

Valdir Heitor Barzotto

Leitura de Revistas Periódicas: forma, texto e discurso
Um estudo sobre a revista Realidade (1966-1976)

Tese apresentada ao Curso de
Linguística do Instituto de Estudos
da Linguagem da Universidade
Estadual de Campinas como
requisito parcial para a obtenção
do título de Doutor em Linguística.
Orientador: Prof. Dr. João
Wanderley Geraldi

UNICAMP/IEL
Fevereiro de 1998

2014/186

UNIDADE	BC
N.º CHAMADA:	71111111
	B289L
V.	E.
TEMP. DO	34445
PROG	395/28
D	0 ☒
PAGIN	88.11.00
DATA	14/07/98
N.º CPD	

CM-00112883-1

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA
BIBLIOTECA IEL - UNICAMP

B289L Barzotto, Valdir Heitor
Leitura de revistas periódicas: forma, texto e discurso. Um estudo sobre a revista Realidade (1966-1976) / Valdir Heitor Barzotto. - - Campinas, SP: [s.n.], 1998.

Orientador: João Wanderley Geraldi
Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem.

1. Análise do discurso. 2. Leitura - história. 3. Propaganda. 4. Modernidade. I. Geraldi, João Wanderley. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da Linguagem. III. Título.

BANCA EXAMINADORA

A. Batista

Prof. Dr. Antonio Augusto G. Batista

M. Azevedo

Prof. Dr. Márcia de Azevedo Abreu

M. do R. Magnani

Prof. Dr. Maria do Rosário Mortatti Magnani

S. Possenti

Prof. Dr. Sírio Possenti

J. Wanderley

Orientador: Prof. Dr. João Wanderley Geraldi

À Claudia
por todos os sentidos

À Laura
irredutível a prescrições

A meus pais

AGRADECIMENTOS

Pela orientação, que remonta a 1985, primeira vez que li o livro *O texto na sala de aula*, antes mesmo de conhecê-lo pessoalmente:

Prof. Dr. João Wanderley Geraldi

Pela acolhida em seu Seminário e pelas contribuições ao trabalho:

Prof. Dr. Roger Chartier

Pelas leituras e contribuições em diferentes fases do trabalho:

Prof.^a Dr.^a Márcia de Azevedo Abreu, Prof. Dr. Sírio Possenti, Prof.^a Dr.^a.
Tânia Alkmin, Prof. Dr. Luiz Percival Leme Britto, Prof.^a. Viviane Veras,
Prof. Wander Emediato de Souza.

Pelas contribuições, atenção e solidariedade:

Prof.^a Dr.^a. Mônica Zoppi Fontana, Prof.^a Dr.^a. Sandra Reimão, Prof.^a.
Gláucia, Prof.^a. Diva, Sauro e Fátima.

Pelas bolsas de estudos (Demanda Social e PDEE):

À CAPES

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
CAPÍTULO I - Forma e Sentidos em Movimento.....	45
1.1 - Formas de ocasião: revista, livro, livro-revista... ..	46
1.2 - Composição e textualização - sentidos em forma	61
1.2.1- Movimentando a forma.....	96
1.3 - Da composição e textualização à mobilização de sentidos.....	104
CAPÍTULO II - Recursos Lingüísticos e Tempo Moderno Estudo explora- tório sobre a mídia como suporte de um projeto para o Brasil.....	117
2.1 - Uma reportagem e o “ <i>discurso público sobre a língua</i> ”	122
2.2- O método serial e a especificidade da análise de textos veiculados em revistas periódicas.....	126
2.3- Os recursos da reportagem.....	134
2.3.1 - A mobilidade dos recursos lingüísticos (textualização) e a distribuição dos textos na revista (composição) - propagandas, reportagens e adequação ao tempo moderno.....	145
2.3.2 - Outras formas de inserção destes recursos lingüísticos no discurso cotidiano.....	152
2.3.3 - Semelhanças entre a colocação em circulação destes recur- sos lingüísticos e a publicidade de objetos.....	156
2.3.4 - Outras matérias que tomam os recursos lingüísticos como tema central.....	170

CAPÍTULO III - Distribuição de Lugares: Classificação e Exclusão.....	180
3.1 - O “ <i>povo (à margem) do rio</i> ”.....	204
3.2 - Outros exemplares, o mesmo povo, a mesma corrente.....	212
 DO QUE PERMANECE.....	217
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	224
 BILIOGRAFIA CONSULTADA.....	226

RESUMO

Nesta tese, em que analiso uma revista periódica intitulada Realidade (1966-1976), o leitor encontrará um estudo sobre processos de produção de sentido que podem ser recuperados considerando-se os papéis desempenhados por três elementos distintos, mas imbricados, de uma revista: o objeto, considerado em sua materialidade como suporte de textos, os textos propriamente ditos e o discurso constituído pelo encadeamento de sentidos no ato da leitura, em que desempenham papel importante, a forma da revista e a forma que o texto nela assume

O motivo que me levou a escolher esta revista é o fato de que nela, perpassando os três elementos que procuro estudar, encontra-se circunscrito um traço da mentalidade correntemente qualificada como moderna. Neste sentido, além de procurar compreender a produtividade da tensão entre suporte, texto e discurso, não perco de vista o papel que cada um desempenha na tentativa de provar que existe um tempo moderno, o qual, por sua vez, se mostra seletivo face a alguns aspectos sócio-culturais.

Introdução

Neste trabalho, tomo para estudo uma revista mensal intitulada REALIDADE, que foi publicada pela Editora Abril entre o mês de Abril de 1966 e o mês de Janeiro de 1976¹. Dois motivos levaram a essa escolha: a) nessa revista, perpassando os elementos sobre os quais pretendo centrar minha atenção - o texto, seu suporte e o discurso - encontra-se circunscrito um traço bastante característico da mentalidade própria de um tempo correntemente chamado de *moderno*; e b) o fato de ela ser considerada um ícone em sua época.

“A revista Realidade é um marco na história do jornalismo brasileiro. Sob qualquer ângulo que possa ser estudada, a publicação da Editora Abril, lançada em 1966 e produzida durante 10 anos consecutivos, representa para os profissionais da imprensa e para os estudiosos da vida cultural brasileira um momento obrigatório de referência tanto pela abrangência dos temas que reportou como pela forma como o fez.” Faro (1996:4)

Esta opção de estudos presentifica de imediato dois problemas: a) a discussão sobre o que seja *a modernidade*, ou a verificação sobre a acepção em que o termo *moderno* é usado nos textos que compõem a revista em análise, e b) a

¹ - Dado o período de publicação da revista Realidade, o leitor perceberá nos excertos aqui transcritos uma acentuação gráfica característica da época.

caracterização do projeto político que vigorava no país durante o período em que a revista foi publicada.

Tais problemas não constituem o tema central desta tese, mas são parte importante de sua trama. Assim, procuro verificar como a revista Realidade se articulava com o projeto político instaurado no Brasil em 1964, através de um traço específico que constitui a mentalidade própria da modernidade. Apoio-me principalmente em Berman (1996) e Fiorin (1988), que oferecem balizas importantes para este trabalho.

O traço no qual a revista se apóia é a constituição no leitor de uma disposição para incorporar novos objetos ou valores à medida em que eles forem sendo colocados em circulação. Berman afirma, comentando Nietzsche, que “*O sentido que o homem moderno possui de si mesmo e da história ‘vem a ser na verdade um instinto apto a tudo, um gosto e uma disposição por tudo’.*” (1996:22).

A velocidade vertiginosa que se imprime na substituição desses objetos e valores é constitutiva da revista, como pretendo demonstrar, tanto em sua forma, em seus textos e nos discursos neles ancorados, como no conjunto de leitores. Isto confere à revista um estatuto de objeto moderno², pois, ainda segundo Berman:

“Com demasiada freqüência, o preço da modernidade crescente e em constante avanço é a destruição não apenas das instituições e ambientes, ‘tradicionais’ e ‘pré-modernos’, mas também - e aqui está a verdadeira tragédia

² - Face à necessidade de situar a revista no tempo compreendido pela modernidade, tomo como pertinente a divisão feita por Berman: “a primeira fase, do início do século XVI até o fim do século XVIII”; a segunda fase começa com a Revolução Francesa, em 1790; e, a terceira fase compreende o século XX (1996:16-17).

- de tudo o que há de mais vital e belo no próprio mundo moderno." (1996:280)

Todos os elementos que compõem a modernidade estão, portanto, sob a constante ameaça de que algo mais moderno possa surgir. Assim, a própria modernidade é marcada por uma certa instabilidade, uma vez que a todo momento surgem novos símbolos de modernidade que põem em risco tudo o que a representava antes. Os objetos que circulam nesse tempo estão em constante risco de se tornarem obsoletos, assim como as pessoas que devem se servir deles. Com relação à revista Realidade, à medida que as pessoas vão se servindo dela, ela vai rapidamente sofrendo pequenas alterações, perceptíveis ao leitor, até chegar a uma mudança quase que completa. Por fim, no seu décimo ano de existência, acaba saindo de circulação.

Nessa situação de constante mudança, procurarei manter a atenção voltada para a produtividade da tensão que se estabelece entre a forma do suporte, o texto, e o discurso, no interior mesmo do veículo, forjando sua própria redefinição. Observarei também o papel que cada um destes elementos desempenha na sustentação da posição de que há um modo de se integrar ao *tempo moderno*, que, por sua vez, mostra-se seletivo com relação a aspectos sócio-culturais, ao determinar quais objetos, valores e cidadãos podem ou não ser considerados integrantes desse tempo, bem como aqueles que, uma vez integrados, podem ser em seguida dispensados, para que o processo de modernização possa prosseguir em suas constantes reinvenções. Mas é importante observar também que, sob a constante aparência de novidade, permanece a construção de um caráter oscilante e provisório para as coisas e os homens.

Como a revista é publicada durante o governo militar e, a meu ver, em alguns de seus aspectos coaduna-se com sua política, uma das implicações de seu empenho em construir um tempo moderno é a destruição de aspectos da história que pudessem se contrapor aos ideais desse novo tempo que, segundo o governo então vigente, se inaugurava. Voltado para os interesses da burguesia e tendo eleito como grande inimigo um comunismo mal definido, o discurso do governo militar buscava, entre outras coisas, estabelecer diferenças entre o que estava e o que não estava de acordo com o tempo. Estudando as estratégias de discurso desse governo, Fiorin afirma que:

“Uma outra estratégia do discurso é circunscrever o universo conceitual da esquerda como fora do tempo (cf. 5). O discurso institui um tempo de agora. Aplica a esse tempo a categoria topológica da concomitância/não-concomitância (Greimas, 1979, 216). O universo conceitual de Marx estaria em anterioridade (não-concomitância) com o tempo do agora, pois não serve para descrever o atual estado econômico e científico, uma vez que os operários têm um número maior de bens e a revolução tecnológica é a fonte de produção maciça de bens de consumo e de liberação do estafante trabalho muscular de outrora. Assim, portanto, a luta operária hoje está centrada, para o discurso, na melhoria do nível de vida, ou seja, na obtenção de artigos de consumo. As diferenças de classe social reduzem-se a diferenças de nível de renda. O discurso só

pode dizer que o universo conceitual de Marx não é válido, alterando-o, colocando as reivindicações operárias apenas no nível da circulação. Ademais, os conceitos marxistas não pertencem apenas a um tempo passado, porque o presente 'revolucionário' caracteriza-se por um aumento acelerado da mais-valia." (1988:118)

A oposição ao regime pode se confundir com a oposição à modernidade, e vice-versa. Entretanto, a reivindicação de melhor distribuição dos possíveis benefícios da modernidade à parcela da população que a ela não tinha acesso podia confundir-se com manifestações descabidas para com os interesses dominantes.

Identificada ao poder vigente e com ele confundida, a modernidade acaba por confundir também o 'homem moderno' com a ideologia dominante, enquanto se acredita parte dela. É o que Berman observa, analisando o poder *destrutivo e desastroso* das construções realizadas por Robert Moses na cidade de Nova Iorque entre as décadas de 10 e 60:

"Não é difícil nos alongarmos indefinidamente sobre o poder e o estilo pessoal de Moses. Entretanto, essa ênfase tende a obscurecer uma das fontes fundamentais de sua vasta autoridade: a capacidade de convencer um público massivo de que ele era o veículo de forças históricas mundiais e impessoais, o espírito propulsor da modernidade. Por quarenta anos, ele se mostrou capaz de

personificar a visão do moderno. Opor-se às suas pontes, seus túneis, vias expressas, projetos habitacionais, barragens hidrelétricas, estádios, centros culturais era (ou assim parecia) opor-se ao progresso, à história, à própria modernidade.” (1996:279)

Uma revista, um modo de inserção no projeto político de sua época e algumas reações.

Apresento um traçado da incursão que fiz pela revista Realidade, procurando ilustrar sua contribuição para a constituição do quadro no qual ela mesma estava inserida, bem como algumas reações ao seu modo de participação no processo.

Uma breve exploração das revistas que circulavam nas décadas de 60 e 70 é suficiente para perceber que a revista Realidade se destacava. Diferentemente das demais, propunha-se a refletir com mais profundidade sobre problemas cotidianos do país e do mundo, dos quais nenhuma outra revista nacional se ocupava, ou se ocupava com menor intensidade. Percebe-se uma aposta na existência de uma faixa de consumidores ávidos por um certo conhecimento desses problemas. Ao mesmo tempo, percebe-se seu empenho em atrair e instrumentalizar esse leitor potencial para a compreensão de sua revista, dado que sua diferença em relação às outras exigia que o leitor se deslocasse daquele lugar de leitor previsto e conformationado pelos tipos de revistas predominantes na época.

“O mercado de revistas no Brasil de 1966 comportava a iniciativa da Abril. Realidade disputava nas bancas a

preferência de um público acostumado a revistas semanais que primavam pela sua superficialidade, ou por revistas mensais de interesse específico: (...) a margem de opção pelas revistas resumia-se no Cruzeiro, incapaz de acompanhar as transformações políticas e sociais pelas quais o país havia passado; em Manchete, surgida em 1952, presa a uma concepção formalista e colorida do jornalismo; Fatos & Fotos, também da Bloch, e Cláudia, da mesma Editora Abril, mas dirigida a um público específico”. (Faro, 1996:13)

Partindo dessa constatação, faz-se necessária uma pequena consideração sobre a idéia corrente de que uma das especificidades da mídia é captar o momento histórico do qual faz parte e devolvê-lo ao público de forma mais ou menos favorável. Paralelamente a essa idéia, acredita-se também que, no momento da história do país em que a revista circulava (pós golpe militar de 1964), a imprensa só podia se manter economicamente ativa se se aliasse ao projeto político do poder hegemônico. Por isso, muitos militantes de esquerda da época orgulhavam-se de seus veículos de comunicação preferidos, quando estes tentavam ‘driblar’ a censura, criando estratégias próprias para apresentar textos que não atendessem aos interesses do poder e mesmo para denunciar a censura.

No entanto, a audácia de alguns órgãos de imprensa que optaram por permanecer no mercado não podia exceder certos limites; caso contrário, seus produtos poderiam tornar-se inviáveis do ponto de vista da lucratividade. Além disso, uma revista é dada a ler como um todo e não enquanto texto isolado. Assim,

se aceitarmos que os sentidos não são limitados a um único texto, mas encadeiam-se com outros suscitados em outros textos, veremos que aqueles espaços em que apareciam posições contrárias à ideologia dominante da época, vistos no conjunto da revista, tinham efeito bem mais modesto do que se acreditava.

Não se pode negar que a revista Realidade é uma das tantas que fizeram a escolha de manter-se economicamente ativa, imergindo na ideologia da modernização, do progresso tecnológico, componentes essenciais do projeto político iniciado em 1964, defendendo-a e construindo-a. Isso colocava a revista como partícipe na construção de uma representação do que seria o melhor projeto político para a época, que incluía a formação de um tipo específico de leitor, bem como aspectos relacionados à língua. E estávamos em pleno governo militar.

Um questionamento sobre a participação de uma revista, como elemento da mídia, nesse projeto de formação de um público leitor, pode contribuir para uma reflexão sobre a formação escolar dos leitores, de maneira que se possa pensar o seu processo de escolarização como um momento de construção de uma postura crítica sobre o material de leitura disponível no mercado, para que possam, na medida do possível, escapar aos limites do modelo no qual deveriam se encaixar e produzir mais, a partir dos recursos lingüísticos disponíveis em sua época, ou seja, ir além da simples reprodução do que já circula na mídia. Pode contribuir ainda para abrir espaço para investigação sobre a *encenação midiocrítica*, ou seja, o fato de os meios de comunicação produzirem ou colocarem em circulação críticas que passam para o público como sendo as máximas e únicas possíveis.

