na reprodução da força de trabalho e das relações de produção. A crise dos sistemas de representação e das formas clássicas de poder cava espaço na sociedade pós-moderna para que o fenômeno cultural se invista de novas funções, a serviço da organização, seja o Estado ou a grande empresa.

A tevê é um espelho do modo tecnoburocrático de organização do espaço social contemporâneo, uma maquinaria de identidade coletiva. O que faz da informação massiva um puro efeito de gestão de consciências, uma forma disfarçada de governo, uma política que não ousa confessar o seu próprio nome.

Os mídia, a televisão, constituem igualmente uma nova "retórica", em que a cultura se converte — com oblíquas intenções políticas — na modelagem de representações estáveis da vida social ou então num "baú" de velhos conteúdos culturais a serem repassados, transmitidos, comunicados.

Fonte: Muniz Sodré, in *O Brasil simulado e o real*, RJ, 1991.

As fãs, em sua maioria, escrevem sobre si mesmas, sobre sua vida privada, revelando intimidades e segredos. Pouco se referem à temática das novelas ou ao personagem

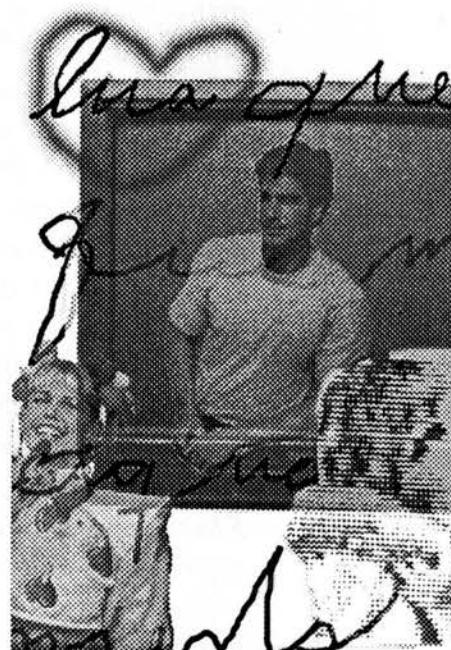
mente, temos prazer somente os olhando numa revista ou na TV. Sabendo que esse sentimento dificilmente será correspondido por vocês. Mas assim mesmo com toda essa distância, com todas as diferenças, eu não desisto de gostar de você, digamos que seja um amor platônico.

festação da idealização (Segundo Freud, 1921: "Processo psíquico pelo qual um objeto é engrandecido e exaltado em suas qualidades, em que há uma supervalorização de suas características em relação a outras, a ponto de ser elevado à condição de perfeição") como efeito do Ego Ideal, e fortemente marcada pelo narcisismo; o que não quer dizer que, necessariamente, em outros aspectos de sua vida a fã invista deste mesmo modo outros objetos. Isto se nota, por exemplo, nas cartas em que as fãs tecem comentários sobre relações de amizade, projetos profissionais e relações amorosas em que se pode perceber uma posição que não se caracteriza pela idealização.

Nas cartas, notam-se variações na intensidade da idealização da fã e a dúvida marca esses matizes. Há fãs que questionam a própria criação do ídolo como objeto de amor enquanto que outras descrevem uma fascinação pelo ator.

Embora haja sempre menção à dúvida quanto à correspondência de amor por parte do ídolo, destaca-se a ilusão, já que há um certo desprezo por dados que a contrariem. Os fragmentos dessas cartas revelam os aspectos citados:

Sei que o que eu vou dizer, você já está cansado de ouvir, mas você é demais, charmosíssimo, talentoso, um super-gato. Mas tem uma diferença 'Você é o gato que toda garota gostaria de ter no telhado'. É diferente dos outros. (...) Sinceramente é inexplicável como nós fãs, nos conformamos assim facil-



Do mesmo modo que o investimento libidinal pode ser direcionado para o médico, para o analista, para o professor, pode ser também dirigido para outras figuras passíveis de idealização, entre estas, os ídolos apresentados pela mídia.

TRANSFERÊNCIA

Como uma das possibilidades de explicar este processo de deslocamento dos investimentos libidinais, pode-se apontar o conceito de transferência.

Para Freud (1912), o indivíduo, de acordo com a história de sua vida erótica, criaria um ou diversos clichês estereotípicos, constantemente repetidos ou reimpresos em suas relações, na medida

em que as circunstâncias e os objetos amorosos a eles acessíveis permitissem. Assim, a transferência é uma demanda de amor que se presentifica, de um modo específico, nas relações do sujeito. Há uma repetição que não necessariamente implica em circularidade do indivíduo. É possível elaboração, seja

teriormente, investir noutro objeto, que poderia vir a lhe oferecer possibilidades de outras formas de amor. Na própria não-resposta, pode-se perceber uma possibilidade de que o silêncio do destinatário permita a fã ler a si mesma.

Vários feixes narrativos circulam simultaneamente. O relato das

a-ser, na dialética social, atualiza, por exemplo, através do jogo, suas possibilidades e seus próprios limites e transforma-se no autor das mediações determinativas da ordem sociocultural.

CONCLUINDO: UMA PERSPECTIVA DIFERENTE

A cultura oferece possibilidades de figuras idealizadas: médicos, professores, religiosos, etc. Nesta série, pode-se-iam incluir os artistas, já que, neste momento, a mídia desfruta de um lugar de destaque no contexto social. A mídia põe em circulação o ator, destacando seus atributos de juventude, beleza, auto-realização e romantismo. O galã se oferece às fãs, buscando a fama e projeção para sua carreira profissional. A fã revela aspectos de sua subjetividade ao eleger o ídolo como objeto de amor. Embora a mídia se aproprie e lucre com toda essa articulação, fã e ator não são, necessariamente, vítimas assujeitadas a seu poder.

Os matizes da idealização à antecipação da desilusão no discurso amoroso da fã, efeitos da dúvida, parecem mostrar a consciência crítica das telespectadoras que, embora não deixem de revelar seu interesse diretamente ao objeto de amor, descrevem-no como sendo impossível, ilusão, sonho.

Se por um lado, pode-se dizer que a produção televisiva massifica, a carta da fã e sua dúvida podem revelar, em algum matiz dessa análise, que mesmo na estereotipia da emissão de uma telenovela, a fã sustenta sua dúvida, resiste e pode até buscar algum sentido para o vivido.



Maria Strauch

pelas novas experiências da vida seja pela superação na análise.

A dúvida revela que a fã se questiona a respeito de seu endereçamento de amor ao ídolo. A insistência no pedido de resposta revela também o confronto entre a ilusão e a antecipação de sua frustração.

FANTASIA

Importante destacar que a fã, ao escrever a carta, revela sua fantasia ao ator. Ao admitir a renúncia da satisfação, por meio dessa fantasia, a fã pode vir a se deparar com a desilusão e vir a desinvestir este objeto de amor idealizado.

Em certo sentido, esta pode ser uma oportunidade de a fã vir a elaborar aspectos idealizados em sua trajetória edípica, e quem sabe, pos-

fãs parece indicar a possibilidade de significar estas experiências, atribuindo um sentido existencial, como revela esta fã:

Olhe, José Eudes, ficaria mais do que feliz se a carta viesse com a sua rubrica, pois já te amei daqui. Quando via você na TV, em Redenção, chorava. Só desliguei de você quando vi sua foto junto àquela Maria Silva e não fiquei feliz, acabei te esquecendo, mas hoje surgiu a oportunidade de te dizer tudo isso. Agora sou casada tenho um filho lindo, chama-se Ivo, parecido com o seu nome (...).

Neste sentido, pode-se inserir a reflexão de Navarro Vital Brazil (*O jogo e a constituição do sujeito na dialética social*), que explicita como o sujeito em processo de vir-

Doris Rangel Diogo, mestra em psicologia.

MASSA E COMUNIDADE

J.B.Libânio

A receptividade crescente que as igrejas pentecostais e o movimento carismático católico encontram nas massas populares está apresentando indagações para as pastorais das igrejas históricas e desafiando os estudiosos da cultura popular

O assunto massas vem preocu-
pando as igrejas evangélicas
históricas e católica. Não é a últi-
ma razão o sucesso inegável que
as igrejas pentecostais e autô-
nomas e, em grau menor, a corrente
carismática católica, vêm conse-
guindo nesse setor. O artigo de
capa da revista *Time* (10 abril
1995) sobre "Milagres" dizia que
nos EUA, a corrente pentecostal
evangélica e católica é a que mais
cresce e que 69% dos americanos
crêem em milagres. Certamente o
mesmo deve valer no Brasil.

Como se trata de um sucesso de
massa, pergunta-se pelo seu segre-
do e se as outras igrejas, que não o
conseguem, não estão a falhar na
pastoral de massa?

O tema é melindroso, já que a
realidade massa assume diversos
sentidos e para uma reflexão pas-
toral-pedagógica torna-se funda-
mental definir bem o destinatário.

O Projeto Pastoral Construir a
Esperança, já em curso na arqui-
diocese de Belo Horizonte desde o
ano de 1990, constatou à base dos
resultados de uma ampla pesquisa

de que os dois segmentos sociais
extremos da sociedade, a grande
massa dos mais pobres e os mais
ricos, estão alheios à freqüência
eclesiástica. Talvez o mesmo valha
também de outras confissões his-
tóricas evangélicas.

Por isso, para efeitos desta re-
flexão, massa é esta gigantesca ca-
mada de pessoas mais pobres, que
não freqüentam nossas igrejas his-
tóricas e se tornam cada dia presa
mais fácil das igrejas pentecostais
e autônomas.

**Dificuldades de atingir essas
massas.** A situação sociocultural,
em que vivem essas massas, de um
lado, as afasta da tradição católica
de que vieram e, de outro, deixa
nelas um gancho espiritual, no
qual as igrejas pentecostais enga-
tam seu projeto pastoral.

Estas massas abandonaram nes-
tes últimos anos o campo. A urba-
nização do Brasil nessas propor-
ções gigantescas é relativamente
recente. As pessoas perderam as
raízes culturais religiosas, mas
mantiveram a saudade do religio-
so, o resto de sede de um passado
piedoso. Por conseguinte, ser-
massa, em nosso contexto, tem
muito a ver com o desenraizamen-
to de tradições populares religio-
sas do interior.

No entanto, resta um incons-
ciente religioso onde residem as
possibilidades de um trabalho reli-
gioso com as massas. Além disso,
a terrível situação econômica, que
absorve praticamente todas as
energias psico-somáticas das pes-
soas, dificulta um mais-tempo e
uma mais-energia para as exigên-
cias da prática religiosa.

Conjugam-se, portanto, a perda
dos referenciais religiosos do inter-
ior e o peso sufocador da condi-
ção socioeconômica das megápo-
les para dificultar o trabalho de
criar comunidade com essas mas-
sas. No Brasil as massas, mesmo
que não se identifiquem com os
excluídos, são constituídas na sua
imensa maioria por eles. Por isso,
o problema das massas vincula-se
fortemente à situação social. E
todo trabalho com as massas em
vista de sua organização esbarra
com a oposição dos setores con-
servadores da sociedade e do Esta-
do a serviço desses mesmos seto-
res.

Acrescente-se que, no final do
dia e nos dias livres, as poucas
energias restantes são ocupadas
pela mídia, que consegue arrancar
as pessoas da sua dolorosa realida-
de e transportá-las para o mundo
imaginário dos sonhos. Cumpre,
sob o prisma psicológico, tarefa
terapêutica de alívio e, sob o pris-
ma social, aliena-se de qualquer
solicitação mais exigente.

**Como trabalhar com as massas
nesta situação.** O desafio da pas-
toral é atingir essas massas. Nada
como aprender da realidade. No
momento, as massas são eficiente-
mente trabalhadas pela "cultura de
massa" e pelo Pentecostalismo. A
"cultura de massa" caracteriza-se
precisamente por ser elaborada
para responder às demandas das
massas. Veiculada pelos meios de
comunicação de massa, rádio e
TV, e, em crescente expansão, pe-
los videocassetes, ela constrói-se
sobre os pilares da violência, do
fantasioso, do sensacional, do

sexo, da criação de sonhos de riqueza por meio de prêmios, sorteios, etc. No fundo, arranca o telespectador da dureza da realidade e projeta-o no mundo imaginário dos desejos, dos sonhos. Para isso, a pessoa não precisa mover-se de sua cadeira, é simplesmente deixar a fantasia passear pelos horizontes coloridos ou ensanguentados das cenas propostas.

A religião só atingirá as massas nesse "nível de massa" por intermédio do simbólico e do terapêutico. Aí está a força de outro sucesso do trabalho com elas: o Pentecostalismo e formas religiosas extraordinárias.

Com efeito, o milagre, a cura física e psíquica, o maravilhoso sagrado, as aparições, as realidades paranormais, o demoníaco, os transes, os contatos extraordinários com o divino fascinam as pessoas e as arrancam de sua situação-massa, conduzindo-as aos templos, às peregrinações, aos lu-

gares sagrados ou fazem-nas ligar-se a programas de TV e de rádio que giram em torno de tais realidades. Nesse sentido, as igrejas ou tendências eclesiás que exploram esse campo religioso têm conseguido falar e arrebatar as massas de maneira indiscriminada e para além das próprias classes sociais.

Várias lições. Este trabalho de massa ensina-nos várias lições. Há um trabalho com a massa, que procura influenciá-la sem contudo preocupar-se com a organização, deixando-a na condição de massa. Faz-se dela simples consumidora dos bens simbólicos que lhe são oferecidos. Em termos de *marketing*, garante alto ibope com todas as consequentes vantagens comerciais. Em termos religiosos, significaria uma presença das igrejas históricas nos meios de comunicação de massa, a fim de passarem valores e elementos do seu universo religioso para as massas. Isso

vem sendo feito intensamente pelas igrejas pentecostais e autônomas. O trabalho tem de ser feito no mesmo campo e com os mesmos meios, se se quiser contentar-se unicamente com essa presença simbólica.

Se o trabalho visa a uma participação e organização em comunidade, o caminho tem de ser diferente. Percebo duas possibilidades que giram ambas em torno da motivação. As massas por constituição encontram-se numa situação de passividade e da lei do menor esforço. Para sair dela, só a alavanca de estruturas fortes, cogentes e/ou de motivação vigorosa que arraste as pessoas.

Ser massa, em nosso contexto, tem muito a ver com o desenraizamento de tradições populares religiosas do interior



André Telles / Énfase

Coroação dos Reis, na festa de São Benedito em Parati/RJ

Duas estruturas fundamentais da vida humana conseguem mover as massas apesar de suas exigências pesadas e duras: o trabalho e o estudo. Todas as manhãs milhões e milhões de pessoas, às vezes com noites mal dormidas, levam-

estruturas que conseguem mover as pessoas a sair da inércia. Quanto mais as igrejas conseguirem encontrar tais estruturas, diversificando os interesses e desejos das pessoas, tanto mais atingirão as massas. Os católicos conhecem as procissões, peregrinações, romarias, grandes celebrações em estádios, etc.

Talvez o que nos cause mal-estar é ter ainda no inconsciente o modelo de Cristandade em que as estruturas religiosas tinham a mesma força que as do trabalho para moverem as massas. E na sociedade moderna, estas estruturas perderam essa força constringente. Nem é de desejar que a recuperem, mesmo que fosse pensável. Portanto a presença da religião nas massas se fará cada vez pela proposta livre de valores, de ofertas de experiências religiosas que as pessoas em sua liberdade viverão ou não.

Comunidades e massas. O trabalho de formação de comunidade, algo constante e exigente, nunca será para massas. As comunidades poderão multiplicar-se, mas sempre continuarão minorias. Sua influência de minoria se faz pelo contágio, pela força do fermento, que não transforma a massa em fermento, mas a leveda e faz crescer a partir das próprias potencialidades. Ser-comunidade depende de grau maior de exigências que ultrapassam a capacidade psico-energética das massas. Mas a massa pode sofrer o influxo positivo da comunidade sem deixar de ser massa. Simplesmente sobe de patamar qualitativo pela irradiação da presença da comunidade e de estruturas religiosas mais amplas que se criem.

Por isso, quem se dedica ao trabalho de constituir comunidade deve contar com crescimento lento à base de suscitar motivação forte para que as pessoas tenham ener-

gia para deslocarem-se de sua inércia até as reuniões de comunidade. E, também saber que a influência da comunidade sobre a massa se faz de modo quase imperceptível e longo alcance. O trabalho de criar comunidade desenvolve-se, quase sempre, de uma experiência inicial em torno da qual as pessoas se reúnem: visitas de algum líder ou agente de pastoral, celebrações da palavra ou da eucaristia, encontro de oração, novenas, círculos bíblicos, luta reivindicativa ou construtiva, etc. A organização do povo depende, portanto, da força motivadora e agregadora dessas experiências e de quem as conduz. E, entre todas as motivações, a mais forte para criar comunidade é a comunhão nas necessidades básicas materiais e espirituais. Por isso, a partir das necessidades fundamentais pode-se ir atingindo as massas e organizando-as em grupos de vida e de luta, de oração e de lazer, de realismo e de esperança.

No entanto, as necessidades imediatas, diárias, urgentes levam o risco de fecharem os grupos em si mesmos e os isolarem das massas e de outros grupos. A informática, que pouco a pouco também vai entrando nesse mundo da luta popular, poderá, no entanto, ir vencendo esse perigo, interligando as comunidades e grupos em rede, potencializando-lhes a presença e o alcance de atuação sobre as massas. O horizonte da informática não é somente promissor para as forças do capital, mas também pode transformar-se em arma poderosa dos mais fracos, de suas comunidades em vista de atingir cada vez mais pessoas.

FIM DE TERRITÓRIOS CRIA NOVOS PODERES

Na sociedade global, a distância não é mais um obstáculo para a comunicação ou produção. A mobilidade dos objetos corresponde à flexibilidade do capitalismo. Mas não tenhamos ilusões. A diluição das fronteiras não significa que o mundo tenha se tornado melhor (este é um dos pilares da ideologia neoliberal). Como se os localismos e os paroquialismos fossem os únicos problemas da humanidade. Não. No contexto de uma sociedade que se planetariza, novos tipos de comunicação são possíveis, mas também emergem novas formas de poder.

Existem agentes privilegiados que atuam na formação de uma cultura mundializada. A mídia e as transnacionais são essas forças mais visíveis. Pelo fato de serem transnacionais, elas possuem uma amplitude que as "velhas" instituições, como a escola, não alcançavam. O jogo do poder se transforma, mas não se reverte para a realização do indivíduo. Este, um ser solitário desde a modernidade do século XIX, a qualquer preço busca se orientar num mundo contraditório, desterritorializado. Sua liberdade é permanentemente posta em causa, não apenas pelas ideologias totalitárias, mas pelo mercado que se globalizou. Os objetos, as mercadorias, a racionalização da sociedade, o constrangem mundialmente em "todos os lugares".

Fonte: Renato Ortiz, artigo publicado no Suplemento especial do *ESP*, em outubro de 1994.

tam-se e dirigem-se ao lugar de seu trabalho, ou batalham para consegui-lo, quando não o têm. Porque esta estrutura lhes garante a sobrevivência de si e da família. O estudo faz o mesmo com a infância e juventude. Acena-lhes com o futuro do trabalho. Algumas estruturas de lazer e religiosas, já de modo mais espaçado, enchem estádios. O segredo de todo trabalho de massa é descobrir quais as

J.B.Libânia, teólogo católico e autor dos livros *Pastoral numa sociedade de conflitos* e *Escatologia cristã: O novo céu e a nova terra*, Editora Vozes.

O CATOLICISMO LUSO-BRASILEIRO

Riolando Azzi

Para a compreensão da presença de massas populares em diversas manifestações do catolicismo brasileiro necessita-se um conhecimento histórico das características que marcaram a sua introdução no Brasil. A forte influência lusitana está na origem dessas manifestações populares, que receberam influência significativa das culturas indígenas e africanas



Igreja de Bom Jesus da Lapa, BA

Quando os portugueses aportaram em terras brasileiras em 1500, o território era até então ocupado apenas por nações indígenas, com seus costumes e tradições, com sua organização política e social. Esses grupos indígenas tinham também suas crenças, expressas nos mais diversos rituais. A religião, de fato, impregnava o universo desses primeiros habitantes do território.

Na medida em que os portugueses optaram pela produção açucareira destinada à exportação, decidiram pela importação da mão-de-obra escrava proveniente da África. Também os negros tinham em suas regiões de origem, além da organização política e social, suas

tradições culturais, entre as quais as crenças religiosas ocupavam uma primazia indiscutível.

Não obstante a presença anterior das religiões indígenas, e as novas crenças trazidas pelos negros africanos, o governo português determinou desde o início que a religião oficial e exclusiva da colônia seria a fé católica.

Paulatinamente, com o correr do tempo, foi-se ampliando a presença lusitana no território colonial, limitada de início apenas a pequenos trechos do litoral. As novas gerações portuguesas nascidas no Brasil passaram a adaptar-se cada vez mais à vida colonial, onde foram se formando tradições e costumes típicos, cuja influência

se fez sentir também na esfera religiosa. Daí a origem do Catolicismo luso-brasileiro, cujo domínio se estendeu incontestável pelos três séculos de dominação colonial. Sua influência prosseguiu ainda forte no período imperial, e permanece até hoje em áreas de caráter rural mais acentuado.

Por sua vez, o Catolicismo luso-brasileiro não ficou imune às influências religiosas indígenas e africanas, dando assim origem ao sincretismo religioso, com matizes diversos, conforme as regiões onde se foi processando a miscigenação racial.

A expansão do Catolicismo luso-brasileiro foi muito facilitada porque o próprio projeto missio-

nário da Igreja estava embutido no plano de expansão e dominação colonial lusitana.

Catolicismo familiar. A primeira nota que se deve colocar em evidência no Catolicismo luso-brasileiro é o seu caráter familiar. De fato, ele está muito mais polarizado ao redor da própria instituição familiar do que da organização eclesiástica. Durante os três séculos de vida colonial a presença da fé católica no Brasil foi em grande parte consolidada mediante a tradição religiosa trazida pelas famílias lusitanas. Foi no seio das famílias luso-brasileiras que a chama da fé se transmitiu e se manteve no amplo território brasileiro.

A própria catequese foi ministrada em grande parte no próprio ambiente familiar. Foi pelos ensinamentos dos pais que os filhos aprenderam as orações, as devoções e as práticas religiosas. Era nos oratórios particulares, nas capelas dos engenhos e das fazendas de criação, ou junto às cruzes erigidas nos morros ou à beira das estradas que as famílias se reuniam para expressar a sua fé. Em seus oratórios e ermidas, os santos participavam das alegrias e dores familiares. Em *Casa Grande e Senzala*, Gilberto Freyre chega mesmo a designar a religião colonial como “catolicismo de família”, com o capelão subordinado aos senhores de engenho.

São evidentes as limitações desse tipo de Catolicismo familiar, que perdurou por longo tempo bastante desligado do magistério oficial da Igreja. Por outro lado, dadas as precárias condições da organização eclesiástica no Brasil, deve-se ressaltar o mérito dessa tradição familiar, que soube através dos séculos preservar esse patrimônio religioso, sem deixá-lo extinguir-se ou perecer.

Catolicismo comunitário. Outra característica básica do Catolicis-

mo luso-brasileiro é sua dimensão social, ou seja, a forma de expressão comunitária. A religião, de fato, estava entre as principais manifestações públicas da sociedade colonial. Mais ainda: a crença religiosa era um dos mais importantes instrumentos e veículos de socialização na vida colonial. As manifestações de fé, de fato, constituíam um dos meios utilizados pelo povo para vencer o isolamento em que vivia, em decorrência do escasso desenvolvimento urbano. Era sobretudo nas solenidades religiosas como procissões, romarias e festas de santos que a comunidade tinha ocasião de expressar sua vida social.