Sem negar o valor e a pertinência das críticas ao sistema publicadas na mídia, é preciso estudá-las como críticas possíveis dentro de um sistema que

pretende continuar em funcionamento, ainda que tenha de absorver e diluir qualquer indício de crítica que possa apontar na direção de uma transformação mais radical. É preciso também considerar que, colocadas em um determinado objeto portador de textos, qualquer crítica terá parte de seu sentido delimitado pela forma do veículo e pelos outros textos que integram o objeto, o que pode alterar sua eficácia.

Como afirma Benjamin:

“Sabemos, (...), que o aparelho burguês de produção e publicação pode assimilar uma surpreendente quantidade de temas revolucionários, e até mesmo propagá-los, sem colocar seriamente em risco sua própria existência e a existência das classes que o controlam.” (1994:128)

Tratando do regime instaurado no Brasil com a tomada do poder pelos militares, em 1964, e auto-denominado ‘revolução’, Fiorin orienta a compreensão nessa mesma direção:

“A ‘revolução’ apresenta-se como uma grande mudança sem riscos de ruptura, isto é, ela não passa pela luta de classes, considerada exógena em relação ao Brasil. É uma ‘revolução’ a favor do capital e contra a barbárie, porque se destina a preservar a civilização cristã ocidental. Interessa, portanto, à burguesia. Segundo o discurso, resolver-se-ão os problemas do país pela cooperação de

todos, capital e trabalho. O governo dará a todos meios de ascender socialmente, preparando todos para o mercado de trabalho e, portanto, a ascensão implica apenas qualidades inatas, trabalho e constância. O governo pretende moralizar a administração e modernizar o país."
(1988:122)

O editorial do exemplar nº. 1 da revista Realidade, publicado em Abr/66, é bastante representativo do espírito da época, no qual a revista procurava se enquadrar.

"Carta do Editor

Temos o prazer de apresentar o primeiro número de REALIDADE, novo lançamento da Editôra Abril. Há 16 anos vimos editando revistas para o público brasileiro, acompanhando a extraordinária evolução do País. O Brasil vai crescendo em tôdas as direções. Voltado para o trabalho e confiante no futuro, prepara-se para olhar de frente os seus muitos problemas a fim de analisá-los e procurar solucioná-los. E é por isso que agora surge REALIDADE. Será a revista dos homens e das mulheres inteligentes que desejam saber mais a respeito de tudo. Pretendemos informar, divertir, estimular e servir a nossos leitores. Com seriedade, honestidade e entusiasmo. Queremos comunicar a nossa fé inabalável no Brasil e no seu povo, na liberdade do ser humano, no impulso renovador que hoje varre o País, e nas realizações da livre iniciativa. Assim é com humildade, confiança e prazer que dedicamos REALIDADE a centenas de milhares de

brasileiros lúcidos, interessados em conhecer melhor o presente para viver melhor o futuro.

Victor Civita"

Frente a esse editorial pode-se afastar a crença de que a imprensa, ao driblar a seu modo a censura, opunha-se à lógica capitalista. A imprensa que pretende firmar-se economicamente tende a assumir as feições do período político em que está inserida - embora isso não se dê sem conflitos -, portanto, não só reflete as nuances do período, como também o absorve para garantir sua sobrevivência. Enquanto comércio, é de se esperar que o engajamento da imprensa se dê a tendências que propiciem maior margem de lucros. Segundo Santos (1996)³, aquilo que era reivindicado durante o período de ditadura militar como liberdade de imprensa, verificou-se mais tarde tratar-se, na verdade, de liberdade de empresa.

De acordo com essa posição, quando o Editorial da edição de setembro de 1966, por exemplo, falava da ameaça de apreensão da revista, caso ela desse continuidade à publicação dos resultados de uma pesquisa que chamou de "*A juventude diante do sexo*", iniciada no número de agosto daquele mesmo ano, verifica-se que a reivindicação do direito de informar e de comercializar aparecem conjuntamente, sendo que este último vem embutido naquele. Como foi dito no editorial do n.º 1 da revista, defende-se, neste caso, o direito a "*realizações da livre iniciativa*", cujo controle é exercido por grupos de grande poder econômico sustentados por (e sustentando) políticas governamentais.

³ - SANTOS, B. dos - *Qual o significado das reparações aos mortos e desaparecidos?*. Palestra proferida em mesa redonda realizada no IFCH/UNICAMP, 25/03/96.

Vale a pena trazer para este texto um autor contemporâneo da revista que se posicionou criticamente a respeito dos engajamentos políticos firmados por ela na época tomando como objeto de sua crítica a edição especial de Realidade sobre a Amazônia, publicada em Out/71. Trata-se de Diniz:

"...pelo manuseio da revista comprova-se que ela teve apenas um objetivo, o de justificar a invasão estrangeira na região mais rica do Brasil, acenando com benefícios superficiais que terminam sempre em seccionamento territorial." (1971:131):

Cabem duas discordâncias em relação ao texto de Diniz: o uso do verbo "*comprovar*", difícil de ser sustentado quando se trata de linguagem, e a afirmação de que a revista "*teve apenas um objetivo*", uma vez que, para sustentar-se enquanto bom negócio, uma revista precisa, evidentemente, combinar um arsenal de objetivos. Quanto ao "*seccionamento territorial*", certamente foi um exagero possível numa época em que era difícil verificar com clareza com que estratégias, mais sofisticadas que aquela, se poderia controlar um país.

Um dos possíveis objetivos dessa edição especial poderia ter sido o de satisfazer o leitor interessado em problemas nacionais, mas que não tinha maior acuidade na leitura para discernir o que havia de crítica e de defesa da situação naquele momento. Embora se possa julgar extremada a crítica feita por Diniz, o que caracteriza os ânimos da época, é ilustrativo trazer alguns excertos da edição especial, de Out/71, criticada por ele.

Os excertos contemplados aqui não são extraídos das reportagens, justamente porque, em se tratando de revista periódica, é preciso considerar que todos os textos nela publicados, bem como sua distribuição, contribuem para a constituição do sentido.

Apresento a seguir uma propaganda de automóvel, publicada na p. 115 do exemplar de Out/71, a fim de mostrar algumas possibilidades de encadeamentos de sentidos com outros textos que tratam mais explicitamente da Amazônia: “*a região mais rica do Brasil*”, segundo Diniz.

Compre uma Variant e diga adeus aos seus emocionantes e saudáveis fins-de-semana em casa, fumando, bebendo e vendo TV.



Segunda-feira.

Todos os seus amigos (repare no tom bronzeado da pele deles) contando seus passeios, suas excursões, praia, campo, sítio...

E v. ali, mudo, pedindo a Deus para ninguém perguntar aonde v. levou sua família no fim-de-semana.

Acredite, seu caso só tem uma solução: Variant.

A Variant não deixa v. em casa. Nem na estrada. Ela vai levar

v. sua família, sua bagagem, para onde v. quiser ir.

Ela vai mostrar a v. como o sábado e o domingo são bonitos neste País.

E vai fazer isso com mecânica Volkswagen.

Certeza de ir e voltar, desempenho firme e seguro, economia e tranquilidade.

Veja quanta gente tem Variant. Pensa que eles são bobos?

Estão é aproveitando a vida. Aproveite também.

Nada de peruas que podem deixar v. fumando, bebendo, vendo TV e esperando o conserto ficar pronto.

Compre Variant.

Visite seu Revendedor Autorizado hoje mesmo.

E passeie de Variant já no próximo sábado.

VARIANT



Além do texto, a imagem oferece uma série de elementos a serem considerados. Sendo a página em cor preta, a fotografia aparece como uma janela por onde se vê a luz contrapondo-se à sombra, que representaria o interior da casa. Na fotografia pode-se ver uma Variant vermelha colocada entre o casal, bem ao fundo, e as crianças, em primeiro plano, correndo na direção oposta ao casal. Esta disposição das imagens apresenta o sonho do espaço bucólico e romântico, prometendo a calma de um momento a sós, já que as crianças terão espaço e liberdade para se divertir, diferentemente do que aconteceria no interior sombrio de uma casa.

É importante notar que nas páginas 116 e 117, estende-se o que se chamou de “*Informativo FOSNOR*”, um tipo de publicidade que fornece dados sobre as realizações da “*Fósforos do Norte S.A. - FOSNOR, de Belém, subsidiária da Fiat Lux*”. Por se tratar de uma fábrica, seria de se esperar que a busca de um encadeamento de sentidos se desse entre este texto e a propaganda da Phebo publicada na página 118 (aqui reproduzida à esquerda do leitor, assim como todas as outras que aparecem nesta mesma posição na revista), por se tratar de outra fábrica. Mas são as possíveis ligações entre a propaganda da Variant e a da Phebo que interessam mais especificamente para a análise que estou desenvolvendo, mais especificamente no que concerne ao modelo de leitor constituído nos dois textos.

“Há 40 anos a Phebo ganha dinheiro com produtos da Amazônia.

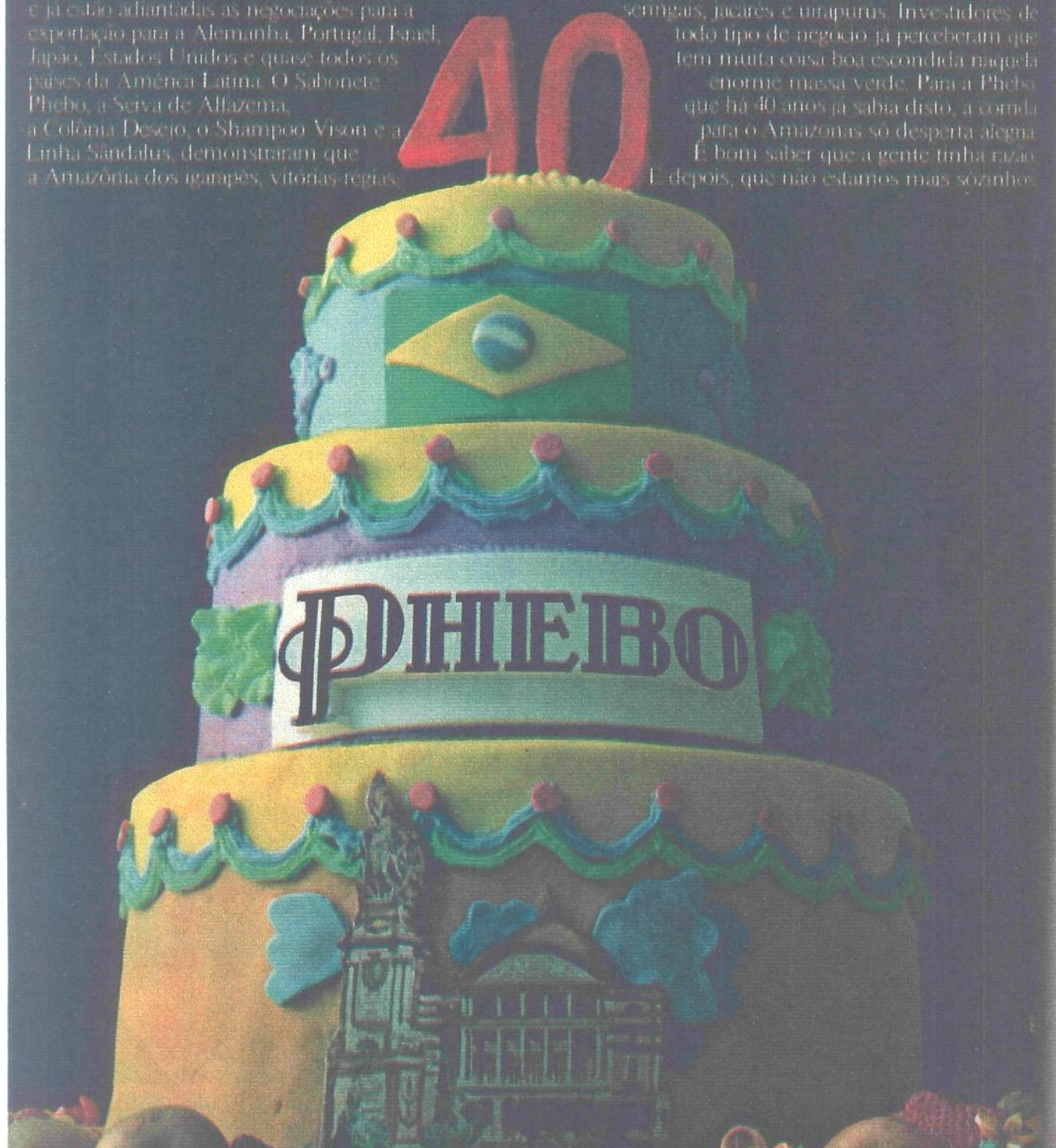
Quando todo mundo olhava para a Amazônia e ainda se lembrava só da borracha, a Phebo se instalou ali para fazer produtos de higiene e beleza. Hoje

esses produtos saem de Belém do Pará para todo o Brasil, e já estão adiantadas as negociações para a exportação para a Alemanha, Portugal, Israel, Japão, Estados Unidos e quase todos os países da América Latina. O Sabonete Phebo, a Seiva de Alfazema, a Colônia Desejo, o Shampoo Vison e a Linha Sândalus, demonstraram que a Amazônia dos igarapés, vitórias-régias, do Ver-o-Pêso, do Açaí e Tacacá, era apenas uma das muitas Amazonas. Agora vivemos um instante em que os brasileiros começam a esquecer que a Amazônia era um lugar de seringais, jacarés e uirapurus. Investidores de todo tipo de negócio já perceberam que tem muita coisa boa escondida naquela enorme massa verde. Para a Phebo, que há 40 anos já sabia disto, a corrida para o Amazonas só desperta alegria. É bom saber que a gente tinha razão. E depois, que não estamos mais sòzinhos."

Há 40 anos a Phebo ganha dinheiro com produtos da Amazônia.

Quando todo mundo olhava para a Amazônia e ainda se lembrava só da borracha, a Phebo se instalou ali para fazer produtos de higiene e beleza. Hoje esses produtos saem de Belém do Pará para todo o Brasil, e já estão adiantadas as negociações para a exportação para a Alemanha, Portugal, Israel, Japão, Estados Unidos e quase todos os países da América Latina. O Sabonete Phebo, a Seiva de Alfazema, a Colônia Desejo, o Shampoo Vison e a Linha Sândalus, demonstraram que a Amazônia dos igarapês, vitórias-régias,

do Ver-o-Peso, do Açaí e Tacacá, era apenas uma das muitas Amazonas. Agora vivemos um instante em que os brasileiros começam a esquecer que a Amazônia era um lugar de seringais, jacarés e uruputis. Investidores de todo tipo de negócio já perceberam que tem muita coisa boa escondida naquela enorme massa verde. Para a Phebo, que há 40 anos já sabia disto, a corrida para o Amazonas só desperta alegria. É bom saber que a gente tinha razão. E depois, que não estamos mais sozinhos.



Além da cor preta da página, outros elementos da propaganda da Variant repetem-se na propaganda da Phebo. Naquela, no espaço reservado à luz, aparece o produto divulgado, o campo e a imagem da família feliz, de que se fala no texto. Nesta, aparece um bolo de aniversário, no qual se podem ver as alusões à fábrica, pela reprodução de um edifício e do nome da fábrica, e ao país que ela estaria fazendo crescer, através da reprodução da bandeira nacional.

Os textos das quatro páginas fazem nitidamente uma mesma cadeia, mas aqui vou me limitar a um breve comentário relacionando o da p. 115, a propaganda da Variant, e o da p. 118, da Phebo.

A propaganda da Phebo alinha-se à da Variant pela tentativa de inserção do leitor no modelo de modernização que se imprimia pelo projeto do governo da época. Como componentes desse projeto constavam a construção de hidrelétricas, estradas (entre elas a Tranzamazônica), pontes, conjuntos habitacionais e os incentivos para a colonização da Amazônia através de construção de fábricas.⁴ Nesse modelo, o deslocamento no espaço geográfico era colocado como condição necessária para a integração no tempo moderno e a mudança de condição social era aventada como promessa e, às vezes, como consequência desse deslocamento.