Ao longo de todo o período colonial, as festas religiosas passaram a ser a matriz para o desenvol-

moros furtivos. A celebração do culto era incentivo para o comércio local, e as vendas, armazéns e botequins se espalhavam pelos arredores da capela ou da igreja. A afluência dos moradores distantes para a participação nas solenidades religiosas estimulava e incrementava as formas de lazer, como bailes, jogos e até a prostituição.

Dentro desse contexto, não é de se estranhar que mesmo atos de caráter político como reuniões e eleições se fizessem dentro dos recintos dos templos.

O papel dos leigos. Outro aspecto que merece consideração é a força do laicato dentro do Catolicismo luso-brasileiro. É óbvio que esse aspecto só pode ser perfeitamente compreendido dentro do regime

SUTIS ALIANÇAS

Um Catolicismo renovado, de cunho clerical e sacramentalista, aparece com a abolição do Padrão. A preocupação do episcopado com a religiosidade popular vincula-se tanto à administração do poder religioso, quanto aos desvios cometidos por algumas manifestações. A partir deste momento, seu esforço foi de intensificar o controle dos lugares de culto, das procissões, das devoções e festas religiosas, etc.

Contudo, existe uma terceira característica deste processo de romanização: o ensino. Em um texto de 1922, do bispo dom Francisco de Paula e Silva, fica claro este empreendimento:

O que se admira é ainda esse fundo de religiosidade que se nota no povo, apesar de tantos elementos apostados para destruí-la. (...) E a alma do povo é simples. Ela conserva ainda o perfume da religião (...).

O rótulo ficou ainda a dizer que é cristão e católico o povo, mas a realidade é que sua religião é feita de formalismo pietista, evitado de suposições e de doutrinas falsas. O de que se precisava e precisa ainda no Maranhão, como em quase todo o Brasil, é o ensino religioso.

E precisamos pensar o poder, não apenas pelo seu modo negativo (reprimir, controlar, proibir), mas também pelo positivo (incitar, permitir, produzir, educar). Por isso, são nítidas as alianças de forças da hierarquia romana com o Catolicismo tradicional, objetivando atingir as massas.

Cesar Roberto Lapa, integrante de KONONIA.

vimento de outras manifestações sociais e culturais da população. Os locais de culto e adjacências constituíam o espaço preferido para os encontros entre pessoas e famílias; era também ali geralmente que os jovens iniciavam na-

de Padrão. De qualquer modo, importa ainda relevar que nesse tipo de catolicismo os leigos não se consideravam meramente assistentes do culto religioso, mas verdadeiros promotores da fé católica. A maior parte das ermidas, ca-



Everaldo Rocha / Imagens da Terra

Festejos de São Jorge, Campo Grande, Rio

pelas e igrejas eram construídas por decisão dos católicos leigos. Eram os leigos que assumiam o cuidado desses lugares de culto. Numerosas devoções foram introduzidas e promovidas no Brasil por iniciativa dos leigos. As confrarias religiosas ocupavam um lugar de destaque no Catolicismo tradicional como forma de participação leiga no culto católico e nas atividades religiosas. Nos centros de devoção e romaria os ermitães e os irmãos leigos ocupavam também um lugar de destaque.

Em suma, é evidente que no Catolicismo luso-brasileiro o laicato é verdadeiramente ativo e operante na área religiosa.

Em seus estudos de sociologia religiosa, Pedro Ribeiro de Oliveira ressalta que o Catolicismo luso-brasileiro é assentado sobre organizações e lideranças leigas, e que essa participação leiga permite entender o dinamismo do Catolicismo colonial, apesar da debilidade da instituição eclesiástica.

Espírito medieval. Convém ressaltar ainda que o Catolicismo luso-brasileiro está profundamente vinculado ao espírito medieval. Daí a ênfase no aspecto devocional. De fato, as romarias, procissões e devoções tomaram impulso na Idade Média, numa época em que a prática sacramental esteve em crise, e foi apenas restabeleci-

da com a reforma tridentina do século XVI. Embora os portugueses tenham aportado no Brasil no início desse século, o espírito tridentino só foi implantado no País a partir de meados do século XIX, durante a época imperial. Durante os três primeiros séculos de história colonial a vida religiosa esteve bem mais vinculada ao mundo medieval. Daí o predomínio de uma concepção mítica da religião, com ênfase nos milagres e prodígios, nas promessas e nos ex-votos. Em última análise a salvação é atribuída especialmente à intercessão dos santos e não tanto ao poder sacramental, conforme a mentalidade tridentina.

Em seu estudo sobre a Cristandade colonial, Hoornaert afirma, com razão, que até 1750 predominou no Brasil uma espiritualidade de sabor medieval. Entre essas características medievais deve-se ressaltar a crença na intervenção freqüente da divindade na ordem natural, bem como a consideração da terra como um lugar de expiação. Nesse sentido, o Catolicismo brasileiro se apresenta como uma religião "milagreira" e "penitencial", conforme a tipologia proposta por José Comblin.

Deve-se sem dúvida a Laura de Melo e Souza a ênfase no aspecto colonial do Catolicismo luso-brasileiro, tese bastante desenvolvida em sua obra *O diabo e a terra de Santa Cruz*. Segundo a autora, a forma marginal e dependente com que se estrutura o Catolicismo colonial, em relação à metrópole molda com peculiaridades específicas a prática religiosa brasileira.

De fato, enquanto na Europa pouco a pouco avança o processo de expansão de um Catolicismo marcadamente letrado, com definições teológico-racionais específicas e com a imposição de uma

ética puritana, na colônia continua a sobreviver com toda a força uma fé vivenciada por reminiscências arcaicas, fundamentada em concepções míticas e expressa por imagens e danças religiosas típicas de uma cultura iletrada. Não se deve esquecer, de fato, que durante todo o período colonial houve rígida proibição por parte da Coroa lusitana com relação à implantação de tipografias e publicação de livros no Brasil.

Marca lusitana. O aspecto de dependência colonial fez com que o Catolicismo brasileiro tivesse uma nítida marca lusitana, já assinalada anteriormente. Os colonizadores lusitanos, de fato, se preocuparam em estabelecer a religião católica como parte integrante e essencial da sociedade colonial. Conseqüentemente, estabeleceu-se o predomínio da religião lusitana sobre os cultos indígenas e africanos. Por outro lado, também, os indígenas e africanos lutaram para defender seus valores religiosos, muitos dos quais se infiltraram pouco a pouco no Catolicismo luso-brasileiro. Seria, portanto, ingênuo querer negar a existência de um sincretismo religioso luso-indígena e afro-brasileiro, especialmente em determinadas regiões do País.

O sincretismo, de fato, passou a constituir uma das características típicas do Catolicismo luso-brasileiro, de raiz colonial.

E foi exatamente essa maior aproximação da fé católica com relação às crenças indígenas e africanas que provocou a ação reformista do episcopado brasileiro a partir de meados do século XIX, visando efetuar a romanização do Catolicismo brasileiro.

Riolando Azzi, historiador e professor da UFRJ.

DESEJOS E CAMPO RELIGIOSO

José Bittencourt Filho

O crescimento do Pentecostalismo está exigindo interpretações que ultrapassem as simplificações que têm sido veiculadas pela imprensa e mesmo por setores eclesiásticos. Além da tática inicial de difusão da sua proposta religiosa o Pentecostalismo tem mobilizado multidões para fins políticos, filantrópicos e mesmo para expressões religiosas que extrapolam suas limitações doutrinárias

A repetição de slogans, de canções, de palavras de ordem dá a sensação, assim como na poesia, de que as palavras dão presença à ausência e realidade aos desejos.

Desde logo, devem-se sublinhar as dificuldades de conceituação equivalentes aos termos *massa* e *massas* no âmbito das Ciências Sociais. Os vários significados circulantes não podem ser facilmente reduzidos a um consenso satisfatório. Por conseguinte, em nossa avaliação, a alternativa mais objetiva seria aquela que trata da correlação entre pentecostalismos e massas em função da perplexidade causada pelo poder de mobilização de grandes contingentes que as propostas religiosas pentecostais comportam.

Indubitavelmente, o contraste entre a condição minoritária dos evangélicos no Brasil durante quase um século e as multidões pente-

costais fervorosas, tende a provocar reações de temor, principalmente na imprensa. Em termos populacionais absolutos, entretanto, os grupamentos humanos que o Pentecostalismo açaibarca ainda são reduzidos. Contudo, se ponderarmos os aspectos relativos à eficácia pentecostal de alcançar e organizar os adeptos, bem como os estratagemas de assentamento no poder constituído, o quadro muda de figura.

Portanto, a bem da verdade, quando o assunto é o nexo entre Pentecostalismo e Massa, o que salta aos olhos é a problemática dos pentecostalismos e da massificação, aqui entendida como um processo em que, numa dada sociedade, grupamentos humanos numerosos alcançam condições antes restritas apenas a minorias.

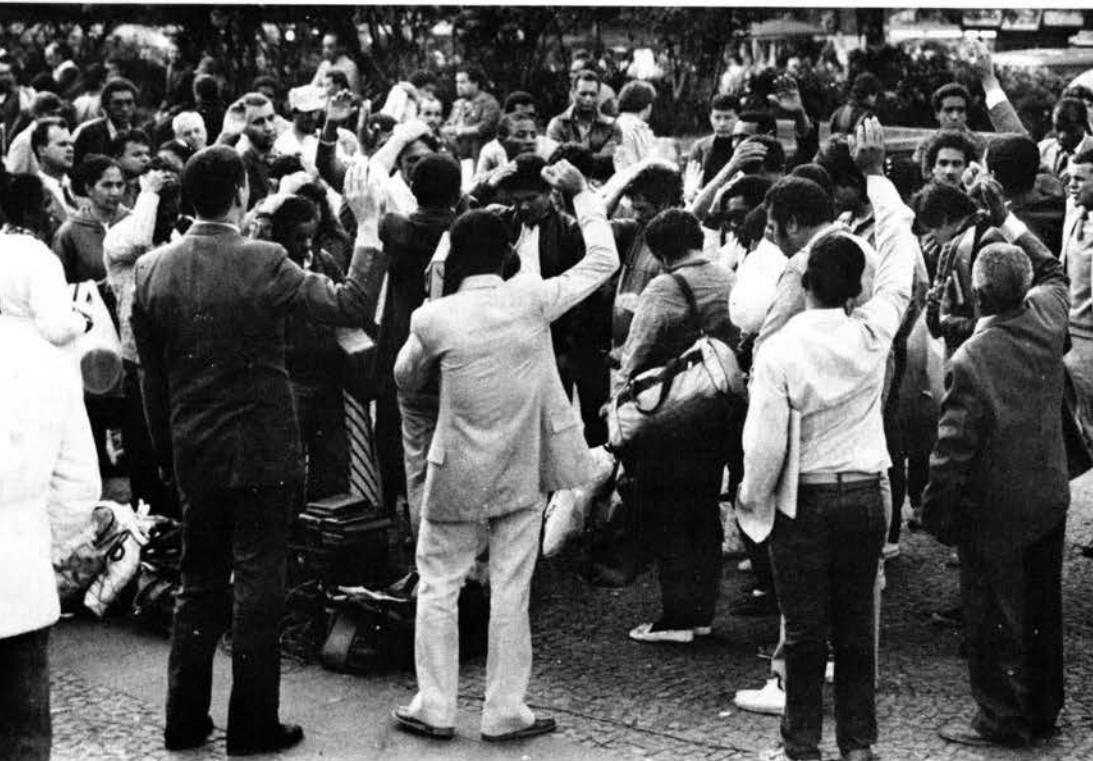
Cultura religiosa de massa. Na esfera dos pentecostalismos, se sobressaem os empenhos de elabora-

ção e disseminação de uma cultura religiosa de massa, isto é, uma modalidade de cultura religiosa apta ao consumo do mais amplo espectro possível de pessoas, na maior parte dos estamentos sociais.