Desta forma, o motivo pelo qual se diferencia o leitor alvo da propaganda da Variant dos outros que a ele são contrapostos, "*os seus amigos*", é o fato de ele não se alinhar ao exercício de deslocamento no espaço e à condição social através da aquisição de um produto específico, o carro. O motivo pelo qual se diferencia o leitor alvo da propaganda da Phebo, "*todo mundo*", dos outros que a eles são contrapostos, "*a gente...que não estamos sozinhos.*", é o fato de ele não se alinhar

⁴ - Para uma análise bastante acurada de um processo de construções e de deslocamentos, ver BERMAN, M. - "Na floresta dos símbolos: algumas notas sobre o modernismo em Nova Iorque",

ao exercício de deslocamento no espaço através da aquisição de um produto específico, uma fábrica na Amazônia.

A partir da observação das duas propagandas verifica-se que a propaganda da Variant não se desvincula do projeto de colonização da Amazônia, dado que os princípios de adaptação às novas maneiras de se relacionar com o mundo são muito semelhantes. Esta propaganda preconiza um ritmo de deslocamento, ao qual o homem moderno deve adaptar-se, a começar por uma maior circulação por lugares diferentes durante os seus fins-de-semana.

Segundo Berman:

"Para que as pessoas sobrevivam na sociedade moderna, qualquer que seja a sua classe, suas personalidades necessitam assumir a fluidez e a forma aberta dessa sociedade. Homens e mulheres modernos precisam aprender a aspirar à mudança: não apenas estar aptos a mudanças em sua vida pessoal e social, mas ir efetivamente em busca das mudanças, procurá-las de maneira ativa, levando-as adiante. Precisam aprender a não lamentar com muita nostalgia as 'relações fixas, imobilizadas' de um passado real ou de fantasia, mas a se deliciar na mobilidade, a se empenhar na renovação, a olhar sempre na 'direção de futuros desenvolvimentos em suas condições de vida e em suas relações com outros seres humanos."
(1996:94)

Uma boa ilustração das estratégias usadas para levar a cabo este projeto pode ser verificada, por exemplo, num “*suplemento especial*”, que acompanhava esta mesma “*edição especial*”, apresentando entre outras coisas, um apelo assinado pela SUDAM (Superintendência para o Desenvolvimento da Amazônia):

Venha para a Amazônia.

Quando você fôr investir seu Imposto de Renda na Amazônia, nós lhe mostraremos mais de 500 projetos agropecuários e industriais já aprovados pela Sudam.

E, para elaborar seu projeto de empreendimento, procure os escritórios regionais da Sudam.

Lá você encontrará roteiros de projeto, manuais técnicos e especialistas, que o ajudarão a descobrir o negócio mais viável e lucrativo.

O Banco da Amazônia dará todo o apoio financeiro que sua empresa precisa.

É só procurar uma de suas agências, espalhadas pelo Brasil.

Venha logo para a Amazônia.

Metade do Brasil espera isso de você.



Em Belém

SUDAM - Trav. Antônio Baena n.º 1113 - tel.: 5011

BASA - Trav. Frutuoso Guimarães n.º 90 - tels.: 4089 e 4573

Em Manaus

SUDAM - Rua Costa Azevedo n.º 198 (CEAMO) - tel.: 2-4230

BASA - Av. Sete de Setembro n.º 735 - tels.: 2119 e 2069

Em Brasília

SUDAM - Edifício JK, 9.º andar - tel.: 2-1800

BASA - Av. W-3, Q 13, lotes 7, 8, 9A - tels.: 42-2092 e 42-3580

Em Cuiabá

SUDAM - Rua Cel. Pedro Celestino n.º 8 - tel.: 2911

BASA - Praça da República n.º 32 - tels.: 2261 e 2362

No Rio de Janeiro

SUDAM - Av. Franklin Roosevelt n.º 126 - 10.º andar - tel.: 252-3926

BASA - Rua da Assembléia n.º 62 - tels.: 231-1550 e 231-3192

Em São Paulo

SUDAM - Av. Brasil n.º 196 - tel.: 282-9123

BASA - Rua José Bonifácio n.º 192 - tels.: 36-2978 e 32-6332

Em Porto Alegre

BASA - Rua Borges de Medeiros n.º 646 - tels.: 25-4680 e 24-1092

Estão presentes nesse anúncio elementos para compreender relações de continuidade entre os objetivos do governo militar da época, os da mídia e seus desdobramentos nos objetivos do governo de hoje. Esses desdobramentos podem ficar mais claros se relacionarmos o texto conclamando o investidor a ir para a Amazônia e o que segue abaixo, publicado no jornal Le Monde, de 14 de maio de 1997, p. 9, falando das vantagens do mercado de investimentos na Bahia:

“INTECHMART”

Bahia Brazil

11-13 juin 1997, Salvador

Hôtel Othon Palace

L'économie de l'Etat de Bahia, au Brésil, est la plus vaste et connaît la croissance la plus rapide parmi les neuf provinces du Nord-Est du pays. Bahia offre de nombreuses opportunités d'investissement et constituera votre seconde place commerciale en donnant accès a votre entreprise au marché grandissant de la communauté économique de MERCOSUR. De bonnes raisons d'investir à Bahia:

- *Un marché industriel libre et un commerce extérieur libéralisé* • *Des avantages fiscaux et des conditions de prêts incitatifs* • *Le faible coût de la main d'oeuvre* • *De vastes ressources naturelles* • *Une infrastructure industrielle moderne*

INTECHMART (Marché de l'Investissement et de la Technologie) à Bahia propose plus de 70 projets d'investissements clairement définis dans les domaines de la chimie/pétrochimie, du tourisme, de l'agro-industrie de la métallurgie et du secteur minier.

Rencontrez ceux qui proposent les projets de Bahia, explorez les opportunités de joint ventures ou d'autres types de partenariat d'affaires et bénéficiez des services d'appui de représentants d'institutions financières, d'associations professionnelles des affaires, de fournisseurs et d'agences gouvernementales.

Pour plus d'information, veuillez contacter:"

discours des principes de la réforme à la Sorbonne en juin, groupes de travail à l'automne et adoption en février 1997 : cette course de lenteur était-elle un mal nécessaire pour, selon lui, « sceller la réconciliation garantie de la réforme » ?

Pour la première fois, un ministre de droite a réconcilié son camp avec le monde universitaire

Le ministre de l'éducation en reste persuadé. « Pour la première fois depuis le début de la V^e République, on est en train de réaliser une très grande réforme de l'université sans que cela ait explosé », se glorifie-t-il. Pour la première fois surtout, un ministre d'une majorité de droite a réconcilié son camp avec le monde universitaire. Cela valait bien un satisfecit que Jacques Chirac finit par lui attribuer « pour avoir passé six mois de plus à dialoguer et à se concerter de façon à parvenir à ce consensus ».

Le chef de l'Etat n'a pas désarmé pour autant sur les dossiers qui lui tiennent à cœur. Dès la désintégration de la commission Fauroux, en juin 1996, il a engagé sa bataille contre l'illettrisme. Qui le conseille ? Alain Bentolilla, professeur de linguistique à Paris-V, plutôt marqué à gauche, collègue et

ami universitaire de Noëlle Châtelet, la sœur de Lionel Jospin. Remarqué naguère par Jacques Toubon, alors ministre de la culture, Alain Bentolilla a rencontré et convaincu Christine Albanel : c'est à l'école qu'il faut d'abord s'occuper du problème de l'illettrisme. Le 22 janvier 1997, le président de la République prend lui-même l'initiative d'une réunion interministérielle sur l'illettrisme.

L'idée germe d'une « Marche du siècle » sur ce sujet, mais les conseillers en communication du chef de l'Etat, Jacques Pilhan et Claude Chirac, d'accord dans un premier temps, en récusent ensuite l'idée : ce n'est pas adapté à un président de la République.

L'émission finalement programmée le 10 mars 1997 sera animée par Jean-Marie Cavada et William Leymergie. On « briefe » le président. François Bayrou tout d'abord, qui est en passe de réussir la réforme de l'université, persuade le chef de l'Etat qu'avec les enseignants il faut se montrer positif. Luc Ferry, le philosophe à succès, président du Conseil national des programmes, passe ensuite quatre heures avec le président à parler de lecture, de méthodes et de programmes.

Le résultat de cette prestation télévisée sera assez désastreux, mais Jacques Chirac estime sans doute avoir fait son devoir : montrer aux Français, que, jusque dans les détails, il s'occupe de leur école.

Michel Delberghe
et Béatrice Gurrey

Les propositions du PS

Après avoir affirmé la « priorité budgétaire » accordée à l'éducation, le Parti socialiste souligne que son objectif « est d'abord de conforter l'école de la République, creuset de l'intégration, garantie de l'égalité des chances ». Six propositions s'ensuivent.

- Accentuer le principe de « discrimination positive » qui a conduit aux ZEP (zones d'éducation prioritaires).
- Libérer les initiatives des enseignants, multiplier les projets d'établissement.
- Augmenter l'aide aux IUFM (Instituts universitaires de

formation des maîtres), en particulier les bourses d'élèves-professeurs.

- Adapter les rythmes scolaires dans les communes, suivant un cadre défini nationalement.
- Renforcer l'enseignement professionnel par un partenariat systématique. Généraliser l'alternance, sous statut scolaire ou par l'apprentissage.
- Relancer le plan Universités 2000. Refondre les premiers cycles universitaires autour d'un dispositif d'orientation souple, rationaliser les formations technologiques supérieures.

INTECHMART Bahia-Brazil

11-13 juin 1997, Salvador
Hôtel Othon Palace

L'économie de l'Etat de Bahia, au Brésil, est la plus vaste et connaît la croissance la plus rapide parmi les neuf provinces du Nord-Est du pays. Bahia offre de nombreuses opportunités d'investissement et constituera votre seconde place commerciale en donnant accès à votre entreprise au marché grandissant de la communauté économique de MERCOSUR. De bonnes raisons d'investir à Bahia :

- Un marché industriel libre et un commerce extérieur libéralisé • Des avantages fiscaux et des conditions de prêts incitatifs • Le faible coût de la main d'œuvre
- De vastes ressources naturelles • Une infrastructure industrielle moderne

INTECHMART (Marché de l'Investissement et de la Technologie) à Bahia propose plus de 70 projets d'investissements clairement définis dans les domaines de la chimie/pétrochimie, du tourisme, de l'agro-industrie, de la métallurgie et du secteur minier.

Rencontrez ceux qui proposent les projets de Bahia, explorez les opportunités de joint ventures ou d'autres types de partenariat d'affaires et bénéficiez des services d'appui de représentants d'institutions financières, d'associations professionnelles des affaires, de fournisseurs et d'agences gouvernementales.

Pour plus d'information, veuillez contacter :



L'ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL
Directeur de Projet, Services de l'Investissement Unité de l'Amérique Latine et des Caraïbes • B.P. 300, A-1400 Vienne, Autriche • Tél. : +43-1-21131-4830/3672/3426 • Fax : +43-1-21131-6808/6806 • E-mail : bahiaforum@undp.org



PROMOEEXPORT Av. Tancredo Neves 776, Ed. Desembanco, Bloco A, Pituba
41823-900 Salvador - Bahia, Brésil • Tél. : +55-71-341-4411
• Fax : +55-71-341-3747 • E-mail : bahiaforum@promoba.gov.br

Comment
je vais, moi,
et comment
va la France ?

ELIZABETH TEISSIER

SOUS LE SIGNE DE
MITTERRAND

Sent ans d'entretiens

Antes de indicar as relações entre as duas últimas, procuro mostrar como a propaganda da Variant e da Phebo também apontam numa direção que se interliga com as apresentadas por estas duas últimas.

A disposição para incorporar novos produtos e valores que assegurem a mobilidade está presente na propaganda da Variant. Toma-se ali alguém que só não saiu de casa porque o carro estava no conserto. O carro, portanto, já é tomado como produto incorporado ao cotidiano. O problema é colocado em termos de garantia de circulação. Trata-se então de adquirir um carro mais eficiente, mais moderno, substituindo aquele que não assegura o movimento, uma vez que se tornou obsoleto. Desta maneira, homens e produtos são postos em circulação. A Variant, enquanto produto de qualidade; e o homem, enquanto partícipe de um grupo. Torna-se imperativo circular, uma vez que, quem não circula, tem sua própria fala interdita: *“E v. ali, mudo, pedindo a Deus para ninguém perguntar aonde você levou sua família no fim-de-semana.”*

Essa característica de movimento também está presente na propaganda da Phebo, que põe seus produtos em circulação, inclusive através da exportação, e instiga outros homens a abrirem-se para incorporar esse movimento, representado por uma *“corrida para o Amazonas”*, que recupera sentidos da *“corrida do ouro”*. É o movimento que integra ao tempo moderno. A Phebo acertou há 40 anos; agora é preciso que os outros corram para recuperar o tempo (que é dinheiro) perdido.

Esta mesma idéia de movimento é proposta nos dois últimos textos que convocam para a Amazônia e para a Bahia: homens, empresas e produtos devem circular, incentivados por governos ‘modernizadores’. Os dois anúncios apresentam frases muito semelhantes, tanto em relação à forma quanto ao conteúdo. Observem-se algumas abaixo:

<i>"mais de 500 projetos"</i>	<i>"plus de 70 projets"</i>
<i>"agropecuários e industriais"</i>	<i>"de l'agro-industrie"</i>
<i>"procure já os escritórios da SUDAM.</i>	<i>"Rencontrez ceux qui proposent</i>
<i>Lá você encontrará roteiros de projetos"</i>	<i>projets"</i>
<i>"O banco da Amazônia dará todo o</i>	<i>"bénéficiez des services</i>
<i>apoio financeiro que sua</i>	<i>d'appui de représentants d'institutions</i>
<i>empresa precisa ."</i>	<i>financières"</i>

Retornando às críticas representativas do espírito da época, além de artigos como o de Diniz, algumas aparecem ainda na seção *"Cartas"* da própria revista *Realidade*. Mesmo podendo ser facilmente encaradas como ingênuas, ou até invejosas, considero ilustrativas as duas que foram publicadas no exemplar de Jul/67, nº. 16, sob o título *"Nossos anúncios"*, seguidas de uma resposta:

"Sr. Diretor: Sou grande admirador de REALIDADE mas ela está ficando mais uma revista de propaganda do que de pesquisas e fatos. No número 15 há 46% do espaço das 164 páginas com anúncios. Espero, em nome de todos os admiradores dessa revista, que os senhores tomem providências.

Dívino Eurípedes Gondim - Catalão - GO"

"Sr. Diretor: Para que REALIDADE seja revista do povo, e não só de intelectuais, deve aparecer nas bancas por um preço à altura das posses do povo. Não interessa tanto a beleza das gravuras ou o luxo comprovado nas suas páginas, que já estão empesteadas de propaganda. A maioria das cartas publicadas são de intelectuais, industriais, padres, governadores - em suma de

gentona, para mostrar o gabarito da revista. E REALIDADE tem uma linha duvidosa, indefinida. Procura agradar o capitalismo e os contrários a êle. A verdade é a verdade mesmo. Não adianta querer tapear. REALIDADE não se define para poder ganhar mais. Por que não se definir? Vocês têm medo de quem ou do quê? Escrevi uma carta há três meses. Não a publicaram por não terem recebido, ou por que o conteúdo foi realista e crítico, ou tiveram medo de expor minhas opiniões?

Afonso Barbosa de Carvalho - Recife - PE"

"O número de reportagens permanece o mesmo, desde o primeiro número de REALIDADE. Convidamos os leitores a comparar, proporcionalmente, o espaço de anúncios de REALIDADE com o de qualquer outra revista brasileira. Não podemos publicar tôdas as cartas e nosso critério é o interêsse que elas possam despertar nos leitores. REALIDADE definiu-se política e jornalisticamente quando apareceu ao público, e continua definindo-se - isto é, confirmando-se - a cada número que sai."

A resposta deixa de lado o percentual de páginas apontado pela primeira carta, e insere na discussão a permanência do "número de reportagens", "desde o primeiro número". Isso não elimina o argumento da carta, porque não toca no número de páginas ocupado por propagandas em um exemplar específico, o nº. 15. O número de reportagens pode permanecer o mesmo, mas o número de páginas preenchido por elas pode ser menor.

Quando a resposta fala em espaço, este é considerado em função do espaço ocupado por propagandas em outras revistas. Não há resposta sobre o

crescimento do espaço ocupado por propagandas no interior da própria revista Realidade, objeto da reclamação da primeira carta. O preço da revista é um dos focos da reclamação da segunda carta, e que pode ter motivado também a reclamação da primeira, pois ele não baixa à medida que aumenta o número de anunciantes. De acordo com a segunda carta, para quem interessa mais “*um preço à altura das posses do povo.*”, o preço se mantém em troca de “*beleza*” e “*luxo*”.

A resposta não considera a maioria das questões colocadas pela segunda carta. Para usar o critério apontado na carta, qual seria o interesse que essas duas cartas despertariam no leitor? Despertar interesse nos leitores e definir-se politicamente são duas coisas que andam bastante interligadas. É nesta relação, a meu ver, que o texto, seu suporte e os modos de inserção dos diferentes leitores no discurso vão produzir seus efeitos.

As duas cartas fazem lembrar afirmações sobre o jornal feitas por Tretiakov (apud Benjamin):

“Seu conteúdo (do jornal) é a matéria, alheia a qualquer forma de organização que não seja a que lhe é imposta pela impaciência do leitor. Essa impaciência não é só a do político, que espera uma informação, ou a do especulador, que espera uma indicação, mas, atrás delas, a impaciência dos excluídos, que julgam ter direito a manifestar-se em defesa dos seus interesses. O fato de que nada prende tanto o leitor a seu jornal como essa impaciência, que exige uma alimentação diária, foi há muito utilizado pelos redatores, que abrem continuamente novas seções, para satisfazer

suas perguntas, opiniões e protestos. Com a assimilação indiscriminada dos fatos cresce também a assimilação indiscriminada dos leitores, que se vêem instantaneamente elevados à categoria de colaboradores.” (1994:124)

Para Darnton, no circuito das comunicações “*O leitor (...) influencia o autor tanto antes como depois do ato de composição.*” (1995:112).

No entanto, não é só de concessões ao leitor que vive uma revista periódica. Ela também investe na constituição de um grupo bem delimitado de leitores. No que concerne especificamente ao modelo de leitor em quem a revista pretende despertar o interesse, e que analisarei mais adiante inseridos nos seus textos, estou partindo do que afirma Chartier:

“(...) as formas se modelam graças às expectativas e competências atribuídas ao público por elas visado, mas, sobretudo, porque as obras e objetos produzem o seu nicho social de recepção, tanto mais quanto não forem produzidas por divisões cristalizadas e prévias.” (1994:21)

Antes de iniciar o estudo da revista propriamente dita, apresento algumas características dos estudos que tomam revistas periódicas como *corpus*, seguido de sugestões para estudos que pretendam se inserir na tradição já existente.

Uma tradição, um modo de inserção no projeto político-acadêmico de sua época e a tentativa de construção de uma singularidade no trabalho.

Estudos que tomam revistas periódicas como *corpus*, realizados em diferentes domínios, apresentam características como centralização num eixo temático, atuação de personalidades, movimentos culturais típicos de um determinado período, entre outros. As características que aponto aqui são justamente aquelas que pretendo evitar no meu trabalho, não por negar-lhes a importância, mas para poder traçar um programa de estudos que possa apresentar sua particularidade.

Por outro lado, essa apresentação se faz necessária porque, dada a existência de uma tradição respeitável de estudos que tomam, de algum modo, esse tipo de publicação para análise, o leitor poderia esperar, e mesmo exigir deste trabalho características semelhantes, quando meu propósito é justamente buscar uma diferenciação que espero fique clara no decorrer de meu texto.

Procurarei, entretanto, na medida do possível, apresentar algumas possibilidades de exploração da revista Realidade que estejam de acordo com a tradição de estudos já existente, que poderão ser aproveitadas em outras pesquisas⁵. Observo ainda que não se trata aqui de fazer um grande panorama do estado atual dos estudos dessa natureza, mas apenas de verificar e apontar alguns traços que os caracterizam.

⁵ - Para conhecer melhor trabalhos em que as características que apresento aqui aparecem ou mesmo buscar nelas elementos para definição de sua linha de pesquisa, ver BARBOSA, 1982; FARO, 1996; FERNANDES, 1988; GRUNIG, 1990; KUCINSKI, 1991; NIVARD, 1983.

a) *Abordagem por temas* - escolhe-se um eixo temático e desenvolve-se o trabalho buscando desvendar os motivos que levaram determinado tema a aparecer na revista analisada, ou verificar a maneira como este tema apareceu e como inscreve a revista no contexto sócio-histórico-político-cultural de sua época, ou como este contexto está refletido nela. Em geral, desenvolve-se boa parte do estudo centrando-o no contexto e tenta-se, como caminho para a compreensão, resgatar as histórias de vida das pessoas que fizeram a revista, ou que dela eram proprietárias, suas relações ou filiações políticas, e sua ligação com os temas de que trataram, etc. Neste aspecto, a revista se apresenta como um excelente *corpus* para estudos do tipo “X na imprensa brasileira nas décadas de 60 e 70”, pois, além de ser considerada referência em sua época, ela insiste em alguns temas, aos quais retorna em vários números. Na revista Realidade, por exemplo, o debate em torno do divórcio é insistentemente tratado. Basta um breve levantamento para verificar a recorrência desse tema na revista. Um estudo temático poderia selecionar “o divórcio” para estudar seu tratamento nessa revista ou em outras.

b) *Trajetória, importância e atuação de personalidades* - concentra-se o estudo em uma personalidade, ou grupos de personalidades, verificando quantas vezes ela apareceu, em que momentos da história, em que momentos da carreira, em que fase da reflexão, em que momentos da existência da revista, seu significado para o período e suas formas de contribuição para a revista e para o período. Na revista pode-se perseguir a trajetória de artistas como Roberto Carlos, Chico Buarque, Dercy Gonçalves, etc.; ou de políticos que se tornaram expressivos por sua atuação no cenário nacional da época; ou ainda membros do clero como D. Helder Câmara, por exemplo.

c) *Processos de transformação sócio-culturais* - busca-se nestas publicações as características de um período em que figure um movimento ou um processo de transformação sócio-cultural. A maneira como são tratados o movimento estudantil, a Tropicália, a Jovem-Guarda, as discussões sobre a sexualidade, entre outros, parece-me digna de estudo, pois sua inserção na revista Realidade pode indiciar suas formas de propagação, de aceitação e mesmo de massificação, cada uma a seu modo.

d) *Relação leitor-revista ou leitor-texto* - tenta-se definir a influência da revista no pensamento de sua época ou a maneira como ela o refletiu. Tentativa de antemão comprometida com a segmentação do sentido em blocos, que podem ser atribuídos a entidades também estanques e, na maioria das vezes, desvinculadas: autor, texto e leitor. Difícil de ser tomada no momento exato em que ocorre, a relação do leitor com o texto só pode ser investigada, para sermos otimistas, num segundo momento do contato, o que já dá uma outra dimensão à pesquisa, dado que a leitura é sempre outra a cada vez que se realiza. Mesmo assim, as reações expressas pelos leitores, publicadas na seção de cartas da revista, presente em todos os números, tomadas com as devidas precauções, podem oferecer excelente material. Ou então, ainda que fora do objeto revista, as cartas conservadas em arquivos da editora ou relatos de leitores coletados hoje ou produzidos na época poderiam constituir um universo promissor para uma pesquisa.

e) *Produção de alguém cujos textos foram publicados na revista* - persegue-se a trajetória de um colaborador, de um repórter, de uma personalidade, para estudar sua produção e sua contribuição para o momento sócio-cultural em que esteve inserido. Para este tipo de exploração, a reunião dos contos, trechos de livros, etc., que a revista Realidade publicou, também poderiam constituir importante corpus.

Em se tratando de repórter da revista, intrigam-me, particularmente, alguns títulos das reportagens realizadas por Oriana Fallaci presentes nos sumários. Às vezes, os títulos dão a impressão de que a reportagem gira em torno da própria repórter, corroborando com Darnton (1995:87) que: *“Não é preciso se intrometer muito para pegar o cerne da fala dos repórteres. Eles falam sobre si mesmos, e não sobre os personagens de suas matérias (...)”*

Vejam-se alguns exemplos:

“Depoimento 204 Sempre a violência - Oriana Fallaci saiu ferida nas manifestações estudantis do México. E conta dramaticamente toda a ação da polícia mexicana.” (Nov/68 nº. 32 p.204)

“Depoimento 86 Viagem ao país dos milagres - Oriana Fallaci foi conhecer de perto os milagres dos beatos da Índia - Ela conta esta sua nova e surpreendente aventura.” (Jan/69 nº. 34 p.86)

“148 Ho - Oriana Fallaci esteve em Hanói antes de sua morte, e faz o perfil do grande aventureiro do século.” (Nov/69 nº. 44 p.148)

“Guerra 26 Uma noite com os inimigos de Israel - Oriana Fallaci corre mil perigos para ir entrevistar chefes do Al Fatah, num dos esconderijos da fanática organização.” (Abr/70 nº. 49 p. 26)

“O DOC-PAIS 50 A fantástica história de Oriana Fallaci no Haiti.” (Ago/71 nº.65 p. 50)

f) *“O ‘ponto de vista’ da revista”* - tomam-se os editoriais, uma vez que é corrente a idéia de que ali se manifesta a posição da revista, bem como os artigos não assinados, acreditando-se numa observação de senso comum, e que na revista

Realidade aparece assim: *“As opiniões que aparecem nos artigos assinados não representam necessariamente o ponto de vista da revista, podendo até ser contrárias a este.”*. Estudam-se também os sumários, para ver em torno de que temas gerais se organizam os diferentes exemplares, percebendo-se assim a linha editorial da revista, às vezes com base em critérios quantitativos como a frequência de determinados temas.

g) *complementaridade entre textos e imagens na produção de sentidos* - coloca-se geralmente a imagem como um complemento do texto e dificilmente se lhe atribui sentido, de maneira que aportassem ao texto elementos que o reforçassem. Nem se considera que às vezes o texto é distribuído de tal forma que pode mesmo ser recebido como imagem.

Essas maneiras de abordar revistas periódicas trazem contribuições importantes a diversos domínios do conhecimento. No entanto, elas minimizam o papel desempenhado na produção de sentidos pela especificidade do veículo quanto à forma e, decorrente dela, a maneira de manuseio.

De uma certa maneira pode-se aplicar aos trabalhos cujas características apontei acima, embora pertençam a áreas diversas, a crítica feita por Chartier a uma certa tradição da história do livro:

“Les textes anciens qui servent à écrire l’histoire sont considérés comme porteurs d’un sens indifférent à la matérialité de l’objet manuscrit ou imprimé à travers lequel il se donne, constitué une fois par toutes, identifiable grâce au travail critique.” (1985:63)

Ou seja, os estudos inscritos na tradição, cujos traços básicos estão arrolados acima, acabam destacando os textos do seu veículo, para estudá-los como um conjunto de dados quase autônomo, ou no máximo em sua relação com o contexto, compreendido como aspectos sócio-histórico-político-culturais. Isso ocasiona a perda dos sentidos suscitados justamente pela pressão imputada pela forma do veículo sobre o texto que é dado a ler e sobre sua leitura. Quando se consideram os veículos, abordam-se mais comumente o número de exemplares que circularam e a sua manipulação por um grupo específico de leitores, que são muito freqüentemente apenas supostos.

Esse aspecto é importante porque a forma do veículo forja, no manuseio, relações, por exemplo, de complementaridade ou de contradição, entre os diferentes tipos de textos que o compõem. A forma define ainda espaços de leitura e os próprios leitores, o que certamente acarretará diferenças na produção dos sentidos, já que leitores diferenciados vão ao objeto portador de textos com potenciais diferenciados em função de suas trajetórias de leituras.

Estudos sobre propagandas, por exemplo, em geral destacam-nas do espaço ocupado por elas, colocando-as, no máximo, numa relação com o social. Estudos de temas não tomam em consideração o local em que os textos que os tratam são colocados no interior da revista, a não ser nos aspectos mais visíveis como matéria de capa, número de páginas, etc. Além disso, esse tipo de estudo cria uma hierarquia, elevando temas, personalidades, tipos de textos, etc., a um patamar de importância, que lhes concede, no mínimo, o estatuto de analisáveis e, de certa maneira, também definem um universo sobre o qual deveria incidir a atenção dos leitores. Porém, em se tratando de um estudo em que se levam em

consideração os sentidos, é importante ter em vista que eles se produzem em língua e não apenas nos limites de um texto.

Diferentemente dessa tradição, proponho que nos estudos de revistas periódicas, seus textos sejam considerados sem destacá-los de seu veículo, nem do universo textual que, no ato de leitura, pode provocar a produção de outros sentidos que dificilmente serão percebidos ao se tomar um texto isoladamente. O manuseio da revista coloca em ato uma leitura entrecortada por leituras e observações, ainda que fugazes, de textos e imagens que se intercalam entre outros textos. Assim, se pensarmos numa leitura escolar e comportada, num nível racional, acreditando que à linearidade da escrita corresponde uma linearidade de sentidos, é claro que podemos supor que um leitor poderá repetir o que depreender de uma reportagem. Não se trata de negar-lhe a capacidade de seleção, mas também não é apostar que outros textos não provoquem efeitos pelo fato de não estarem circunscritos aos limites que o leitor supostamente teria selecionado.

É importante que na análise se considere também o que está fora do tema central, o que seria considerado periférico. Nessas margens, às vezes aparecem pistas relevantes para compreender o texto como um todo ou possíveis desdobramentos que impliquem a consideração de sentidos que estejam fora do texto que se lê.

É preciso, então, considerar a passagem deste percurso de sentidos por outras instâncias que não somente os limites de um tipo de texto, ou do texto simplesmente, assim como é imprescindível que a história de leitura do analista também esteja contemplada na análise.

Fazer uma análise como a que estou propondo implica

“donner à lecture le statut d’une pratique créatrice, inventive, productrice, et non pas l’annuler dans le texte lu comme si le sens voulu par son auteur devait s’inscrire en toute immédiateté et transparence, sans résistance ni déviation, dans l’esprit de ses lecteurs.” Chartier (1985:63)

CAPITULO I

FORMA E SENTIDOS EM MOVIMENTO

Neste capítulo, o leitor vai encontrar um estudo sobre processos de produção de sentidos que podem ser recuperados considerando-se os papéis desempenhados por três elementos distintos, mas imbricados: uma revista periódica, tomada em sua materialidade enquanto suporte de textos, os textos propriamente ditos e o discurso constituído pelo encadeamento de sentidos suscitados no ato da leitura, em que desempenham papel importante a forma da revista e a forma que o texto nela assume, bem como o movimento próprio do ato de folhear impingido ao leitor pelo objeto portador de textos, mas que não se efetuará sem aquele. Dessa imbricação de fatores surgirão aspectos da construção de uma imagem de leitor na sociedade moderna. Ou seja, a revista instruirá os leitores a manuseá-la e a lê-la, visando integrá-los no grupo de leitores pertinentes para o momento.

Para este capítulo, estabeleci o plano que segue: 1) apontar alguns momentos em que preocupações com a forma do veículo recebem nele mesmo espaço para manifestação; 2) exemplificar, através de alguns exemplares da revista, como sua organização, enquanto objeto portador de texto, atua na produção de sentidos; e 3) esboçar uma consequência para a reflexão sobre a leitura de revistas periódicas.

1.1 - Formas de ocasião: revista, livro, livro-revista...

Apresentarei, então, três momentos em que a preocupação com a forma da revista estudada aparece nela mesma, passando pela qualidade do papel, pelo número de páginas da revista, pela discussão sobre a natureza do veículo, revista ou livro, vinculada ao tipo de manuseio e de circulação, e, finalmente, como desdobramento deste último, pelos assuntos abordados, bem como pelo tratamento a eles dispensados. Essas preocupações estão relacionadas com o procedimento de *mise en livre* (vou usar como tradução a palavra *composição*, abrangendo também o procedimento de *mise en page*) descrito por Chartier:

"...Instructions (...) portées par les formes typographiques elles-mêmes: la disposition et le découpage du texte, sa typographie, son illustration. Ces procédures de mise en livre ne relèvent plus de l'écriture mais de l'imprimerie, son décidées non par l'auteur mais par le libraire-éditeur, et peuvent suggérer des lectures différents d'un même texte."
(1985:79-80)

Em outro momento, em debate com P. Bourdieu, Chartier afirma que os procedimentos de composição *"varient historiquement et aussi en fonction des projets éditoriaux visant des usages ou des lectures différents."* (1985:222).