Como se sabe, a massificação que as propostas religiosas pentecostais ensejam, vai ao encontro dos modos de reestruturação da personalidade e de valores que as pessoas são compelidas a efetuar no contexto urbano-industrial. Assim, a adesão individual é parte constitutiva e imprescindível. Este fator já introduz um diferencial, porquanto a conotação mais comum do vocábulo massa indica condutas amorfas e indistintas. No decurso da massificação, mesmo em torno a bandeiras coletivas, o que antes se verifica é uma acentuação da individualidade.

Nisso reside o substrato da grande estratégia das agremiações eclesiásticas pentecostais e neodenominacionais, em amealhar mais e mais espaços nos meios de comunicação. Isto torna imperativo que os pentecostalismos formulam uma mensagem religiosa marcada pela simplificação dos conteúdos, na busca de um mínimo denominador comum, desprovido de variações significativas.

Com isso, produzem uma cultura religiosa massiva, qual seja, a da obtenção de respostas aos estímulos, simultaneamente, inde-



Douglas Mansur

pendentes (devido ao realce da individualidade) e semelhantes (porque massivas). Melhor dito, trata-se de uma sistemática que conduz a uma autonomia aparente, posto que pressupõe a existência de autoridades que cuidadosamente organizam e controlam as mensagens.

Controle da mensagem. Vale sublinhar que o controle da mensagem por parte de dirigentes credenciados não contraria as características principais da comunicação de massa, a saber, a diversificação e a fragmentação. Basta examinar a programação pentecostal e neodenominacional nos diversos canais de televisão para se confirmar essa assertiva. A receita da comunicação massiva é seguida rigorosamente, por sinal, com qualidade técnica cada vez mais aprimorada.

No entanto, existe outro aspecto a ser destacado. Referimo-nos a uma relação ainda pouco trabalha-

A massificação que as propostas religiosas ensejam vai ao encontro dos modos de reestruturação da personalidade e de valores que as pessoas são compelidas a efetuar no contexto urbano-industrial

da pelos estudiosos: o desiderato dos pentecostalismos em forjar uma imagem junto à opinião pública em geral, que ao fim e ao cabo viria a se constituir num anáptero adicional na luta pela conquista da hegemonia do campo religioso brasileiro.

A propósito, no cenário do capitalismo tardio, não existe diferença substancial entre as lógicas de difusão de um bem de consumo e de uma opinião. Ambos devem se-

guir os mesmos cânones publicitários. Afinal, ambos deverão ser consumidos pelo maior número possível de pessoas.

As mensagens em geral, e as opiniões em particular, ingressaram definitivamente para o terreno das "imposições persuasivas". Persistindo na analogia entre o consumo de bens e de opiniões, é pertinente reportar àquele postulado, segundo o qual, o valor econômico de um bem está subordinado ao seu uso. Da mesma forma, o uso social de uma opinião estabelece a sua veracidade. Os pentecostalismos estariam apostando em fazer prevalecer não somente as suas concepções religiosas, mas também as de cunho ético, estético e político.

Reordenamento. No campo religioso brasileiro, verifica-se uma transição, que reordena os conteúdos da matriz religiosa com inovações que desbancam aquilo que

era tradicionalmente aceito. É oportuno sublinhar que não se trata, de fato, de uma mudança, mas sim de um reordenamento subordinado a novos critérios.

Em virtude disso, os pentecostalismos estão se apropriando de símbolos originalmente não-evangélicos, e explorando a religiosidade latente do inconsciente coletivo. Nesse quadro, vale advertir, a veiculação, o uso e a formação de opiniões, como parte de um fenômeno global de consumo, desempenham um papel de grande relevância estratégica.

O exemplo mais eloquente é a "Oração das Seis" (na TV Record), quando o pastor convida fiéis de todas as religiões a participem, e tem como melodia de

Assumiam-se como representantes de uma minoria religiosa, porém, ao mesmo tempo, como portadores de uma bagagem axiológica comum à maioria da sociedade brasileira; aliás, com grande parcela de razão.

Estratégia. Em suma: os pentecostalismos, para além da tática

*No cenário
do capitalismo tardio
não existe diferença
substancial entre
as lógicas
de difusão de
um bem de consumo
e de uma opinião*

O NEOPENTECOSTALISMO

O Neopentecostalismo é um ramo do Pentecostalismo. As igrejas são autônomas. Cada denominação provê material para suprir as próprias necessidades a fim de se desenvolver e crescer em número de templos, centralizando a administração.

Inspirados no exemplo dos líderes, mais e mais pastores nascem com o desejo de também serem expoentes nos seus ministérios. Com a evangelização de massa simultânea, por intermédio dos meios de comunicação modernos e informatizados; propagam cura divina, prosperidade financeira, libertação de demônios e poder sobrenatural da fé; atraem os marginalizados pela sociedade: prostitutas, assassinos, homossexuais, ladrões, doentes assim como adeptos insatisfeitos com suas seitas ou religiões, e pessoas com a vida destruída.

Porque usam os meios de comunicação existentes, são chamadas de igrejas eletrônicas; dentre elas, a Igreja Internacional da Graça de Deus, Nova Vida, Universal do Reino de Deus, Casa da Bênção, Deus é Amor, Comunidade Evangélica, e Associação Missionária Maranata.

Fonte: Artigo de Luiz Cláudio de Almeida, publicado na Folha Universal de 11/junho/1995.

fundo a Ave-Maria! Tal intercurso simbólico seria impensável no contexto evangélico tradicional, e mesmo no domínio do Pentecostalismo Clássico.

Outro exemplo seria o das declarações de parlamentares evangélicos, majoritariamente de procedência pentecostal, quando defendiam certos princípios morais.

inicial de difusão do sistema religioso *stricto sensu*, têm mobilizado mutidões para fins políticos, filantrópicos, e mesmo para expressões de religiosidade que extrapolam as suas respectivas limitações doutrinárias; tudo isso revela o grande investimento no sentido de forjar uma imagem positiva perante um grande público. Com esses

exemplos quisemos ilustrar as peculiaridades da estratégia dos pentecostalismos em relação ao conjunto da sociedade.

Recapitulando: a) quanto aos adeptos — um processo de massificação, por meio da consolidação de uma cultura religiosa de tipo massivo; b) quanto à sociedade circundante — veiculação de mensagens, consoante às regras da comunicação massiva, com os meios apropriados e o devido aparato técnico, engendrando assim uma rede muito mais ampla.

Assim sendo, pode-se dizer que, entre os vários objetivos dos pentecostalismos, encontra-se o de produzir e sustentar, tanto uma nova cultura religiosa de massa, quanto constituir para si um público. Este concebido aqui como uma coletividade cuja coesão dá-se, quase que exclusivamente, no plano do imaginário.

Receio que a problemática que este artigo pretende enfocar se afigure muito mais complexa do que possa parecer. Convém dizer que apenas desejamos introduzi-la. Ademais, seria bastante precoce arriscar vaticínios sobre os destinos religiosos e políticos de toda esta estratégia.

Levando em conta o papel que vêm desempenhando no panorama internacional os fundamentalismos — entre os quais se inscrevem pentecostalismos —, cremos que seria bastante prudente um exame mais detido e isento da grande temática, qual seja, a dos laços entre Pentecostalismo e Massa. Mas esta é outra discussão.

José Bittencourt Filho, teólogo, mestre em Ciências da Religião, integrante da equipe de coordenação de KOINONIA.

RELIGIÕES E MEIOS DE COMUNICAÇÃO POSSIBILIDADES NA CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA

Alexandre Brasil Fonseca

O uso que as religiões vêm fazendo dos meios de comunicação é analisado em de duas abordagens: da programação religiosa na TV do Rio de Janeiro e a busca das principais motivações para o uso da mídia pelas diferentes igrejas. O artigo aponta para as possibilidades desses programas religiosos darem voz aos setores marginalizados e dessa forma contribuírem para o processo de formação da cidadania

“A democracia é que desenvolve o mundo e ela se constrói com e através da comunicação.”

Herbert de Souza

A tecnologia oferece aos meios de comunicação várias opções, desde o acessível *radinho de pilha* até a sofisticada *internet*. Por meio desses meios são propagadas inúmeras informações, ondas que caminham pelo ar, atendendo a todos os gostos e, principalmente, a todos os bolsos. Esta realidade é ainda mais marcante nas chamadas *sociedades complexas*, onde os indivíduos são atingidos constantemente por uma variada gama

de informações, e a heterogeneidade é marcante. Vivemos numa sociedade repleta de *tribos*, grupos que, talvez, nos seriam ocultos, mas que são *socializados* pelos meios de comunicação.

Explosão televisiva. A TV carioca vive uma enxurrada de *programas religiosos*. O monitoramento da programação nos revela um impressionante número de horas desses programas, ainda mais se compararmos com os dados de vinte ou dez anos atrás (quadro 1).

Inicialmente a TV era um *território* católico. A arquidiocese do Rio é responsável há 28 anos pelo programa “Santa Missa em Seu Lar”. Na década de 1980 o espaço já se encontrava um pouco mais concorrido, a então iniciante Igreja Universal promovia o “O Despertar da Fé”. A Igreja da Graça e *eletônicos* como J. Swaggart completavam as opções pentecostais. Entre os evangélicos tradicionais havia o pastor Fanini, responsável pela primeira e fracassada emissora evangélica de TV, e o rev. Caio Fábio, expoente do *evangelicalismo* (segmento evangélico que segue a “Teologia da Missão Integral”), com seu programa “Pare e Pense” da Visão Nacional de Evangelização (Vinde). Nessa época a Renovação Carismática Católica iniciou o seu “Anunciamos Jesus”, que inicialmente foi apontado como “fora da linha da Igreja”, mas que, após sofrer ajustes no conteúdo, foi mais bem aceito pela hierarquia católica.

No início dos anos de 1990 aparecem novidades, especialmente os programas que se designaram pela marca *gospel*. Atualmente o número de programas religiosos é surpreendente, são 32 programas, enquanto em 1975 eram apenas 3. Além de muitos, os programas são bem longos, e invadidem as madrugadas. A compra da Rede Record pela Igreja Universal foi um dos principais fatores desta inflação. Em 1983 a igreja ocupava 3 horas por semana da programação, atualmente ela transmite em duas emissoras 49 horas de programação religiosa por semana! Dos programas religiosos transmitidos pela TV no Rio de Janeiro quase dois terços são iniciativa de grupos pentecostais.

Outra novidade são os programas produzidos por candomblecistas. São dois, o programa “Reflexão” do babalorixá Josemar D’Ogum e o *By African Rio* do Ocum Jobi. Apesar de serem realizados no mesmo formato, uma sala decorada com símbolos *afros* e onde um casal se responsabiliza pela apresentação, o programa *By African Rio* se define como um movimento que busca “mostrar à sociedade comum a verdadeira origem do Candomblé, sua verdadeira força”. Já o programa “Reflexão” tem o objetivo de ser educativo, são respondidas as dúvidas daqueles que enviam cartas. Questões do Candomblé são tratadas de forma direta, ficando claro o caráter religioso. No *By African Rio* a ligação com a religião não é tão ex-

CAMINHO EM DIREÇÃO ÀS MASSAS

Os meios de comunicação foram, são e serão, sempre, a grande alavanca para a Vinde. Porque é através do programa 'Pare e Pense' que as idéias tanto do pastor Caio Fábio como as dos que pensam como ele, os ditos 'evangelicais', chegam à massa.