Chartier descreve o procedimento acima tendo em vista a impressão de livros, o que exige cautela com relação à sua possível aplicação a revistas periódicas. Num primeiro momento, é necessário supor que os limites da ação dos trabalhadores da imprensa no processo de produção de revistas periódicas podem

ser diferentes daqueles que se estabelecem para o caso da impressão de livros, mas esta é uma pesquisa empírica ainda a ser feita.

Para este trabalho, interessa principalmente a influência da materialidade do suporte de textos na constituição dos sentidos.

“Contra a representação elaborada pela própria literatura e retomada pela mais quantitativa das histórias do livro - segundo a qual o texto existe em si mesmo, isolado de toda a materialidade - deve-se lembrar que não há texto fora do suporte que o dá a ler (ou a ouvir), e sublinhar o fato de que não existe a compreensão de um texto, qualquer que ele seja, que não dependa das formas através das quais ele atinge o seu leitor. Daí a distinção necessária entre dois conjuntos de dispositivos: os que destacam estratégias textuais e intenções do autor, e os que resultam de decisões de editores ou de limitações impostas por oficinas impressoras.” Chartier, (1994:17)

Como nos exemplos aqui considerados trata-se freqüentemente de uma intercalação entre diferentes tipos de textos, incluindo peças publicitárias, é possível afirmar que, pelo menos no caso destas, tal procedimento esteja incluído já nas preocupações dos seus elaboradores, dado que nesse tipo de texto são absolutamente relevantes tanto os elementos propriamente pictográficos como a

pictografização do texto⁶. Além disso, o anunciante compra um espaço com dimensões bastante precisas e localização determinada, o que impõe limites desde a concepção da peça publicitária até sua colocação no veículo. Como as reportagens são feitas geralmente por um repórter e um fotógrafo, pode-se afirmar que parte do procedimento de textualização, principalmente no que concerne à relação entre texto e imagem, integra já a preocupação de seus autores.

De qualquer forma, não se trata aqui de estabelecer os limites da atuação dos trabalhadores da imprensa. Basta considerar que os recursos disponíveis na imprensa não apenas limitam a impressão de uma revista, como também são aproveitados para criar os efeitos pretendidos. Assim, para o propósito deste trabalho, contento-me em chamar a atenção para a existência de alguma diferença de alcance da ação desses trabalhadores no procedimento de composição, na impressão de revistas e de livros propriamente ditos.

A revista é um veículo que permite uma aproximação maior, mais rápida, e ao mesmo tempo mais efêmera que o livro, entre os leitores e a equipe que faz a revista, tendo inclusive uma seção reservada a eles - "*Cartas*". Além disso, uma revista periódica aproxima-se do leitor também pelo tempo vivido: a revista é contemporânea ao tempo vivido pelos leitores. O livro, ainda que publicado contemporaneamente ao leitor, tem uma forma canônica que lhes é anterior (anterior ao próprio livro e ao leitor) e os ultrapassará no tempo, já que é da experiência do leitor ler livros 'antigos', mas não ler revistas de décadas atrás; embora, ao ser guardada, ela possa assumir essa característica do livro, transformando-se em material de consulta.

⁶ - Com esta expressão tento circunscrever o aproveitamento do texto mesmo como material visual.

Aproveitando o espaço a eles reservado - na seção "*Cartas*" -, os leitores também procuram ter sua parcela de interferência no procedimento de composição, como veremos em alguns exemplos abaixo.

Em Jul/66, o exemplar nº. 4 da revista traz o seguinte Editorial:

"Pedimos desculpas

Como o leitor muito provavelmente já sabe, as três primeiras edições de REALIDADE esgotaram totalmente. Dos 250 mil exemplares de abril, passamos para 280 mil em maio e 350 mil em junho. Mas, de todos os cantos do País, cartas e telegramas continuam chegando, reclamando ainda mais revistas.

Assim, resolvemos imprimir, nesta edição, 450 mil exemplares. Esta decisão, entretanto, trouxe um dilema. De um lado, queríamos atender a todos os pedidos. Do outro, não tínhamos papel-REALIDADE em quantidade suficiente para enfrentar uma tiragem tão grande. Assim, fomos obrigados a utilizar estoques de papel diferente - menos branco e brilhante do que o nosso - para completar a impressão de algumas páginas deste número. Esperamos que o leitor compreenda e perdoe esta solução de emergência. Estamos certos de que até setembro teremos recebido todo o papel necessário para atender ao crescimento vertiginoso de REALIDADE. Desde já, o nosso muito obrigado."

Note-se que a relação entre atender aos pedidos e ser obrigada a usar papel de qualidade inferior à habitual é apontada quase como uma relação de causa e consequência. Segundo o editorial, é como se o aumento da tiragem fosse puramente motivado pelos pedidos e não pelo interesse comercial, imputando ao leitor uma co-responsabilidade pela baixa qualidade do papel, uma espécie de co-

autoria da materialidade física do veículo. Desse modo, a participação do leitor no procedimento de composição é construída no texto do editorial.

O assunto é introduzido no editorial pela alta procura, o que pode afastar a idéia de que uma grande tiragem implicaria popularização e conseqüente baixa da qualidade do papel. Isso fica mais forte quando se procura fundir a qualidade, representada pelo papel usado habitualmente na confecção, com a própria revista, forjando, para esse propósito, a denominação "*papel-REALIDADE*", e estabelecendo, através do possessivo "*nosso*", uma diferenciação do outro "*menos branco e brilhante*".

O editorial acima motiva a presença de uma carta publicada no número seguinte, manifestando sua capacidade de cativar o leitor, que talvez só então tenha se apercebido dessa necessidade de refinamento no conhecimento sobre impressão de revistas: a qualidade do papel.

"Um aviso honesto

Sr. Diretor: No mundo de hoje, onde a honestidade é uma palavra fora de moda, os senhores foram surpreendentes quando avisaram que, pelo aumento de tiragem para 450 mil exemplares, eram obrigados a usar papel pior em algumas partes da revista. REALIDADE é tão boa, que se não houvesse o aviso ninguém ia perceber.
Antônio C. Carvalho Brasília - DF

- Ainda este mês, a revista aparece com papel de inferior qualidade em algumas páginas. A partir da próxima edição, toda ela voltará a ser impressa em papel-REALIDADE"

Sob o que foi nomeado nesta carta como honestidade, mascaram-se a publicidade da revista, feita no editorial, que fornece argumentos expressos em números sobre sua aceitação no mercado; o interesse econômico em vender mais, independentemente da qualidade do papel; e a co-responsabilização do comprador pela conseqüente baixa da qualidade do material com que é confeccionado o objeto.

A imagem de leitor criada nesta carta é, sem dúvida, a que interessa à revista: ele é capaz de expressar uma avaliação baseada num julgamento de valor centrado em pólos antagônicos do tipo honestidade/desonestidade, profundidade/superficialidade, engajamento/alienação, etc., sem maiores preocupações com o que se produz para além disso em um texto.

No mesmo exemplar que aparece nas bancas com papel de qualidade inferior ao habitual, jul/66, nº. 4, está publicada uma carta e sua respectiva resposta em que se pode verificar uma disputa entre duas representações sobre o que seja especificamente o material dado a ler.

“Páginas de menos

Sr. Diretor: Estou preocupado com o racionamento de páginas de REALIDADE. No primeiro número o total de páginas - fora as da capa - era de 138; no segundo, 130; no terceiro, 122. Com isso, os leitores vêm sendo prejudicados.

Edson Mesquita - São Miguel Paulista - SP

A conta correta, do ponto de vista dos leitores, deve ser feita em relação aos totais das páginas redacionais. Nos três primeiros números da revista êstes totais

foram de: 96 páginas e meia, 99 e dois terços e 93 e dois terços. Neste número 4, o total de páginas reservado à redação é de 96 e um terço."

Qual a reclamação aportada pela carta? Dado que a revista é considerada um material dado a ler no seu todo (e bom), com a diminuição do seu total de páginas "*os leitores vêm sendo prejudicados*." Não está ausente dessa reclamação um elogio à revista. Como já foi apontado em outras cartas, o preço da revista sempre se manteve, independentemente da diminuição do número de páginas, do crescimento do número de propagandas ou do uso de papel de qualidade inferior ao habitual.

A resposta faz uma correção no que concerne ao material contado - '*páginas*' no total - e, através de uma instrução sobre o que deve interessar aos leitores, faz uma redefinição do material a ser contado, "*páginas redacionais*", aquelas reservadas aos profissionais relacionados na ficha técnica, no item *Redação*. Assim, redireciona as contas para um subgrupo do material antes contado pelo leitor: "*o total de páginas*". São duas representações diferentes sobre a composição do objeto dado a ler.

Essa '*lição*'⁷ de composição orienta a compreensão do leitor sobre o material escrito, diz algo sobre a leitura e, ao mesmo tempo, mobiliza sentidos que vão contribuir para a instauração de um discurso específico: o da modernização. Depreende-se a instauração desse discurso em dois sentidos básicos que conduzem o eixo da resposta: a) o leitor estaria diante de um novo objeto; e b),

⁷ - Ensinar algo ao leitor, partindo de um modelo considerado bom, é uma posição que perpassa toda a revista. Suas lições extrapolam os limites do objeto para incidir sobre a vida cotidiana do leitor. Dois exemplos bastante representativos encontram-se no sumário do exemplar de Jun/71, "*Serviço - Precisa-se de Desempregados*. 133 *É difícil arrumar emprêgo, há muitos segredos. Nós*

para compreendê-lo, precisaria de informações mais técnicas sobre sua composição.

O discurso desse tempo considerado moderno comporta, constitui e exige um leitor instrumentalizado, com algumas instruções sobre o procedimento de composição, que lhe permitam aceder ao material dado a ler com mais refinamento do que aquele demonstrado na carta. Para ler uma revista periódica, já não basta saber que há páginas, é preciso saber que tais páginas se subdividem, recebem nomes. Para isso, a resposta é 'didática', já que a revista, ao responder, assume a tarefa de refinar o conhecimento sobre a mercadoria vendida, determinando sobre o quê deve recair a atenção do comprador. Ela ensina esta subdivisão do material que dá forma à revista e diz qual é a parte do conjunto total que deve interessar a "*o ponto de vista dos leitores*".

A posição presente na resposta à carta suscita questões como: qual é o *status* do leitor enquanto consumidor de um objeto pelo qual pagou? Por que a resposta pode dizer que outros espaços não ocupados pela redação, mas que também estão plenos de textos e imagens, em especial a publicidade, não devem ser contados "*do ponto de vista dos leitores*"?

Numa tentativa de buscar respostas para essas duas questões no que diz respeito ao *status* do leitor construído na resposta, pensá-lo enquanto consumidor da revista pode fornecer elementos esclarecedores. De acordo com a representação do leitor, de quê o material adquirido equivale ao total de páginas dado a ler, a diminuição de páginas lhe é desfavorável. Quando ele compra, é o total que lhe interessa e não a parte que a resposta chama de "*páginas redacionais*". Sem ter

lhe dizemos quais são." e de Ago/71, "Serviço - Salve uma vida, a sua. 113 O homem urbano vai mal. Mas ainda há tempo de salvá-lo. Nós mostramos como."

esse refinamento sobre a subdivisão das páginas de uma revista, ele considera que todo o material é importante, talvez porque intua que não é possível manusear uma revista sem se deparar com as coisas que estão além das *páginas redacionais*. Ele compra um objeto em que, d'“o ponto de vista dos leitores”, nada está excluído.

No entanto, do ponto de vista da resposta, esse leitor corre o risco, se não for reeducado, de tornar-se obsoleto, não conseguindo prosseguir como integrante do grupo de leitores da revista. Um leitor como esse, que considera o objeto dado a ler como um todo, está raciocinando com o modelo do livro, objeto mais antigo e menos adequado ao dinamismo do mundo moderno, pois é de leitura menos ágil e mais solitária, exigindo mais tempo, um espaço específico e recolhimento para a sua leitura. “O livro leva ao ‘ponto de vista’, a uma atitude crítica...” Bosi, (1996:45). Lá sim deve-se considerar de capa a capa. Do ponto de vista da revista, o ideal é que as páginas que não são as chamadas “*páginas redacionais*” passem despercebidas para garantir a agilidade mensal no consumo.

Quanto à segunda questão, por que a resposta pode dizer o que disse, livremente, à vista das empresas que pagam as propagandas? Por apostar num efeito da propaganda, que não precisaria necessariamente ser lida com a mesma dedicação com que se lêem as “*páginas redacionais*”, bastando ser olhada? Se for assim, há uma ligação entre a posição da carta e a da resposta, pois, tanto para uma como para outra, cada uma a seu modo, as páginas que não são as redacionais contam. Para aquela, porque, sendo percebidas, devem ser economicamente consideradas; para esta, porque, sendo consideradas, não devem ser percebidas.

Considerando a representação do material dado a ler presente na resposta, a de que não são todas as páginas que devem ser contadas, isso pode apontar para

uma outra característica dada à revista, a dinamicidade. Esta característica reforça a hipótese de que se aposta na ação da simples presença da publicidade sem que seja necessária uma leitura mais detida, bastando o movimento das páginas diante dos olhos para que alguns sentidos sejam produzidos.

A seguir, procuro verificar o estabelecimento, na própria revista, de uma discussão mais aberta em torno do procedimento de *composição*, incidindo mais especificamente sobre a resistência do material utilizado na sua confecção; seu modo de circulação, sua natureza dinâmica ou perene; e a escolha e tratamento dos assuntos.

"GUARDAR E COLECIONAR

Sr. Diretor: Sugiro o lançamento de encadernação para que os leitores possam guardar melhor e colecionar os exemplares de REALIDADE.

Luis C. Wendeing - Petrópolis - RJ

- A fabricação de capas de couro para os colecionadores da revista já está sendo estudada." (Jun/66, nº.3)

"Revista mais forte

Sr. Diretor: A revista é magnífica e o papel é ótimo, do melhor que se pode colocar em uma revista brasileira. Mas, ao invés de usarem cola para segurar as folhas, por que os senhores não usam grampos, para que REALIDADE possa suportar melhor o descuido dos que a tomam emprestada? REALIDADE é uma revista para se ler e depois guardar para toda a vida.

Paulo Roberto Franco Andrade; Mesmer da Silva Ferreira; Pedro Alves de Sousa; Pedro de Alcântara - Aracaju - SE

- Está-se procurando reforçar a cola ainda mais, pois o acabamento sem grampos permite que a revista seja aberta completamente, em qualquer página." (Jul/66, nº. 4)

"Capa para encadernar

Sr. Diretor: Pretendo encadernar minha coleção da revista, mas antes quero saber se REALIDADE, como anunciou, colocará à venda capas para os colecionadores.

Maria Fany Silveira - Rio de Janeiro - GB

Foram lançadas em dezembro, somente em São Paulo, capas para encadernar os nove números de REALIDADE publicados em 1966. Se a experiência fôr bem aceita, as capas serão colocadas à venda no país inteiro." (Jan/67, nº. 10)

As cartas transcritas acima, além de serem um elogio à revista e contribuírem para a sua promoção, apresentam três pontos interessantes para uma reflexão sobre a presença, na própria revista, de preocupações sobre a importância dada à forma do objeto portador de textos, bem como sobre a participação do leitor no procedimento de *composição*:

a) - tipo de objeto e modo de manipulação.

A relação da forma do objeto portador de textos com os tipos de uso que dele se faz é atestada pelas cartas que mostram a direta relação entre sua finalidade e seu modo de circulação. As capas, na forma com que são apresentadas comercialmente, são aceitas em material de alta manipulação e circulação, mas não são consideradas as mais adequadas, se forem encaradas como material perene, para arquivo e consulta sistemática, dadas as dificuldades de armazenamento e de manuseio. Com as capas com que são comercializadas, enquanto revistas periódicas, elas exigem armazenamento na posição horizontal, o que torna menos prática a consulta. As cartas publicadas nos exemplares de Jun/66 e de Jan/67 pedem capas duras, que possibilitariam o armazenamento na posição vertical e em blocos.

b) - resistência do material de fabricação do objeto e dinâmica da circulação.

A carta de Jul/66, mesmo número que traz o editorial "*Pedimos desculpas*" (pela baixa qualidade do papel usado em algumas de suas páginas), começa justamente elogiando a qualidade do papel empregado na confecção da revista e atesta sua característica de alta circulação falando "*dos que a tomam emprestada*", funcionando como uma espécie de testemunho sobre a qualidade habitual do papel usado na confecção da revista e também de que a revista tem mais leitores do que compradores, o que ajuda a justificar o aumento na tiragem. Para este tipo de circulação, mais dinâmico, segundo a carta, seria preferível um material mais forte no acabamento. Mais uma vez aparecem ligados o interesse em armazenamento e a resistência do material.

c) - forma do objeto e participação do leitor na sua definição.

À medida que as três cartas fazem sugestões relacionadas ao aspecto físico da revista, este ponto abrange os dois anteriores. As cartas de jun/66 e de jan/67 não mencionam a resistência do material com que é confeccionada a revista, incidindo apenas no que concerne à necessidade de mudança de forma, à medida que muda a dinâmica de circulação. Essa sugestão é contemplada. Por seu turno, a carta de jul/66 sugere um outro tipo de material para "*segurar as folhas*", colocando-se ao lado da revista e procurando fazer-se partícipe da sua confecção, incidindo mesmo sobre a forma de circulação comercial, mais dinâmica. Embora a sugestão não seja aceita no que concerne ao tipo de material a ser usado no acabamento, é contemplada a necessidade de reforço no acabamento apontada na carta. Logo, todas as cartas têm reconhecidas, se não totalmente, pelo menos em parte, suas propostas de alteração do aspecto físico da revista. As respostas reconhecem sempre a possibilidade de transformação da revista em material mais duradouro, dilatando no tempo a sua possibilidade de produção de sentidos.

Embora seja possível perceber essas concordâncias entre cartas e respostas, pode-se insistir na existência de uma certa tensão sobre a própria natureza do veículo. Revista para guardar, portanto merecedora de um material mais resistente no seu acabamento, para que se tornasse mais duradoura, e de uma capa que a aproximasse materialmente de um livro. A intenção de transformá-la, de objeto de circulação dinâmica em objeto de caráter mais estático e mais perene, presente nas cartas, é atribuída, algumas vezes, ao tipo de tratamento dispensado aos assuntos abordados.

O editorial do exemplar nº. 6, de Set/66, começa da seguinte maneira:

“A juventude diante do sexo

Neste número, REALIDADE, ia concluir a publicação da grande pesquisa focalizando o que os jovens pensam, fazem e falam a respeito de sexo. Poucos dias antes da impressão da segunda parte de ‘A juventude diante do sexo’, entretanto, recebemos uma advertência do Exmo. Sr. Alberto Cavalcanti de Gusmão, Juiz de Menores da Guanabara, comunicando-nos que apreenderia a edição, caso publicássemos a conclusão da pesquisa. Na opinião do Juiz, o artigo era “obsceno e chocante.(...)”.

Neste mesmo exemplar, de Set/66, aparece uma sequência de cartas sob o subtítulo ‘A juventude diante do sexo’ e, em uma delas, o veículo em questão é nomeado como “livro-revista”:

“Sr. diretor: Em nome de centenas de jovens de São Bernardo, agradeço ao livro-revista Realidade, pela reportagem “A juventude diante do sexo”.

Jorge Maranesi Júnior - São Bernardo do Campo - SP”

Em Dez/66, nº 09, a pedido do mesmo Juiz de Menores, a revista divulga, na seção de cartas, a decisão do Juizado em que consta o seguinte trecho que interessa para a discussão sobre a forma em que devem circular as publicações:

“Colocada nas páginas da revista REALIDADE, de acesso fácil e indiscriminado a todas as idades, a matéria, evidentemente, tornou-se proibida. Se divulgada em

livros técnicos, debatida em aulas, conferências ou reuniões de adultos, poderá ser útil."

A decisão é datada de "27 de agosto de 1966", logo, não é necessário dizer que a revista já sabia do conteúdo da decisão quando publicou a carta de 'agradecimento' pelo "livro-revista".

Todos esses eventos podem ser entendidos como momentos de tensão na definição da natureza do veículo. Esta tensão se instaura com a confluência de critérios que serviriam para definir uma revista periódica e de outros que serviriam para definir um livro. Esses critérios podem ser depreendidos das próprias cartas acima citadas e das respostas.

Enquanto revista, Realidade é de circulação ampla e dinâmica, materialmente mais dobrável, exigindo armazenamento na horizontal, tem propagandas intercalando as matérias, e, por isso, seu manuseio e leitura são mais ágeis. O livro tem circulação mais restrita, devido aos assuntos que nele são tratados, bem como ao enfoque dado, e à sua forma material, que permite melhor acomodação na armazenagem. Geralmente sem propagandas, o livro é de leitura mais demorada, exigindo tempo e local mais apropriados. Enquanto revista periódica, Realidade é recebida como objeto de manuseio e circulação dinâmica, mas, na medida em que nela se encontra um determinado tipo de tema e de tratamento, passa a ser encarada como livro, material de arquivo e consulta.

À revista interessa esse caráter de livro, desde que o veículo não se descaracterize enquanto revista. Que o leitor a considere como livro é uma vantagem para a editora, uma vez que isso atesta o grau de importância da revista, que ultrapassaria o tempo vivido pelo leitor. Apenas alguns ajustes precisam ser

feitos, como o de não se ater ao número de páginas, considerando apenas as “*páginas redacionais*”, que seriam as caracterizadoras da importância do veículo e deixar que as outras páginas cumpram seu papel sem serem ‘questionadas’.

Interessa ainda mais o caráter de livro, quando se trata de disputar com o Juiz o veículo mais adequado para a circulação de certos temas, e é nesse momento que surge (bem-vinda) a carta que nomeia o veículo como “*livro-revista*”.

Mais tarde, em editorial do exemplar de Out/73, n.º 91, a revista aproveita essa discussão:

“... cada edição aprofundava de tal forma o tema central do número que até hoje são exemplares disputados avidamente por estudantes, professores, pesquisadores universitários.”

1.2 - Composição e textualização - sentidos em forma

Neste item, vou procurar explicitar como se coadunam os procedimentos de composição do veículo e da página do veículo com o procedimento de *mise en texte* (que traduzo aqui por *textualização*), operando na constituição de sentidos.

Tomo aqui mais especificamente a capa, a contracapa e o sumário de três exemplares (n.º 3, de Jun/66; n.º 63, de Jun/71; n.º 92, de Nov/73) para averiguar a possibilidade de estabelecer relações entre dois ou mais textos diferentes, identificando indícios de que parte dos sentidos é resultante da coadunação entre o procedimento de composição, visto no item anterior, e o procedimento de textualização, descrito por Chartier:

“On peut en effet définir comme relevant de la mise en texte les consignes, explicites ou implicites, qu’un auteur inscrit dans son oeuvre afin d’en produire la lecture correcte, i. e. celle qui sera conforme à son intention. Ces instructions, adressées clairement ou imposées à son insu au lecteur, visent à définir ce que doit être la juste relation au texte et à constituer son sens. (...)” (1985:79)

Sobre esse procedimento, também encontramos uma descrição do autor feita no debate com P. Bourdieu, (1985:222): *“procédés rhétoriques, des consignes qui sont donnés au lecteur, des moyens par lesquels le texte est construit, des éléments qui doivent entraîner la conviction ou le plaisir.”*

Assumir esse procedimento como produtivo no estudo de revistas periódicas, e mesmo de outros veículos, é reconhecer o equilíbrio que ele permite na consideração da prática da escrita de um texto, não o atribuindo apenas às intenções de seu autor, nem considerando o autor vítima absoluta dos processos de escritura. Se há sempre algo que lhe escapa, há também um conjunto de recursos disponíveis, acumulados pelos anos de trabalho na elaboração de uma tecnologia da escrita, dos quais o autor pode se servir para tentar limitar a liberdade do leitor. Parte relevante dos sentidos que serão constituídos no ato da leitura emergem conjuntamente das tentativas de controle e disso que escapa ao controle do autor.

Início a busca desses sentidos pelas contracapas dos três exemplares que tomo como centrais para este item.

Nas contracapas, cada número traz uma propaganda, cujos produtos são, respectivamente, “*Conhaque ILE-DE-FRANCE*”, “*Banco Nacional do Norte*” e “*Stock - Vermouth Italiano*”. Esta última traz o seguinte texto:

“Cada vermouth tem o preço que merece.

Stock custa o dobro dos outros.

Não basta dobrar o preço de um vermouth para provar que ele é melhor que os outros.

É preciso justificar centavo por centavo, na ponta do lápis. Ou melhor: na ponta da língua.

O sotaque italiano do vermouth Stock é impossível de ser traduzido em palavras.

Mas quando você o põe na boca, entende imediatamente o que isto significa.

Em cada garrafa de vermouth Stock entram mais do que simplesmente uvas muito bem selecionadas.

Entram especiarias e ervas aromáticas; entram séculos de conhecimento; entra o sol da Itália; e entra o amor de quem sabe fazer um vermouth que vale ouro.

Ou, pelo menos, que vale o dobro do preço dos outros vermouths.

STOCK VERMOUTH

Italiano tinto, branco doce e extra-dry.”



Cognac Brésilien de Catégorie Internationale

UM PRODUTO DE E. MOSELE S.A. - VINHOS - CHAMPANHES - CONHAQUES - CAXIAS DO SUL - R.G.S.

COM CHEQUES DE VIAGEM BANORTE VOCÊ LEVA UM GRANDE BANCO NA SUA BAGAGEM. SEM OCUPAR ESPAÇO.

Um Banco amigo é pra essas coisas mesmo.

Mais um serviço do

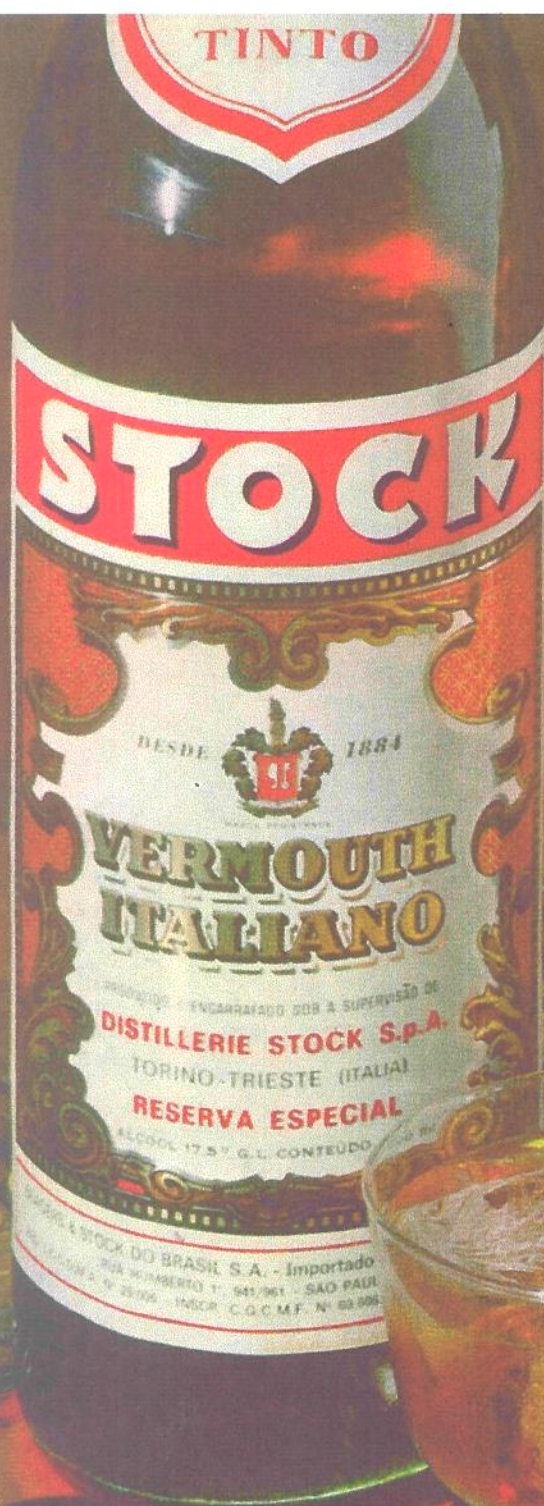


BANCO NACIONAL DO NORTE S.A.

um amigo na praça

MATRIZ: Recife — DEPARTAMENTOS: Aracaju, Arcoverde, Alibai, Belém, Belo Horizonte, Campina Grande, Caruaru, Cabotão, Curitiba, Diadema, Fortaleza, Garanhuns, João Pessoa, Limoeiro, Macaé, Manaus, Natal, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador, Santo André, Santos, São Luís, São Paulo, Teresina, Timbaúba, Vicente de Carvalho, Vitória e mais 17 agências urbanas.





Cada vermouth tem o preço que merece. O Stock custa o dobro dos outros.

Não basta dobrar o preço de um vermouth para provar que ele é melhor que os outros.

É preciso justificar centavo por centavo, na ponta do lápis. Ou melhor, na ponta da língua.

O sotaque italiano do vermouth Stock é impossível de ser traduzido em palavras.

Mas quando você o põe na boca, entende imediatamente o que isto significa.

Em cada garrafa de vermouth Stock entram mais do que simplesmente uvas muito bem selecionadas.

Entram especiarias e ervas aromáticas; entram séculos de conhecimento; entra o sol da Itália; e entra o amor de quem sabe fazer um vermouth que vale ouro.

Ou, pelo menos, que vale o dobro do preço dos outros vermouths.

STOCK VERMOUTH

Italiano tinto, branco doce e extra-dry

Nestes três números da revista, que não foram (e provavelmente não seriam) escolhidos pelas contracapas, pode-se verificar justamente nelas a indicação de uma direção comum para os sentidos, ou seja, um deslocamento em mão dupla: no espaço geográfico e na condição social, permeado pela adequação ao tempo moderno. Mas, como efeito, é preciso consumir primeiramente a revista, lugar da informação que vai funcionar como garantia da passagem por estes deslocamentos.

Percebe-se a promoção do deslocamento no espaço em frases como "*Cognac Brésilien de Catégorie Internationale*", "*Com cheques de viagem Banorte você leva um grande banco na sua bagagem.*" e "*Vermouth italiano*". Esses apelos ao deslocamento são sustentados pela idéia de que ele decorre do conhecimento de outros locais e de seus produtos. Seja pela possibilidade de trazer o produto estrangeiro para o próprio espaço de quem o deseja consumir, seja pela possibilidade de levar o produto local, o "*BNN*", para o lugar em que se vai buscar pelo menos o contato com o produto que está fora do próprio espaço. Propõe-se nessas propagandas um deslocamento que pode se dar simplesmente pela ilusão causada pela apropriação (ou visita) do produto de um outro lugar. A conquista do espaço do outro se daria pelo consumo do que lá se produz.

Numa outra mão, à contramão mesmo da defesa do produto nacional, presente nos discursos do governo da época, faz-se um deslocamento apoiado no valor do estrangeiro, do externo, daquilo que vem de fora. Para ser valorizado, o produto nacional, o interno, é preciso que ele seja um "*Cognac Brésilien de Catégorie Internationale*", escrito em francês; um banco que "*você leva...na sua bagagem*" para este outro lugar: o fora, o limite da viagem, onde se vai buscar algo bom; ou um "*Vermouth italiano*", pelo qual se paga o dobro, mas se sente

aqui o gosto desse fora, desse lá, desse longínquo, onde a grama é mais verde, onde há *“O sotaque italiano (...) que não pode ser traduzido em palavras.”*, onde *“Em cada garrafa de Vermouth Stock entram mais do que simplesmente uvas muito bem selecionadas. (...)”*

Segundo Fiorin:

“Há uma contradição básica entre a internacionalização do capital e a soberania absoluta do Estado nacional, pois aquela integra as economias e torna impossível a programação independente de cada economia nacional (cf. Mandel, 1982). Como os militares sempre se proclamaram nacionalistas, criaram um nacionalismo sui generis, o nacionalismo internacionalista. Evidentemente, o discurso não declara isso. Diz que o ingresso do capital estrangeiro é uma troca entre iguais e que aqueles que se opõem ao endividamento externo são contra a pátria porque querem vê-la sub-desenvolvida. (1988:92)

Deste ponto de vista, com o incentivo ao consumo do produto estrangeiro ou nacional com a qualidade do estrangeiro presente em seus textos, a revista complementa o trabalho do Estado ao mesmo tempo em que coloca na ordem do dia um combate às facções que se opunham à abertura do mercado para o capital estrangeiro.