O papel de uma rádio ou TV evangélica sempre é divulgar a mensagem de Jesus Cristo. Mas o que isto significa? Isto significa, por exemplo, um compromisso com a questão de cidadania no País, pois a mensagem de Jesus Cristo passa necessariamente pela emancipação do ser humano. Significa um compromisso com os desfavorecidos, os excluídos, portanto um compromisso com a justiça social. Significa um compromisso com o espírito democrático, com o fato, com a divulgação da notícia, da forma mais clara possível. A TV evangélica tem também como objetivo básico ser uma alternativa pedagógica, de ajuda ao cidadão, de maneira que ele se emancipe, que ele desenvolva senso crítico.

O nosso projeto é divulgar a mensagem do Evangelho o máximo possível, mas não de forma massificadora. Que nós estamos querendo dizer para a sociedade moderna? É que uma cidade não precisa ser uma massa amorfa, uma multidão não precisa ser uma aglomeração de gente lutando no dia a dia. Uma multidão pode ser um encontro de várias comunidades, celebrando juntas a vida.

Ariovaldo Ramos, pastor, superintende geral da Área Ministerial da Vinde, responsável pelo programa de TV "Pare e Pense" e proprietária da rádio "Vinde Brasil AM".

plícita, há uma "amenização" do fator religioso, sendo classificado como um programa *cultural*.

Os programas católicos produzidos pela arquidiocese do Rio de Janeiro dividem-se em dois momentos. A transmissão ao vivo de uma missa e a divulgação de notícias do "mundo católico". Nesses programas também há um espaço onde o cardeal do Rio de Janeiro transmite uma pequena mensagem. Além desses programas, existem os da Renovação Carismática Católica (RCC) e da Associação Palavra Viva (APV). Os programas da RCC possuem um

formato ágil, em que é encenada a vida de Jesus. Já os programas da APV são filmetes que abordam questões religiosas a partir do dia a dia.

Entre os programas evangélicos há uns quatro modelos. Na maioria ocorre a transmissão de cultos ou a pregação dentro de um estúdio. As variações ocorrem por meio de entrevistas ou testemunhos e pela apresentação de *clips*. Tanto os programas da Igreja Universal como o programa "Pare e Pense" da Vinde inovam nas produções, utilizando mais imagens externas, com espaços em formato jornalístico ou na forma de documentário.

Motivações apresentadas. A partir das entrevistas realizadas é possível apontar pelo menos três motivações para o uso dos meios de comunicação por essas três religiões. Em primeiro lugar foi apontada a necessidade de adaptação ao momento que vive a sociedade. A evolução dos meios de comunicação deve ser introduzida no *fazer* das religiões: "Hoje vivemos numa outra era, que é a era da informação e não dá para tapar o sol com a peneira, você tem que se adequar", pois o "uso de rádio e de televisão são os sinais dos tempos, uma evolução do modo de veicular a informação".

Em segundo lugar o discurso de todos os entrevistados aponta para o papel dos meios de comunicação como instrumento de "divulgação da mensagem", divulgação que ocorre com duas intenções: uma na busca de conseguir novos adeptos; e a outra para a manutenção e para esclarecimento dos atuais. A lógica de divulgação é bem mais forte entre os evangélicos, enquanto o papel esclarecedor se encontra mais no discurso dos candomblecistas. Os católicos ficam como numa espécie de meio termo.

Os programas de Candomblé pressupõem uma audiência senão

já iniciada e praticante, pelo menos inserida em algum nível em suas práticas religiosas. São tiradas dúvidas rituais, explicadas com termos de uma linguagem bastante peculiar da religião. Os programas católicos também se apresentam mais num formato de "manutenção do rebanho". Porém a intenção de "evangelização" vem ganhando mais espaço, numa espécie de reação às transformações do campo religioso.

A programação evangélica aponta para um caminho totalmente oposto ao do Candomblé. Os programas são feitos como se toda a audiência não fosse adepta

Os meios de comunicação servem para marcar poder dentro das religiões, reafirmar lideranças graças à projeção alcançada

da religião, o que leva, geralmente, a um constante proselitismo.

A terceira característica é que os meios de comunicação auxiliam na construção de uma comunidade de fé mais ampla, alargando as referências e o conhecimento de seus pares, criando um escopo maior de cooperação e irmandade. Esse efeito é especial em relação às rádios. Numa rádio evangélica, por exemplo, proliferam programas de dezenas de denominações, assim os ouvintes têm a oportunidade de conhecer um pouco de "outros irmãos". Uma forma de romper barreiras e aproximar pentecostais e tradicionais. Numa rádio católica as pessoas têm a oportunidade de ouvir notícias de várias pastorais ou paróquias; e no Candomblé são realizados constantemente convites para vários tipos de festas.

PROGRAMAS RELIGIOSOS DE TELEVISÃO NO RIO DE JANEIRO

Tempo de programação

1 a 7 set 1975	1:10 h
16 a 22 set 1983	14:25 h
1 a 7 set 1985	11:50 h
17 a 23 out 1992	44:38 h
21 a 27 mai 1995	107:45 h

Fonte: 1975/1992 – RUUTH, Anders. *Gudsrikets Universella Kyrka – en brasiliansk kyrkobildning*. Almqvist & Wiksell International, Estocolmo-Suécia. 1995; 1995 – Autor.

Para além do dizível. Além desses motivos explícitos também podemos pensar sobre as *motivações indizíveis* que levam este segmento da sociedade a se dedicar tão ativamente no uso dos meios de comunicação. O prof. Wilson Gomes indica quatro características dos meios de comunicação: primeiramente eles são instituições comerciais que, inseridos numa economia de mercado, buscam sua manutenção financeira; outro aspecto aponta para sua função de entretenimento, que, para tanto, deve ser algo interessante; uma terceira aponta para a necessidade de se dominar o sofisticado sistema expressivo e tecnológico que é inerente aos meios de comunicação; por fim a questão da concessão pública aponta toda a esfera política que envolve esta discussão, caracterizando os grupos que dominam este meio com um tom que vai muito além de meros instrumentos para a divulgação de informações, mas sim fortes instituições com políticas próprias, que retiram qualquer possibilidade de uma suposta neutralidade.

Duas *motivações não-dizíveis* surgem a partir das questões expostas acima: o aspecto político e comercial. Com um público crescente, os evangélicos são uma fa-

tia de mercado aberta para o consumo e responsável pelo enriquecimento de alguns empresários. Todo o comércio *gospel* é um exemplo disto. Paralelamente, parece que a grande imprensa também passou a tratar positivamente alguns setores evangélicos. Há poucos anos, ser evangélico era alvo de acusações, a evidência da Igreja Universal desencadeou um turbilhão de generalizações que somente foram relativizadas recentemente. Talvez, como aponta o sociólogo Paul Freton, este recente interesse da grande imprensa seja um reflexo da descoberta do fato que os evangélicos são um mercado em potencial.

Outro ponto fundamental *não-dizível* é a questão do poder. Os meios de comunicação servem para marcar poder dentro das religiões, conseguir liderança graças à projeção alcançada. Nos programas de Candomblé o apresentador salienta que não gosta de falar mal de seus irmãos, mas acaba “sendo obrigado” a apontar incorreções rituais praticadas por outros *zeladores de santo*. Já para os evangélicos os meios de comunicação são responsáveis pela criação de uma expressão religiosa específica, que congrega características de diversos grupos, sendo criadas verda-

deiras “lideranças transdenominacionais”.

Outro aspecto relacionado ao poder é que esses grupos são colocados à margem dos noticiários. A necessidade de se fazer presente através dos meios de comunicação é uma realidade que a cada dia as “esquerdas” e os movimentos sociais têm mais claro. É o poder da informação. O uso de rádio e TV pelas religiões serve para marcar presença dentro da sociedade. Isto ocorre especialmente com a Igreja Universal que fornece a seus fiéis todo um suporte de informação paralelo. Há rádios, uma rede de TV e um jornal, funcionando como contra informação àquilo de negativo veiculado sobre a igreja. Assim, os programas religiosos

Meios de Comunicação e Católicos

ESPAÇO DE CONFORTO E INFORMAÇÃO

Em relação ao objetivo de uso dos meios de comunicação teríamos dois aspectos: um espiritual e outro informativo. Tanto a rádio como a TV ao transmitirem a missa servem como um conforto espiritual às pessoas idosas ou àquelas presas em hospitais, impossibilitadas de se locomoverem até uma igreja.

Por outro lado, a comunidade também é informada por meio dos programas. Buscamos apresentar as informações de maneira que consigamos levar também formação espiritual. Através das informações realizamos catequese, evangelização e doutrinação. Outro aspecto da rádio é o auxílio que ela presta ao trabalho de párocos e capelães, por meio da rádio todas comunidades se tornam unidas. As informações de cada paróquia são divulgadas, socializadas para todos. Você pode colocar no ar uma fala do papa e aí todos ouvem, sendo um forte aliado para a evangelização e catequese. Muitos dos que estavam afastados retornam, alguns voltam a rezar o terço, freqüentar as missas, fazendo parte tanto da comunidade local como da comunidade diocesana por meio das informações e mensagens veiculadas pela rádio.

Adionel Cunha, assessor de imprensa do Cardeal do Rio de Janeiro, diretor geral da rádio “Catedral” e do programa de TV “Santa Missa”.

apresentam a versão dos "nativos" sobre temas que às vezes são desvirtuados ou ignorados pelos grandes meios de comunicação.

A relação entre o poder público e os meios de comunicação é notória. Quem usa os meios de comunicação também gostaria de ser dono, como frisou um dos entrevistados: "Deve-se usar os meios de comunicação, mas creio ser igualmente importante tê-los, é muito difícil você colocar numa emissora aquilo que você quer". No Brasil, para se conseguir uma concessão de rádio ou TV é fundamental o trabalho político. Sómente o governo libera esse uso, e caso não se tenham as relações certas, tal objetivo se torna impossível. Por outro lado, um em cada seis deputados federais controla uma

rádio ou uma TV. Assim, os meios de comunicação têm uma relação intrínseca e circular com o poder, "elegem" deputados e para conseguilos deve-se "ter" deputados.

Comunicação, religiões e cidadania. As possibilidades existentes para o uso pelas religiões dos meios de comunicação são várias. Elas podem vir a ter importante papel no processo de democratização da informação em nosso País. Para tanto é fundamental que esse uso não esteja puramente ligado a desejos proselitistas, politiqueiros ou comerciais. Certos espaços que existem na *programação religiosa* são capazes de dar voz a setores marginalizados. No caso da Operação Rio, por exemplo, quando as tropas militares subiram os morros, e, paralelamente, a campanha "Rio Desarme-se" também realizava sua *invasão*, foi mostrada uma realidade às vezes bastante distinta daquela dos noticiários tradicionais. Ou por outro lado, no caso da programação da Igreja Universal onde podemos perceber um contraponto das abordagens que a atacam, tendo uma versão distinta de certos fatos em seu noticiário. Isso possibilita um interessante exercício, tendo em mente que obviamente não se acha a *verdade* em nenhuma das partes, mas que assim é possível ter acesso a um maior leque de interpretações e abordagens. Certamente seria bem mais fácil para os petroleiros recentemente em greve negociarem com o governo se possuíssem uma emissora mais "simpática" às suas reivindicações, transmitindo sua versão dos fatos.

A postura da Igreja Universal nos oferece um exemplo: não basta simplesmente apresentar contra-informações, mas é necessário que estas sejam vistas e ouvidas. É necessário qualidade. Assim, a TV Record vai deixando de lado qualquer "amarra religiosa", compe-

tindo com as outras emissoras, como afirmou seu diretor de programação e operações: "Os proprietários são religiosos, mas a TV não é a igreja, e podemos fazer uma emissora forte e de prestígio".