As vias de saída do mundo cotidiano vêm marcadas no texto por duas máximas de senso comum, *“Amigo é pra essas coisas”* e *“Cada povo tem o governo que merece”*, para redizê-las e deixá-las, envelhecidas como no quadro

que serve de fundo para a primeira propaganda, abrigadas num tempo em que o produto nacional não tinha a qualidade do estrangeiro, bancos não podiam ser “*levados na sua bagagem*”, e o sabor do produto estrangeiro não vinha até você, nem mesmo pelo dobro do preço dos outros: “*Um banco amigo é para essas coisas mesmo*” e “*Cada vermouth tem o preço que merece.*”

O efeito produzido por este rearranjo operado nessas frases cotidianas pode ser o de que, percebendo suas tão velhas máximas revertidas em outras tão mais atuais, o leitor, ao identificar-se àquilo que reconhece, reconhece-se naquilo que não conhecia, desloca-se para aquele lugar presentificado no texto, reatualizando-se para o mundo que lhe é proposto, no qual os trajes velhos do nacional, conhecidos de outros carnavais, são revestidos com a qualidade do estrangeiro. No amor à pátria apóia-se sua própria negação. Para buscar o objeto distante, nega-se o objeto amado. Pleno de deslocamentos, atinge-se assim também um tempo, no qual deve-se situar todo aquele que queira sentir-se representado nesse modo de vida proposto na revista.

Partindo dessas representações do que seja o leitor adequado ao mundo moderno, vão-se colocando no discurso sentidos que contribuem para a construção de sua adequação ao tempo moderno, ou seja, este tempo em que tudo deve estar em permanente mudança. O leitor deve saber sobre o mundo exterior e poder deslocar-se, sem, no entanto, apresentar características ou valores muito diferenciados daquilo que encontrará lá fora, sob pena de não poder circular por não saber quais são os assuntos que podem ser tematizados num momento dado. A revista se incumbe de tornar presente o que comporia para o leitor o mundo externo.

Aos leitores cujos valores, cultura, etc., não estiverem de acordo com a organização do mundo, restará maior fixidez no lugar que lhe é próprio. E uma vez assumida sua inserção num lugar próprio, sua participação nessa ordem externa será restrita. Por isso, o leitor não pode receber a revista como um livro, pois isso poderia significar um isolamento para a leitura, a menos que, enquanto livro - ou transformada em livro - ela simplifique informações com vistas a capacitar o leitor para um diálogo com o mundo externo.⁸

Três propostas de deslocamento em três contracapas (des)locadas discretas à esquerda do leitor, entre a sintética importância da capa e a do sumário. Todas numa mesma posição, embora mude-se o tamanho da revista, talvez as funções dos sujeitos envolvidos na sua confecção, talvez o período histórico. Embora não fazendo parte "*das páginas redacionais*", nem estando à direita do leitor, como que indo pela sombra, as propagandas permitem que se faça elo entre o antes e o depois. Elas provocam o analista a olhar para o procedimento de composição como partícipe na constituição de sentidos. Vamos ao antes, às respectivas capas, para apontar um percurso possível de relações que se podem estabelecer entre as chamadas de capa e os deslocamentos propostos nas propagandas das contracapas.

⁸ - Neste aspecto, remeto à leitura de BENJAMIN, W. "O Narrador - considerações sobre a obra de Nicolai Lescov", in: *Magia e Técnica, Arte e Política: Ensaio sobre Literatura e História da Cultura. Obras escolhidas*. São Paulo: Brasiliense, vol I, 1994.

REALIDADE

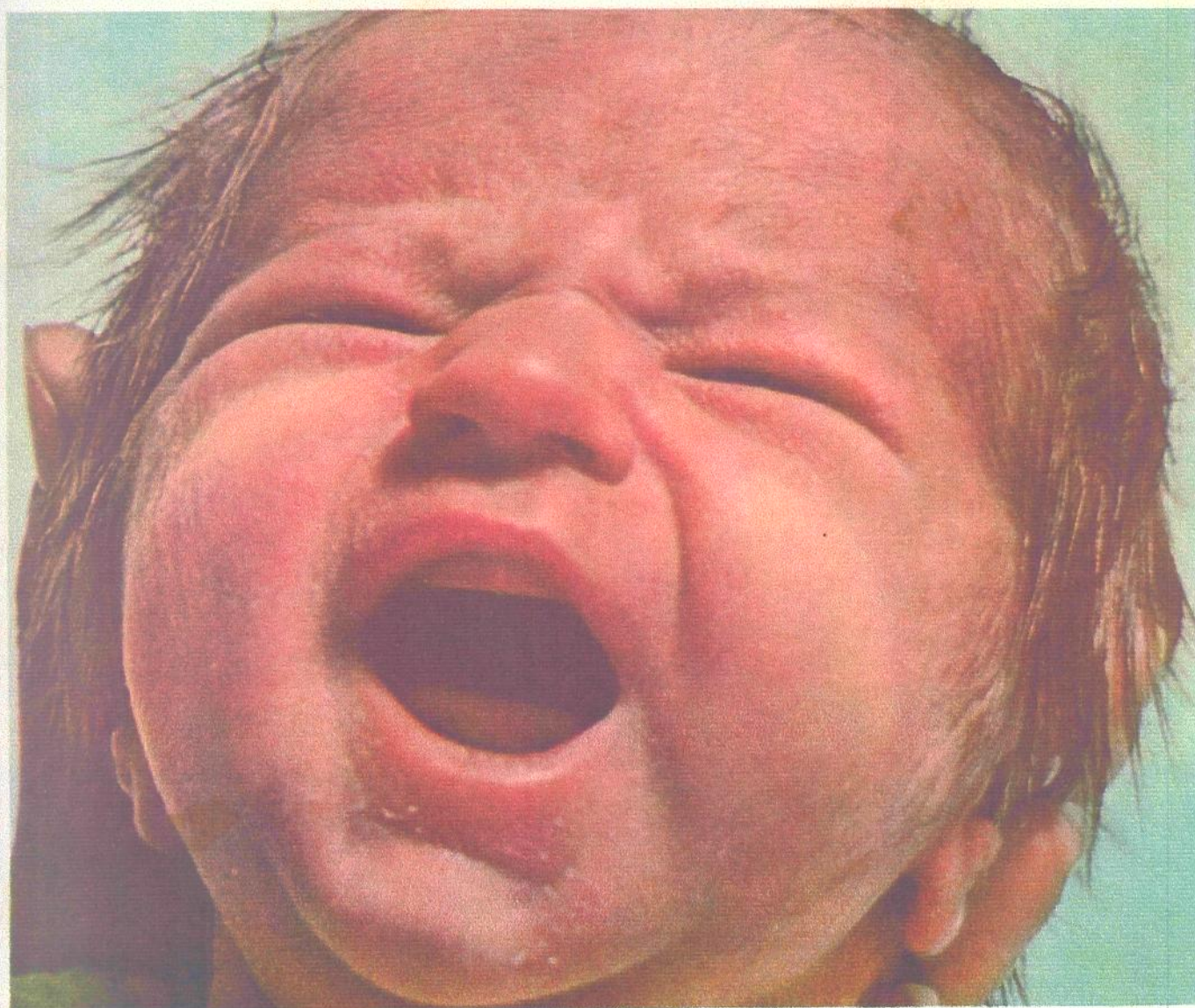
JUNHO 1986

UMA PUBLICAÇÃO DA EDITORA ABRIL

Cr\$ 70

A NOVA "GUERRA" DO PARAGUAI
RECEITA DA MULHER IDEAL
O MUNDO DO JOGO DO BICHO

NÃO TENHA MEDO DO CÂNCER
A FÁBULA DE JOÃO XXIII
NELSON RODRIGUES E A COPA



O primeiro ano da nossa vida: 30 fotos a cores

REALIDADE

JUNHO 1971

UMA PUBLICAÇÃO DA EDITORA ABRIL

Cr\$ 3,00

**O rico
Roberto
Carlos**

**Seu Sete
é um
negócio**

**Um homem
diz não
ao governo**

**Seu médico
afirma: você
é um chato**

**Que faz
você quando
dorme**

**A briga: He
Chacrinha,
Sílvio e Flá**

**Um repórter
dentro
do Cursinho**

**Aprenda
a arrumar
emprego**

**Ela é cafona mesmo?
O STRIP-TEASE
DE MARÍLIA PERA**



Meu filho, onde eu errei? • Lampião me ensinou a rezar
Seis dias num cofre com dois bandidos
Cuidado com as vitaminas! • Casa ao alcance de todos

Realidade

NOVEMBRO 1973

UMA PUBLICAÇÃO DA EDITORA ABRIL

Cr\$ 4,00

Novas fórmulas para o sucesso



O sexo na
velhice

Tanto o exemplar publicado em Jun/66, nº 3, quanto o exemplar de Jun/71, nº 63, têm o mesmo tamanho, trazem o título da revista ao alto, em maiúsculas e com altura das letras, no original, de 4,3cm. O que as diferencia é a cor, a distribuição das chamadas, a colocação da fotografia e as possíveis combinações com o interior da revista ou com outros exemplares.

O exemplar de nov/73, nº. 92, é o segundo número que aparece com mudanças mais pronunciadas na forma (incluindo novas medidas). Ele mede 3,0cm a menos na largura e 3,5cm a menos na altura, em relação aos exemplares de nº. 3 e 63. Aparecem cinco chamadas na borda superior, antes do título, distribuídas em três linhas. Só depois dessas três linhas e ainda abaixo de uma barra vermelha é que aparece o nome da revista, "*Realidade*", com apenas a inicial maiúscula. A altura das letras é agora de 3,3cm, portanto, 1,0cm a menos em relação à altura das letras do título das anteriores.

As diferenças entre os números, a princípio pequenas, como cor da letra, distribuição do texto na página e colocação da fotografia, vão sendo absorvidas pelo olhar do leitor, adaptando-o a um tempo em que tudo deve estar mudando, até chegar a modificações maiores como o tamanho da revista e o tratamento dado às matérias. Estas últimas preparam para grandes mudanças, ainda que impliquem desaparecimento daquilo que está em constante mudança, como foi o caso da própria revista.

Como nas contracapas, as capas também propõem estratégias para se atingir um outro modo de vida, apostando num desejo de se atingi-lo e sugerindo ao leitor que esse deslocamento é possível. A revista faz isso mobilizando sentidos que contribuem para delinear esse outro modo de vida diante do leitor.

Com relação ao encadeamento de sentidos resultantes da relação entre o procedimento de composição e o de textualização, proponho alguns passos metodológicos que considero básicos para a análise de uma revista periódica. Uma vez eleita uma página ou um texto como ponto de partida, é necessário sair em busca de relações com outros textos. Embora tome a capa como núcleo da análise, ou como ponto de partida para o estabelecimento de relações com outros textos, qualquer outro ponto de uma revista periódica pode ser colocado nesta mesma função.

São as seguintes as relações a serem verificadas na sequência deste trabalho: a) na própria capa; b) entre a capa e o interior do mesmo número; c) entre a capa e o interior de números diferentes; e d) entre capas de números diferentes.

Tais relações serão estabelecidas em meu trabalho em função do conceito de deslocamento levantado a partir da análise das contracapas, o que já é apontar uma relação entre as três capas e as três contracapas.

a) relações possíveis na própria capa

Observe-se, por exemplo que, na capa do nº. 63, a cor das letras do título da revista, e a cor da roupa usada pela atriz Marília Pêra é a mesma: lilás. Junte-se a isso a chamada sobreposta à imagem, "*Ela é cafona mesmo? O strip-tease de Marília Pêra*".

Como já se procurou fundir o nome da revista com a qualidade do papel, com a publicação de uma carta em que aparecia a nomeação *papel-REALIDADE*, agora, através da cor, procura-se fundir o nome da revista com uma verdade. É como se essa verdade se escondesse embaixo da máscara de uma personagem, de

um figurino, mostrados apenas à luz do palco, e que seria desnudada retirando-se figurativamente a roupa da atriz, como ocorre quando se abre a revista. Através da pergunta, a revista promete revelar ao público a atriz. Na afirmação logo abaixo da pergunta, o desnudamento que se anuncia é o da atriz e não o da personagem.

Outro percurso a ser considerado na capa do exemplar nº. 63, vai da chamada anunciando a matéria sobre um rico senhor e termina com "*Aprenda a arrumar emprego.*" Se a riqueza desse senhor é apresentada como informação da existência de uma outra condição social, a necessidade de se ter um emprego é colocada como condição para o deslocamento que abrange o espaço, a condição social e o tempo.

Ainda no nº. 63, encontra-se uma relação possível entre duas chamadas a partir do eixo que vai da pressuposição de que a riqueza permite o acesso ao mundo novo. Elas aparecem em sequência: "*O rico Roberto Carlos*", de onde a palavra *rico* retumba na palavra *negócio* de "*Seu Sete é um negócio*".

Observe-se ainda, na capa do nº. 63, que a presença de "*Roberto Carlos*", cantor; "*Marília Pêra*", atriz; e de "*Hebe, Chacrinha, Sílvio e Flávio*", apresentadores de programas de televisão, são uma possibilidade de estabelecer outras relações de sentido numa mesma capa, por pertencerem todos ao chamado meio artístico ou, antes, mundo televisivo⁹. A televisão com seus programas são oferecidos como símbolos da modernidade.

⁹ - O aparecimento desses personagens nas chamadas de capa marca uma tendência. Com o crescimento da televisão, a revista obrigatoriamente tem de refleti-la, num exercício de adaptação ao mercado. Embora esta espécie de condicionamento ou influência mútua entre televisão e revista seja assunto para uma pesquisa específica, não podemos deixar de ver neste conjunto de nomes a possibilidade de investigação sobre sentidos que perpassariam dois objetos diferentes da mídia.

b) relações entre a capa e o interior do mesmo número

A colocação da fotografia no centro da página, no nº. 63, de maneira que sobram duas bordas pretas dos lados, como se fossem as cortinas de um teatro, está diretamente relacionada à promessa de mostrar uma atriz de teatro e falar mais de sua peça e de suas participações em programas de televisão.

O que a revista promete é trazer à luz alguns assuntos que julga de interesse do leitor. Abertas as cortinas do teatro revela-se a personagem; abertas as páginas da revista, o leitor ficará sabendo mais do que isso, ele conhecerá a atriz. A revista se anuncia na composição da capa como portadora de informações que julga interessantes ao leitor.

Também é possível verificar relações entre uma chamada de capa e matérias que discorrem sobre outros assuntos. A campanha que se faz em função da copa do mundo, no exemplar de jun/66, nº. 3, publicado no mês anterior à sua realização na Inglaterra, permite estabelecer relações a partir da chamada de capa, "*Nelson Rodrigues e a copa*", com matérias e propagandas publicadas no interior da revista.

Neste exemplar, chama a atenção o número de propagandas de companhias aéreas. Ainda que nem todas façam vôos internacionais, é possível pensar num investimento feito em benefício dessas companhias a propósito da copa. Além disso, aparece uma fotografia com um avião ao fundo na matéria intitulada "*A nova 'guerra' do Paraguai*", também anunciada na capa, que é seguida por outra intitulada "*Olha o avião*", que traz onze fotografias de aviões ou de detalhes de aviões. A leitura dessa matéria pode dar ao leitor uma certa tranquilização com relação a este tipo de meio de transporte. Veja-se o parágrafo abaixo extraído da última coluna da matéria:

"O comandante Dorval, funcionando de Co-piloto, tem um papel à sua frente onde vai fazendo anotações constantemente. O rádio-telegrafista entrega a todo instante um quadro completo da situação atmosférica nas regiões próximas do avião. A tripulação está todo o tempo ocupada, é praticamente impossível um imprevisto. Ainda que duas turbinas parassem, ainda que o trem de aterrissagem não descesse, eles teriam medidas de segurança para levar o aparelho a um pouso normal." (Jun/66:43)

Na seção "*Panorama - livros*" este exemplar traz várias indicações de livros sobre futebol. Ao mesmo tempo, verifica-se uma relação entre a capa e o interior da revista e o estabelecimento de relações entre diferentes objetos portadores de textos.

c) relações entre a capa e o interior de números diferentes

O jogo de luz e sombra usado para expor a fotografia da capa do n°. 63 é semelhante ao usado na propaganda da Variant. Nesta, propõe-se desvelar na luz o mundo do movimento, uma verdade externa ao mundo da personagem da peça publicitária. Naquela, propõe-se ir além, desvelar para além da personagem e da luz do palco, a atriz. Em ambas há uma promessa de verdade, já que a revista se coloca como sua portadora. Na propaganda da Variant, à luz está o passeio, o que pode ser dito; na capa do n°. 63 está a atriz, que pode falar sob a máscara da personagem ou como profissional.