Preocupadas em transmitir uma mensagem de vida relacional, é fundamental que as religiões relativizem constantemente o uso dos meios de comunicação, para que sua mensagem não seja apenas mais um produto oferecido à massa. A mensagem de "fazer o bem", a "evangelização" ou o "amar ao próximo" deve repercutir numa vida comunitária, oposta ao que os meios de comunicação oferecem, sendo seu formato apontado pelo sociólogo Richard Sennett como um dos principais responsáveis pelo "declínio do homem público", da vida em sociedade, já que estes "tornam o contato efetivo entre os homens desnecessário", dando-nos a impressão de que conhecemos o outro pelo estoque de conhecimentos oferecidos por esse meio.

Uma enorme responsabilidade se apresenta para os grupos religiosos. Aproveitar todas as possibilidades dos avanços tecnológicos sem prejudicar os conteúdos é uma tarefa árdua que vem sendo posta em segundo plano, mas que merece urgentemente mais e melhores reflexões, que não percam de vista a qualidade e a acessibilidade a todos. Já passou da hora de aprendermos que espiritualidade, emoção, paixão, diversão, arte, e mesmo os meios de comunicação, não são antônimos da cidadania.

Meios de Comunicação e Afrobrasileiros

FUNÇÃO PEDAGÓGICA E DE DIVULGAÇÃO

O programa "Reflexão" tem como objetivo divulgar as boas coisas da religião, tirar dúvidas, levar o conhecimento do que é certo e do que é errado. O espiritismo é muito pejorado pelos protestantes e por outras religiões, assim o programa trás uma mensagem para que as pessoas saibam o que é o espiritismo em si, não só o candomblé, mas o espiritismo como um todo, englobando também a umbanda e o kardecismo.

A principal função de um programa de espiritismo deve ser divulgar a religião e tirar as dúvidas dos que assistem. Devemos procurar orientar, levar o conhecimento às pessoas, assim evitamos que muitos sejam enganados, porque em tudo na vida há o lado bom como também o lado mal. Então, existem aqueles zeladores de santo que procedem errado ou de má fé.

Os usos dos meios de comunicação quando são bem intencionados trazem um enriquecimento espiritual. Existem vários zeladores de santo com programas em rádios, todos estamos preocupados em trazer o conhecimento certo da religião.

Josemar D'Ogum, Babalorixá, presidente da JD Produções responsável pelo programa de TV "Reflexão".

Alexandre Brasil Fonseca, sociólogo e integrante da equipe de KOINONIA.

O EXÍLIO DE UMA ABELHA

Quando as vozes servem ao Espírito de Deus podem não servir a alguns espíritos humanos. Como o Espírito é Vento e vento espalha tudo, há pessoas que acabam não gostando do vento. Do Vento? Ivone Gebara se exila (é exilada). Chama-se isso de silêncio obsequioso.

Lamentamos o fato de ela ter que escrever esta parábola em forma de carta e esperamos que possa o mais cedo possível "retomar seus vôos por diferentes colméias".

Camaragibe, 30 de maio de 1995
Queridas amigas e queridos amigos,

Quero partilhar com vocês um acontecimento recente, mas que teve seu início faz já algum tempo. Esta abelha, amiga de vocês, vai ser mandada para longe de sua colmeia e de seu país porque é acusada de produzir um mel com sabor diferente das outras abelhas. Seu néctar é retirado através de um labor suado e apaixonante. Ela busca a deliciosa seiva das flores incomuns, multicoloridas, multidoríferas. Algumas vivem escondidas entre rochas, outras são nascidas em montes altos e outras ainda, extraordinariamente belas, se mostram apenas à noite, hora em que as abelhas normalmente já deveriam estar recolhidas.

A abelha atrevida adora freqüentar os jardins proibidos, conversar com as borboletas e com outros bichinhos confeiteiros de flores extraordinárias. Adora ouvir sons diferentes e sentir novos odores. O sabor de seu mel parece fu-

gir ao mel habitual, aquele que ao ser provado se pode dizer "isto é realmente mel". Seu mel tem algo que agrada a alguns e desagrada a outros. Alguns até dizem que seu mel não é muito científico, que não é preparado segundo a tradição milenar, que tem algo de inebriante e ao mesmo tempo desconcertante.

Algumas abelhas se incomodam com seu mel diferente; outras acham ótimo perceber a diversidade de sabores e odores trazidos para a colmeia. Há polêmicas freqüentes entre as abelhas sobretudo nos últimos tempos. Os zangões por sua vez, aqueles que têm a atribuição de proteger a autenticidade da produção do mel, estão cada vez mais descontentes. De muitos lados recebem denúncias sobre o sabor diferente do mel e temem que este confunda o sabor tradicional.

Para não expulsá-la de vez da colmeia, deliberaram paternalmente que a abelha atrevida deveria aprender de novo a retirar o mel das flores e conhecer de forma mais sistemática quais eram as flores adequadas para a produção do mel. Para isso tinha que ir para o "Velho Mundo", lugar máximo da sabedoria dos zangões. É de lá que vêm as ordens exatas para a escolha das flores e o método de como "produzir" o verdadeiro mel. "O nosso mel tem que ser puro e de única procedência", diziam os zangões interiormente enfurecidos, mas demonstrando sempre paternal proteção.

O dilema para a abelha era grande. Sempre vivera e trabalhara bem em sua colmeia. Agora tinha que aceitar de ir para longe por um tempo, repreender o que ela acreditava que em parte já sabia, ou então, seria expulsa de sua colmeia. Isto lhe parecia muito violento e injusto... até um abuso de poder.

Nessa hora, é claro, as opiniões se dividem. Algumas amigas diziam: "não aceite esta violência"; outras reclamavam: "não nos priva do sabor de seu mel"; outras acrescentavam: "saia de sua colmeia e venha conosco"; e outras mais, diziam: "você sempre poderá aprender algo das velhas colméias; o exílio pode ser um tempo de ricos encontros e aprendizado..."

E, nesse dilema cheio de boas razões de todos os lados, a abelha decide provisoriamente, sem muita clareza e com muita dor, o que lhe pareceu um caminho razoável no imediato. Vai acatar a ordem dos zangões e passar um tempo no "velho mundo". Vai provar outro mel, sentir o seu sabor, sua densidade, conhecer melhor seus métodos de fabricação... mas não permitirá que eles destruam seus segredos e sua alegria de viver.

Essa abelha aprendiz da vida lhes pede que compreendam porque não vai poder cumprir o compromisso que assumiu com vocês. Ela não quer perder o sabor de seu mel, sabor que tão arduamente continua aprendendo a fabricar com tantas mestras e mestres. Espera voltar em breve para o convívio das amigas e amigos e retomar seus vôos por diferentes colméias.

Durante este tempo de exílio e estudo ela conta com sua compreensão e amizade.

Se você quiser escrever-lhe a partir de meados de setembro o endereço provisório é: 133, Ave. Winston Churchill 1180 – Bruxelas/Bélgica.

Com carinho e gratidão envio-lhes meu beijo com sabor de mel.

Ivone Gebara, teóloga católica, está sendo "convidada" por autoridades de Roma, da Igreja Católica, a se afastar do Brasil.

O TELEFONE

São duas e meia da madrugada. Já faz três horas que estou travando uma batalha de seis contra a insônia: durante a insônia é contado em dobro. Tento, em vão, pôr um fim à baderna que as idéias resolvem fazer na minha cabeça. Mentalizo uma escuridão total, na esperança de que as idéias pensem que a festa acabou. Inutilmente. O baile continua. Pensamento pode ser coisa infernal, moto-contínuo, máquina que não pára. Por mais que supliquemos. Bastaria que ela parasse por um segundo apenas: seria o suficiente para que o sono viesse, como o seu abençoadão esquecimento. Mas a máquina de pensar não tem mais misericórdia.

Desisto da luta. Diz o ditado inglês: If you cannot beat them, join them... - Resolvo entrar no baile. Ponho-me a dançar com um telefone, pois foi com ele que tudo começou.

O dia tinha sido muito cansativo. Arrastei-me de volta para a casa, o corpo pedindo um banho, a boca pedindo sopa, pão com alho e tomate, os olhos pedindo momentos de doce torpor hipnótico diante da televisão. Depois, o sono. Às dez e meia eu já estava dormindo.

Mas meu nirvana durou pouco. Logo souou a campainha do inferno, acordei assustado sem saber que horas eram, telefonema no meio da noite só pode ser coisa ruim, que teria acontecido? O coração acelerado, tirei o fone do gancho:

—Alô!

—É o Rubem?

A voz, do outro lado, era leve e tranqüila. Vi logo que coisa grave não seria.

—Sim, é o Rubem...

—Que alegria! —A pessoa se identificou. Era gente querida, que chamava de muito longe.

—Eu estava lendo um livro seu, me senti com saudades, resolvi telefonar. Não tenho nada de especial para dizer. Só queria ouvir a sua voz.

Conversamos um pouquinho, meu coração comovido com aquela prova de amor. Mas meu corpo estava bravo. Por mais que eu argumentasse ele não se conformava de ter

sido arrancado do sono. Tentei acalmá-lo, mostrando que não havia razão para tanta bravura. O melhor seria voltar para a cama e dormir. Afinal de contas, não era tão tarde assim, apenas onze e meia. Ele me disse que não aceitava explicações. E, como prova de sua raiva, jogou areia e pimenta nos meus olhos.

Tentei argumentar de novo. Citei Santo Agostinho: "Ama e faze o que quiseres." Até aquele momento esta fórmula ética tinha sido, para mim, absoluta. O argumento se desenrolava como um silogismo. Aquele telefonema fora fruto do amor. Conclusão: estava, portanto, moralmente justificado. Mas meus olhos cheios de areia e pimenta retrucaram:

—Agostinho só disse isso porque na casa dele não havia telefone. Se houvesse a sua máxima teria sido um pouquinho diferente: "Ama e faze o que quiseres. Mas, no caso do ato de amor ser um telefonema, por favor, vê antes que horas são!".

Entreguei os pontos, convencido. Abandonei-me à raiva daquela insônia. Atos de amor por vezes são terríveis. E me pus a pensar sobre esse tirano, o telefone.

Alguns cientistas têm estado a debater se telefone celular causa ou não câncer. Como estão equivocados! A verdade é o oposto. É o câncer que produz o telefone celular. Telefone celular é uma doença, evidência de perturbação mental. Pois só pode ser louco quem quer carregar um chato a tiracolo.

Para início de conversa, é o tipo mais mal-educado que conheço. A gente ensina aos filhos boas maneiras, pedir licença, não interromper a conversa. Para o telefone isso não vale. Invade casa e quarto a qualquer hora, aos gritos, sem pedir licença, em completa desconsideração por aquilo que se está fazendo, pouco lhe importando que a pessoa esteja dormindo, no banheiro, trabalhando, rezando ou fazendo amor, e só pára de gritar quando seu desejo é atendido. O ato de atender ao telefone, parece-me, dá ao outro a impressão de que estávamos ali, à espera, com todo o tempo do mundo disponível.

E o pior é que todo mundo obedece. Já repararam o pandemônio que ele cria numa casa com seus gritos histéricos? É como se ele fosse um rei, cujas ordens têm de ser obedecidas imediatamente.

E, depois, vêm os insultos. Para mim, o mais detestável é quando a telefonista atende e diz: "Um momentinho só!" E, sem nos consultar, põe o fone sobre um rádio. E ali fico eu, sem alternativas, obrigado a ouvir anúncios, música caipira ou rock, pois, se não o fizer, não saberei quando a pessoa atende. Há também a situação inversa, quando o outro nos chama e a telefonista diz: "Um momento, por favor!" Aí, toca a procurar a pessoa que fez a chamada que, naquele momento, deve estar num outro lugar e que imagina que o seu tempo é precioso demais para esperar, somos nós, desocupados, os que temos que ficar esperando. Mas isso eu resolvo fácil. Conto até dez e desligo. Se chamar de novo digo que a linha caiu.

Depois dos insultos, as humilhações.

A telefonista atende, digo com quem desejo falar e ela pergunta "de onde?". Fico perplexo. Desde quando deixei de ser uma pessoa para transformar-me num lugar? Pois a pergunta "de onde?" pressupõe que o que importa, o que me define, é o lugar onde estou. Sou onde estou! Que filosofia besta! Resolvo brincar. À sua pergunta sobre o "onde" respondo com o meu endereço. "Não, não", ela me interrompe, espantada com a minha burrice. "O nome da sua firma..." Pergunto de volta: "E se eu não tiver firma..." E ela se cala. Não lhe ensinaram como proceder em tal situação. Ela não sabe o que fazer quando, do outro lado da linha, quem fala é uma pessoa e não um lugar.

Estou com raiva do telefone. A pimenta e a areia transbordaram dos olhos. Entraram nos pensamentos. Vou voltar para a cama, na esperança de poder dormir e desejoso de que não haja outro telefonema de amor que me acorde.



IMPRESSÕES SOBRE A SITUAÇÃO ATUAL DE NICARÁGUA

**“A FLOR MAIS LINDA
DO MEU QUERER”**

Claúdio de Oliveira Ribeiro

*O que está acontecendo na Nicarágua?
E a Frente Sandinista?
Qual é a posição e o papel das igrejas na atual conjuntura?
Quais as perspectivas para as próximas eleições?*

É possível que boa parte das pessoas que agora lêem este texto, ao menos por uma vez, tenham ouvido a canção que serve de título (apenas um verso) a este artigo. Ela e tantas outras motivaram, no Brasil e em outros países, manifestações, atos de solidariedade, documentos de apoio e celebrações. Recordo-me, aos dezesseis anos, recém-ingresso na faculdade e repleto de entusiasmo, mobilizado pelas novas perspectivas políticas que se abriam com o triunfo sandinista na Nicarágua. Esta, creio, ter sido a experiência de muitos em nosso País.

Outros dezesseis anos se passaram. A Frente Sandinista perdeu o governo do País, o processo político tornou-se ainda mais complexo, as propostas econômicas de reajuste neoliberal passaram a contrair canais institucionais de negociação. Somam-se a isto as evidências de corrupção no interior

da Frente, sua divisão interna e uma onda de frustração para todos aqueles que, entre militantes e pessoas comuns do povo, dedicaram seus esforços ao processo revolucionário.

CINCO ANOS DE VIOLETA

Nas ruas, há aqueles que falam ter votado pela paz (por Violeta), outros, pela paz com justiça (pela Frente). O fato é que os indicadores mostram que de 1990 para cá não houve melhorias no campo social. Houve, ao contrário, um crescimento negativo da economia, com consequências na renda *per capita*. As exportações de 1994 são menores do que em 1989. A situação de desemprego, que em 1989 era de 300 mil, em 1994 encontra-se em 700 mil.

Os dados oficiais do governo mostram que a taxa de pobreza, que em 1989 era de 69%, aumentou para 74% no ano passado. E mais grave do que isto é o aumento vertiginoso da taxa de extrema pobreza que encontrava-se em 16% em 1989 e chega a 44,5% em 1994. A situação é grave. Os 35 dólares por pessoa aplicados em 1989 no setor de saúde resumem-se, em 1994 a 16.

Estes dados ganham maior realce se considerarmos dois aspectos. O primeiro reside no fato de que os investimentos de cooperação internacional para o novo governo quase triplicaram (US\$ 280 milhões em 1989 para US\$ 700 mi-

lhões em 1994). E, em segundo lugar, a inexistência de mobilização política, especialmente partidária, em torno destes dados.

POSIÇÃO DOS SANDINISTAS

Da parte da Frente Sandinista não há uma política ante a situação que o País enfrenta. Anteriormente, no momento que se seguir à eleições, algumas lideranças sandinistas emprestaram certa base social ao novo governo como tática de conciliação e de garantia das conquistas. Essa tática tornou-se como uma estratégia e aos poucos foi perdendo consistência política, aumentando a indefinição, a imobilização e a divisão interna. É certo que no período 1992/93 houve novas articulações, em especial de centro-esquerda, motivadas sobretudo pela derrota de George Bush nos EUA e por outros fatores nacionais. Todavia, o ano de 1994 trouxe o começo do cisma dessas articulações.

A Frente Sandinista dividiu-se com o Movimento de Renovação Sandinista (MRS). Ainda em 1995 deverão ser concluídas as etapas de consolidação e de identificação desse movimento como expressão política autônoma. São esforços de revisão, de reaglutinação de forças e de retomada do carisma sandinista. À frente do MRS está a pessoa de Sérgio Ramírez.

O restante da Frente mantém-se ainda marcado por visões de natureza mais ortodoxa e por perplexi-

de certo favorecimento do governo em relação à universidade católica e na reconstrução da Catedral. Isto não ficou isento de críticas, o mesmo acontecendo com as propostas de obrigatoriedade do ensino religioso (católico) que até o momento não encontrou condições viáveis.

Em relação aos conflitos, uma das avaliações é que, pelo fato da hierarquia católica não ter mais centralizado suas atenções na crítica ao governo, as baterias voltam-se para o interior da própria Igreja. Com isso, os grupos anteriormente denominados como "Igreja Popular" recebem ainda maior carga coercitiva e mesmo repressiva.

Na confluência dos percalços oriundos dos processos políticos e eclesiásticos, boa parte das lideranças cristãs estão dispersas. Os sacerdotes Ernesto e Fernando Cardenal e Miguel D' Escotto afastaram-se da Frente e atuam, quando o fazem, em iniciativas lo-

Na confluência dos percalços oriundos dos processos políticos e eclesiásticos, boa parte das lideranças cristãs estão dispersas

calizadas, de pequeno porte e pouco articuladas.

No campo protestante, o perfil segue o ritmo bastante comum dos demais países latino-americanos. Um forte crescimento, em especial das igrejas de corte pentecostal, nos setores empobrecidos, devido a razões culturais e religiosas diversas. São emissoras de rádios, programas evangélicos na televisão, formação de novas igrejas e concentrações massivas com o discurso religioso evangelístico característico dos pentecostais. Um fato novo encontra-se na faci-

dades. Ela certamente não está isenta de muitas tensões e de contradições. Parece haver, ao menos, três tendências neste quadro. Há, no interior da Frente, aqueles que não mais comungam dos ideais que identificaram a proposta sandinista. São pessoas e grupos que, nos espaços de sua atuação política, até mesmo protagonizam iniciativas de reajuste do neoliberalismo. Um exemplo desta perspectiva é a Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos (UNAG), anteriormente canal privilegiado das lutas sandinistas. Na linguagem popular recorrente, são os que "se tornaram capitalistas".

Há um segundo grupo que ainda ocupa postos administrativos, como alguns chefes de departamentos. Mantêm os ideais políticos, mas vivem as contradições próprias da burocracia e da falta de um projeto global de atuação. O terceiro grupo, o mais numeroso, reúne pessoas e setores políticos desprovidos de propostas. Aqui encontra-se o ex-presidente Daniel Ortega.

ASPECTOS DA SITUAÇÃO ECLESIAL

Já é sabido que nas eleições de 1990 setores importantes das igrejas estavam identificados com o sandinismo e que o setor hierárquico da Igreja Católica encontrava sintonia ideológica com o novo governo. Hoje, há ministros do governo de Violeta ligados ao movimento carismático católico, além

NICARÁGUA



Nome oficial: República da Nicarágua

Capital: Manágua

Área: 148.000km²

Situação geográfica: Centro-Oeste da América Central

População: 4.131.000 habitantes (sendo 59,8% urbanos)

Composição demográfica: mestiços, 77%, brancos, 10%, negros, 9%, ameríndios, 4%.

Crescimento demográfico anual: 3,4%

Natalidade: 37 por 1000

Mortalidade infantil: 60 por 1000

Analfabetos: 19%

Governo: República presidencialista

Regime partidário: pluripartidarismo

Religião: catolicismo.

Economia: agricultura, 30,2%, indústria, 20,6%, mineração, 0,6%, comércio, 22,3%, serviços, 26,3% do PIB.

Produtos principais: café, algodão, cana-de-açúcar, banana, milho, feijão, arroz, tabaco, madeira.

Força de trabalho: 1,4 milhão (na agricultura: 32,4%)

Desemprego: 60%.

Fonte: Almanaque Abril/1994 e Atlas Geográfico Mundial da FSP.

lidade inexistente no governo anterior da inserção de grupos evangélicos ligados direta ou indiretamente com a bem conhecida "direita evangélica" norte-americana. Esse fator comum nos demais países da América Central exceto na Nicarágua junta-se a outros, para animar o crescimento desses grupos pentecostais.

As práticas ecumênicas perderam, gradativamente, o vigor; embora ainda se constituam como bolsões fortes de resistência utópica e de trabalho, especialmente o

Há um sentimento de vazio e de nostalgia na maior parte dos líderes cristãos que se identificaram com o processo revolucionário

de formação. No plano das organizações ecumênicas, destacam-se o Centro Intereclesial de Estudios Teológicos y Eclesiales (CIEETS) e o Centro Antônio Valdivieso (CAV). Este último, dirigido pelo padre Uriel Molina, sofreu reduções drásticas de financiamentos por parte das agências de cooperação internacional.

Há um sentimento de vazio e de nostalgia na maior parte dos líderes cristãos que se identificavam com o processo revolucionário. Ressentimentos não faltam, tanto internamente como em relação aos esforços de solidariedade de fora do País. Muitos afirmam que no auge das possibilidades todos queriam estar na Nicarágua. Passadas as eleições perdidas, poucas são as visitas e os escritos dos grupos de solidariedade e dos teólogos da libertação (com referências honrosas para a exceção de d. Pedro Casaldáliga, embora em um ritmo menos intenso de visitas).

Positivamente, está a sofrida avaliação feita por alguns setores cristãos de que foi um equívoco a

associação do projeto das comunidades de base e da pastoral popular em geral, ao governo sandinista. Não houve autonomia, nem distanciamento crítico/utópico. Isto poderá ser para eles um potencial teológico imprescindível para situações futuras. Não há necessidade de se alongar no que isto nos interpela no Brasil, mas é óbvio que chama a nossa atenção, guardadas as devidas proporções, para a relação entre a pastoral popular e as constantes possibilidades de governo do Partido dos Trabalhadores.

O QUE VEM POR AÍ

Não há frustração possível que retire do ar as perguntas sobre as possibilidades do sandinismo para a retomada do governo. Novas eleições se aproximam. Deverão votar, em 1996, 2,35 milhões sendo 53% mulheres. Não se podem minimizar os efeitos que a perda de filhos e maridos trazem em momentos como estes. Um quarto da população (cerca de 600 mil pessoas) votarão pela primeira vez. A maioria desses jovens não têm escolaridade e estão sem trabalho. Como motivação para a proposta sandinista,

a "questão somozista" não funciona, uma vez que metade dos votantes ainda era bem criança em 1979, quando triunfou a revolução e, portanto, com dificuldades para comparações. Tudo isto parece indicar poucas possibilidades para uma retomada das propostas do governo revolucionário.

Quanto aos processos eclesiais é necessário recorrer ao argumento de sempre: a esperança contra toda a desesperança. Creio que há "reserva escatológica" possível para novos caminhos. Ao menos, foi possível ter esta impressão. Se há certa consciência entre muitos cristãos nicaraguenses de que "nos contorcemos em dores de parto, mas o que demos à luz foi vento" (Cf. Isaías 26) há também a confiança que o "Senhor sai do seu lugar... e a terra descobrirá o sangue que embebeu e já não encobrirá aqueles que foram mortos". (26:21).

Claudio de Oliveira Ribeiro, pastor metodista, integrante de KOINONIA. Participou da XII Assembléia de Organismos Ecumênicos Latino-Americanos e Caribenhos (Manágua, 20 a 29 de abril de 1995).

Fique por dentro do CONTEXTO PASTORAL

Um jornal-painel a serviço da pastoral e dos cristãos pela paz e justiça. Reportagens, análises, estudos bíblicos, entrevistas e muito mais para você ficar por dentro do contexto.

Uma publicação conjunta de KOINONIA Presença Ecumônica e Serviço e Centro Evangélico Brasileiro de Estudos Pastorais (CEBEP).

Assinatura anual: R\$ 10,00

Assinatura de apoio: R\$ 15,00

Exterior: US\$ 15,00

Número avulso: R\$ 2,00

Os pedidos de assinatura, acompanhados com cheque nominal para KOINONIA Presença Ecumônica e Serviço, devem ser enviados para: Jornal Contexto Pastoral – Rua Santo Amaro, 129, Glória, 22211-230, Rio de Janeiro/RJ.

MASSA QUE SE FAZ POVO...

VIDA BROTANDO DA MORTE

Fernando Bortolotto Filho



Quando falamos em “massa”, estabelecemos uma nítida diferença em relação a “povo”. Ambos são termos carregados de significado e indicam posturas diferentes. Geralmente falamos da massa como gente manipulada, à mercê dos poderosos. O povo, em geral, é diferente: possui organização e procura compreender sua caminhada. As lutas do povo de Deus testemunhadas na Bíblia mostram essa dupla tendência. Por um lado, os opressores investem na massificação, por outro, o povo de Deus reage contra ela. Numa canção de Simei Monteiro há um trecho que retrata de modo expressivo essa diferenciação: *Se caminhar é preciso, caminharemos unidos/E nossos pés, nossos bra-*

ços, sustentarão nossos passos/ Não mais seremos a massa sem vez, sem voz, sem história...

Tal como o povo de Deus no passado, vivemos os desafios de ser “povo”. Tais desafios são pautados pela experiência social diversificada e mutante. Os governos, as propostas e os sempre “novos” planos econômicos, focalizados pelas lentes massificantes da mídia, dificultam o povo em sua organização e caminhada.

Vamos destacar da Bíblia um episódio fundamental para o povo de Deus, divisor de águas na sua história. Referimo-nos ao exílio de parte do povo de Judá na Babilônia, um momento de extremo desafio para o povo em sua organização. Acompanharemos algumas

pistas deixadas por Ezequiel, um profeta que acompanhou o clima de desorientação dos primeiros tempos do exílio.

MOMENTO DE DESORIENTAÇÃO

Não é difícil imaginar a desorientação do povo exilado, sobretudo nos primeiros tempos do exílio. Jerusalém foi destruída e os compatriotas mortos. Houve a transferência forçada para uma terra estranha e suas vidas passaram a ser dirigidas por uma liderança estrangeira. Também foi marcante a perda de referenciais importantes de vida, como por exemplo, o templo. Estes são apenas alguns elementos indicativos de uma situação de perigo para a união e organização do povo de Deus naquele momento. Judá era, para a Babilônia, a massa dominada, humilhada, pronta para produzir, favorecendo os interesses do império. A maioria dos judeus ficou instalada num campo próximo ao rio Cobar (Ezequiel 1.1). Apesar de não viverem como prisioneiros, trabalhavam como lavradores, tirando disso seu próprio sustento e pagando impostos elevados à Babilônia. Eram “livres” somente para realizar a vontade dos seus opressores. Como sabemos, uma parcela significativa dos exilados fazia parte da elite do reino de Judá. Alguns conseguiram privilégios entre as lideranças babilônicas, o que, certamente, aumentava o desânimo e o sofrimento da maior parte dos exilados.

Para o povo de Judá no exílio o desafio era continuar sendo povo.

Não se tratava da reorganização do estado. Esse já tinha dado demonstrações de fracasso. Era necessário reunir o povo e retornar aos parâmetros de direito e de justiça definidos por Javé.

O PROFETA EZEQUIEL — ATALAIA

A liderança da tarefa de reorientação do povo de Judá no exílio foi desempenhada por Ezequiel, um profeta de origem sacerdotal. Tal origem sugere um aspecto interessante para a tarefa de Ezequiel: sendo de origem sacerdotal, via no templo o lugar, por excelência, de reunião do povo. Estando em terra estranha, deveria organizar o povo sem o templo, sem o serviço religioso tradicional. Uma das características do povo é a sua criatividade diante de impasses. Diante da inexistência do templo o povo deveria reorganizar-se, redefinindo costumes e ritos. A maior parte dos exilados foi transferida para a Babilônia através de duas deportações (597 e 587 a.C.), logo após a destruição de Jerusalém. Ezequiel fez parte do primeiro grupo. Seus escritos dividem-se em palavras proferidas antes e depois da destruição de Jerusalém. Podemos definir o capítulo 33 do seu livro como um divisor entre esses dois grupos de escritos. Nele encontramos uma espécie de roteiro do trabalho profético e também a definição da função do profeta como atalaia: *Ora, a ti, filho do homem, te pus como atalaia para a casa de Israel. Assim, quando ouvires uma palavra da minha boca, hás de avisá-los de minha parte* (Ezequiel 33.7).

O profeta tem a grande responsabilidade de agir como aquele que vê e proclama. É a voz confiável para o povo. O atalaia precisa estar ao lado do povo. Como informante, ele define seu lado e deve fazer da fidelidade das informações a sua marca. O profeta exerce a comunicação reveladora,

que faz o povo estar atento. Se a comunicação omite ou mascara a realidade, faz o jogo da opressão e torna-se um instrumento de construção de uma massa servil.

UM VALE DE OSSOS SECOS

Outro texto muito importante e conhecido no livro de Ezequiel é o do vale de ossos secos: “A mão de Javé veio sobre mim e me conduziu para fora pelo espírito de Javé e me pousou no meio de um vale que estava cheio de ossos. E aí fez com que eu me movesse em torno deles de todos os lados. Os ossos eram abundantes na superfície do vale e estavam muito secos” (Ezequiel 37.1-2). O vale de ossos caracteriza bem o que estamos definindo como massa. É a ausência de vida: Não há folego, respiração, som de vozes, risos e lágrimas. Na massa dos ossos não reconhecemos as pessoas. Os ossos amontoados são parecidos.

Assim é a massa, uma espécie de matéria morta. Porém, a palavra de Javé produz transformações. Onde só existem ossos a vida pode ressurgir: *Então me disse: profetiza ao espírito, profetiza, filho do homem, e diz-lhe: Assim diz o Senhor Javé: Espírito, vem dos qua-*

tro ventos e sopra sobre estes ossos para que vivam. Profetizei de acordo com o que ele me ordenou, o espírito penetrou-os e eles viveram firmando-se sobre os seus pés como um imenso exército (Ezequiel 37.9-10).

Dos ossos, a palavra de Deus fez surgir um verdadeiro exército. Não se trata, no texto, do uso militar da palavra exército. O texto indica justamente o contrário da idéia passiva de massa. O povo que surge do vale de ossos está organizado, mobilizado, atento. Pela palavra de Javé o povo se refaz, transforma suas perspectivas de futuro e está apto para a vida em liberdade. A massa é só ajuntamento. Não tem vez, voz, nem consciência histórica. Deus age na história ontem e hoje, dando a lucidez de estabelecermos a diferença entre a massa e o verdadeiro povo. É mais do que fazer a diferença. Ele nos anima e transforma para lutarmos por uma vida em liberdade. Vida que brota do vale de ossos secos...

Fernando Bortolotto Filho, pastor da Igreja Presbiteriana Independente (IPI) e professor da Faculdade de Teologia da mesma igreja em São Paulo.



SE DEUS EXISTE POR QUE HÁ POBREZA?

Jung Mo Sung

Paulinas

Mulheres e homens que se abrem ao sopro do Espírito e assumem lutas e trabalhos tão urgentes, não têm muito tempo para leituras longas e estudos mais profundos. São corajosos e profundamente espirituais. Movidos pela fé conseguem manter-se fiéis à causa dos mais pobres, mesmo diante de tanta insensibilidade, tantas desilusões e incompREENsões. Foi pensando nestas pessoas que este pequeno e inspirador livro foi escrito.

CABEÇA DE FOGO EM ÁGUAS TRANQÜILAS

Rafael Soares de Oliveira

ÁGUAS DO REI
Ordep Serra
Co-edição Vozes/KOINONIA
21X14 cm, 366p.
Petrópolis, 1995

Os três brilhantes ensaios contidos neste livro constroem uma argumentação saudavelmente polêmica. Há, pela extensão de temas tratados, e pela argúcia dos debates, muitas *entradas* atraentes ao leitor.

Pode-se ler o livro como um grande atalho ao debate em torno do Candomblé, à posição dos *baianos*, à contribuição "Jeje, Nagô e Companhia", ao sincretismo... A favor da precisão o autor de *Águas do Rei* resume as posições de seus interlocutores em vários campos: da etnologia brasileira principalmente, mas também de líderes negros ou ainda *ideólogos* da "democracia racial brasileira". Nesses termos o livro já se autojustifica por propiciar introdução tão ampla ao mundo da etnia das mais importantes para a formação cultural brasileira — afro-brasileira.

Outro precioso enfoque é o que discute o sincretismo. Fiel ao que buscou construir de conhecimento entre o "povo de santo", o texto levanta e argumenta por um *sincretismo refletido*. Contrariando a própria etimologia que se impõe à palavra, o autor, discute e expressa uma tese para além da confusão, da docilidade e da submissão ou ainda, unicamente, de uma *maquiagem* da cultura europeia para resis-

tir à repressão. Advoga uma aprovação e "re-invenção" da mitologia católica a partir da estrutura mítica do Candomblé — onde os dois lados interagem e o sincretismo é construído, por uma lógica de analogias, como se fora uma "língua de contato".

Longe de querer corrigir a arte, o ensaio em que dialoga com a obra de Jorge Amado acaba por ser uma polêmica a favor do grande romancista, contra os "puritanismos" que quiseram criticá-lo. Ao mesmo tempo adverte aqueles que buscam em sua obra uma etnologia sem preconceitos. A arte "amadiana" bebeu de seu tempo e das posições de seu autor, o que não lhe tira o brilho, muito menos a força e impacto culturais. Tanto o nacionalismo regionalista como o mito da "democracia racial" de *Casa Grande e Senzala* misturaram-se às posições do autor de *Tenda dos Milagres*.

Essas *entradas* não esgotam as possibilidades que o leitor vai encontrar neste livro: aponta temas que podem vir a ser desenvolvidos em pesquisas e outros trabalhos.

Outrossim, arrisco, ainda à guisa de resenha, mais algumas observações gerais sobre *Águas do Rei*. Ou melhor arrisco um pouco mais sobre as posições do autor, o que não é fácil e beira à pretensão em curto espaço de texto.

Do ponto de vista acadêmico, a elegante e tranquila polêmica com os "vivos" revela alguns compromissos do autor. Primeiramente com a democracia ao abrir-se ao



debate. E pelo viés de seus argumentos, um pacto de pesquisador com a pesquisa, refutando as generalizações que descuram de uma maior sintonia com a versão do grupo *pesquisado* sobre si mesmo. Ainda destaca-se nas preocupações do autor o cuidado com a história. Tanto pela explicitação do movimento de construção de formações culturais, como pela fidelidade à capacidade histórica de um grupo social ser o portador material e sujeito de suas experiências — místico-litúrgicas principalmente — o que se apresenta muito mais eficaz que qualquer estudo etnológico ou material pretensamente didático. Eticamente o livro se mantém compromissado com o *povo negro*, "povo de santo" e toda a *nação afro-brasileira*... Tarefa difícil e realizada de modo cuidadoso, num texto que sob as "Águas do Rei" promove e estimula alguns *batismos de fogo*.

Rafael Soares de Oliveira, psicólogo e coordenador de KOINONIA.



CULTURA DE CONSUMO

FÁBRICA DE CONSENSO

IMAGINÁRIO E MÍDIA

PASTORAL DE MASSA

RELIGIÃO POPULAR