O leitor pode contentar-se apenas com o que se revela à luz do sol pela janela ou à luz do palco pela abertura das cortinas do teatro, ou então ler a revista

para saber mais, para além da luz do palco, ou convencer-se da necessidade de adquirir um carro novo.

d) relações entre capas de números diferentes

Do ponto de vista das relações que se podem estabelecer entre dois números diferentes, sugiro, num primeiro 'olhar', uma aproximação entre duas estratégias que podem ser usadas para ganhar dinheiro: "*O mundo do jogo do bicho*", nº 3, e "*Seu sete é um negócio*", nº 63. É a riqueza, apontada como possibilidade nas duas chamadas, que garantiria acesso a um mundo novo, a uma nova condição social.

É tempo de se atirar ao consumo do produto nacional com qualidade internacional, de viajar em companhia de um banco em busca de coisas melhores, ou a fim de trazer o produto estrangeiro, melhor, para consumo local. Para isso, são necessários os negócios, ser rico, acertar no jogo ou, talvez, pertencer ao meio artístico. Como suporte para essa esperança de deslocamento, é imperativo saber arrumar emprego (nº. 63) ou ainda conhecer "*Novas fórmulas de sucesso*". Isto vai culminar, no nº. 92, com os conselhos, uma espécie de auto-ajuda, apresentados nas chamadas de capa, como vimos acima. Mas é preciso antes de tudo que se esteja convicto de que é possível atingir esse lugar melhor, configurando esse duplo deslocamento. A revista então tratará de fornecer elementos para delinear noções desse outro espaço, condição social e tempo, continuando sua disposição de 'ensinar' ao leitor, e despertar nele o desejo de ingresso nesse processo.

Ao fornecer 'orientações' para o acesso às riquezas, ao emprego e às informações pertinentes ao mundo moderno, a própria revista se reveste de promotora dos deslocamentos que sugere. Vamos agora ao depois, os sumários.

REALIDADE

UMA PUBLICAÇÃO DA EDITORA ABRIL — ANO I — NÚMERO 3 — JUNHO 1966

Editor e Diretor: VICTOR CIVITA

Redação

Redator-Chefe: Paulo Patarra
Editor de Texto: Sérgio de Souza
Redatores: Carlos Azevedo,
Micheline Gaggio Frank, Narciso
Kallil, José Carlos Marão, Luiz
Fernando Mercadante,
José Hamilton Ribeiro
Pesquisas: Duarte Lago Pacheco
Secretário Gráfico: Wille Guimarães
Chefe de Arte: Eduardo Barreto Filho
Diagramadores:
Jaime Figuerola, Rubem B. Moraes
Fotógrafos: Luigi Mamprim, Jorge
Butsuem, Rogar Bester, Lew Parrella
Sucursal, Rio: Alessandro Porro
Milton Coelho, Néelson di Rago
Sucursal, Nova Iorque: Odilio Licetti

Administração

Diretor Comercial: Alfred Nyffeler
Vice-Diretor de Publicidade:
Sebastião Martins
Gerente de Publicidade, S. Paulo:
Rubens Molino
Representantes, São Paulo:
Luiz Celso Ferraz do Amaral, Pêrsio
Pisani, Sílvia Fernandes

Representantes, Rio: Kleber V. Buhr
Porto Alegre: Jesus C. Oarives
Belo Horizonte: Afonso Torres
Curitiba: Edison Helm
Diretor Administrativo de Publicidade:
Antônio Cioccoloni

*

Diretor Editorial: Luís Carta
Diretor Comercial:
Domingo Alzugaray
Diretor de Publicidade:
Paulo Funke
Diretor do Escritório
do Rio: André Raccach
Diretor Responsável:
Edgard de Sílvia Faria

REALIDADE é uma publicação da Editora Abril
Ltda. / Redação, Publicidade e Correspondência:
Rua João Adolfo, 113, 8.º, São Paulo. / Adminis-
tração: Rua Álvaro de Carvalho, 48, 6.º e 7.º and.,
São Paulo. / Sucursal, Rio de Janeiro: Av. Pre-
sidente Vargas, 502, 18.º, fone: 23-8913. / Su-
cursal, Porto Alegre: Av. Otávio Rocha, 134, 6.º,
fone: 4776. / Sucursal, Belo Horizonte: Av. Goia-
cazes, 43, cj. 301-2, fone: 4-7146. Sucursal, Curi-
tiba: Edifício Galeria Tijuca, Rua Cândido Lopes,
11, 15.º and. cj. 1516 — C. Postal 3121. Telefone:
4-5937 - 4-9427. Distribuição exclusiva para todo o
Brasil da Distribuidora Abril S.A. Preços: sam-
plar avulso Cr\$ 700. Assinatura semestral Cr\$ 1.200.
Assinatura anual Cr\$ 2.400. Nenhuma pessoa está
credenciada a angariar assinaturas desta publi-
cação. Se for procurado por alguém, denuncie-o
às autoridades locais. Números atrasados: no
Rio, Rua República do Líbano, 19; São Paulo,
Rua Martins Fontes, 163-165. Pelo Correio: Caixa
Postal 7901. / Todos os direitos reservados. / Im-
pressa em oficinas próprias e nas da S.A.I.B.
Soc. Anônima Impressora Brasileira, São Paulo.
As opiniões que aparecem nos artigos assinados
não representam necessariamente o ponto de vis-
ta da revista, podendo até ser contrárias a este.

Capa

Um fotógrafo inglês, Robert Freson, montou seu estúdio numa maternidade e passou três semanas tirando fotos de bebês. Começou pelo choro.

Política

18

Está aberta a sessão. Um passeio por dentro do Congresso Nacional, contando o que é o Legislativo e como vivem os deputados e senadores.

Internacional

28

A nova "guerra" do Paraguai. Um repórter e um fotógrafo foram a Assunção e Sete Quedas para ver o lado paraguaio da disputa de fronteiras.

Aventura

36

Olha e avião. Pilotando um teco-teco, na cabina de um DC-3 ou atrás dos comandos de um jato, há sempre um homem capaz de contar boas histórias.

Medicina

44

O câncer tem cura. Mas é preciso descobri-lo ao primeiro sintoma. E tratá-lo. A ignorância e o medo até do nome da doença também matam.

Perfil

52

Este é o Humberto. Quem é o homem que se esconde atrás do presidente da República? Em menino ele só pensava numa coisa: um dia ser capitão.

Documento

60

A vida começa aqui. Do primeiro grito até conseguir ficar de pé sem nenhuma ajuda — na 52.ª semana — o bebê descobre o mundo em sua volta.

Mulher

74

Receita de mulher. Para Otto Stupakoff, não foi difícil ilustrar a poesia de Vinícius de Moraes Bastou achar Paula Pritchett, a mulher da receita.

Religião

84

A fábula de Papa João. Quando ele morreu, sua alma escapou devagarinho do corpo e percorreu mansamente os lugares que lhe eram mais queridos.

Jôgo

92

Qua bicho deu hoje? Há mais de setenta anos esta pergunta se repete todos os dias no Brasil. A resposta faz milionários e também desilusões.

Futebol

98

O drama das sete Copas. Néelson Rodrigues conta, com aquele jeito que só ele sabe, a história da Copa Mundial desde 1930. E reza pela próxima.

Crime

108

O tira. Onde vivem os criminosos, lá está o policial. Perseguido um assaltante ele corre o escuro mundo dos marginais, em sua dura caça ao homem.

Humor

118

A arte da cantada. Cantar mulher transformou-se em hábito para o latino. O brasileiro, então, é especialista, capaz de se disfarçar. Até de anjo.

REALIDADE

JUNHO, 1971
UMA PUBLICAÇÃO
DA EDITORA ABRIL
ANO VI — N.º 63



PERFIL

MADAME CAFONA, CAFONA?

10

Assim que ela sai do palco se transforma em outra Marília Pêra. Por quê?

ENSAIO

UM ENTÉRRO NA SELVA

30

A mamãe elefante caminha na selva seguida pela manada. A mamãe vai morrer.

SONO

SUA VIDA, NA CAMA

34

Você dorme e, de cinco em cinco minutos, muda de posição. Você acredita?

EDUCAÇÃO

QUEM É ESTE HOMEM?

42

Felipe Spotorno é um homem de muitas profissões. Uma delas está no Mobral.

LÍDER

PEDROSO "NÃO" HORTA

58

Pedroso Horta fala duro do governo. Ele não tem nada a perder, dizem.

ESPECIAL

NEM MARX NEM JESUS

75

Uma tese surpreendente: a nova revolução mundial virá dos Estados Unidos.

PESQUISA

DESABAFO DOS MÉDICOS

84

Os médicos, entre outras coisas, dizem que você não paga. Isso é verdade?

BELEZA

HENA, A INVASORA

94

Hena saiu da África disposta a conquistar a Europa. Incrível: ela conseguiu.

RELIGIÃO

LAVAGEM CEREBRAL?

100

Repórter de REALIDADE entre os 65 homens do 127.º Cursilho da Cristandade.

DOMINGO

VAMOS COMER TELEVISÃO?

110

Repare: na ceia dos campeões do Ibope, os pratos são quase todos iguais.

CONCURSO

UM CLIQUE POR 100 000

118

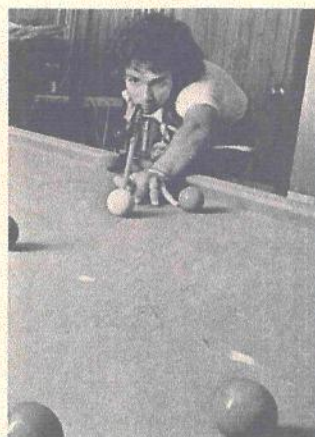
Ainda há tempo para você trocar sua melhor foto por 100 000 em prêmios.

SERVIÇO

PRECISA-SE DE DESEMPREGADOS

133

É difícil arrumar emprego, há muitos segredos. Nós lhe dizemos quais são.



O RICO SR. BRAGA 18
Tôda a fortuna do milionário Roberto C. Braga.



EIS UMA GUERRA 50
Belfast, Irlanda: os católicos contra protestantes.



MILAGRE NA PRAÇA 122
Um milagre por Cr\$ 5,00.
Procurar Seu 7 da Lira.

Tomando agora o sumário como ponto de partida, procuro verificar: a) os elos possíveis entre o que se apresenta nos sumários dos três respectivos números e o conceito de deslocamento que verifiquei na análise das contracapas; b) o contraste entre eles indicando a redefinição do 'nicho de leitores' da revista; e, c) as possíveis relações entre os sumários e os outros textos que aparecem na revista.

a) elos entre os sumários e as contracapas.

Como se pode verificar, nos sumários não faltam exemplos de pessoas que passaram por deslocamentos como os propostos nas propagandas publicadas nas três contracapas. Aparecem personalidades que ocupam cargos máximos como um papa, um presidente, artistas no auge de suas carreiras, etc.; alguns de origem humilde e com sonhos modestos na infância.

No nº. 3, chamo a atenção especificamente para os temas "*Política*", "*Perfil*" e "*Jôgo*". O primeiro promete mostrar "*como vivem os deputados e senadores*", senhores tradicionalmente conhecidos como pessoas que mudaram de condição social, e que vivem em pleno deslocamento no espaço. O segundo apresenta o então presidente da República, "*Marechal Humberto de Alencar Castelo Branco*", como alguém que "*Em menino ele só pensava em uma coisa: um dia ser capitão*". E, finalmente, para quem não atingiu tais níveis de deslocamento, o tema "*Jôgo*" apresenta uma alternativa. Permeando tudo isso, o tema "*Aventura*", traz uma matéria sobre o avião, possibilidade máxima em velocidade para deslocamento no espaço, para servir a pessoas como os deputados, que precisam se deslocar rapidamente.

A designação, "*campeões do Ibope*", atribuída no sumário do nº. 63 aos apresentadores de televisão "*Hebe, Chacrinha, Sílvio e Flávio*", que aparecem na

chamada de capa, atesta o deslocamento. Dos nomes comuns com que se fazem conhecer no dia-a-dia do telespectador, esses apresentadores são alçados para um posto, “*campeões*”, aqueles que triunfaram.

No mesmo exemplar, no sumário, um produto quase antropomorfizado - não fosse a nomeação “*a invasora*” a mesma usada para um conjunto de ervas consideradas prejudiciais à agricultura - a “*Hena*” é apontada como triunfante neste exercício de deslocamento: “*Beleza - Hena, a invasora 94 Hena saiu da África disposta a conquistar a Europa. Incrível: ela conseguiu.*”

Aparece, ainda no nº. 63, uma promessa para ajudar nesses deslocamentos: “*Concurso - Um clique por 100.000 118 - Ainda é tempo para você trocar sua foto por 100.000 em prêmios.*”.

Esses dois últimos exemplos contribuem para construir a ilusão de que a integração pode se concretizar através da riqueza que se conseguiria pelo esforço ou pela sorte.

Meios de comunicação, meios de transporte, objetos de consumo, exemplos pessoais e conselhos, embora mude o formato, os temas, o público, etc., tudo continua contribuindo para presentificar as mesmas possibilidades de deslocamento que se encontram nas contracapas, instaurando um clima favorável ao consumo, à desestabilização do cotidiano, em busca de algo bom e longínquo.

b) o contraste entre os sumários indicando a redefinição do ‘nicho de leitores’

O sumário aparece na página 3 dos três números em questão ocupando dois terços da página nos exemplares de nº. 3 e 92, e a página inteira no nº. 63. A revista nº. 3, ao contrário das outras duas, não traz na mesma página do sumário o símbolo da editora. Nos exemplares de nº. 3 e 92 a ficha técnica aparece ao lado

do sumário, ocupando um terço à esquerda do leitor. No nº. 63 ela aparece na página 4, portanto à esquerda do leitor. Neste número, um terço da página 3, à direita do leitor, é ocupado por três fotografias relacionadas às matérias com chamadas e indicação da página logo abaixo. Por ser a página mais olhada pelo leitor, por permanecer estática enquanto a outra é movimentada, ali são colocadas fotografias relacionadas às matérias. Essas fotografias, não só estão na página localizada à direita do leitor, mas estão no lado direito da página à direita, a primeira porção da página que aparece aos olhos do leitor quando ele vira a página anterior.

As diferenças observadas entre os sumários tanto podem indicar uma preparação do leitor para integrar um mundo em que tudo está em processo de mudança e aceitar redirecionamentos maiores na linha editorial da revista, como o acolhimento, através dessas mudanças, de um novo grupo de leitores.

O sumário do exemplar nº. 3 começa apresentando a capa, é dividido em temas ("*Política*", "*Internacional*", etc.), seguidos da indicação da página, depois do título e de um breve resumo da reportagem.

No sumário do nº. 63 não há a apresentação da capa. É dividido ainda em temas, embora os três títulos que se encontram sob as fotografias, à direita do leitor, não estejam vinculados a um tema. Apresenta um título, mas ele não corresponde exatamente ao que se encontra no interior da revista. Após o título, dá a indicação da página e, em seguida, apresenta um resumo da reportagem, equivalendo aproximadamente à metade daqueles apresentados no nº. 3.

No nº. 92 não há apresentação da capa, nem divisão em temas, nem resumos. Apresentam-se apenas os títulos e as respectivas páginas. Logo abaixo

da relação de títulos, aparece, no exemplar de nº. 92, uma subdivisão - que não aparecia nas anteriores - denominada "Seções", com dez títulos.

Nos dois outros exemplares, o número de seções era bem menor; talvez por isso não aparecessem nos sumários. Na revista nº. 3, por exemplo, havia como "Seções" apenas "Cartas", "Panorama", dividida em "televisão, teatro, livros e cinema", e, na última página, "Brasil Pergunta", acompanhada por uma explicação: *"Esta última página é de debate. Aqui, respondendo aos leitores, personalidades entram em choque, discutindo problemas nacionais."* Neste número a pergunta que aparece é *"É verdade que, no Brasil, todo o poder está nas mãos dos militares?"*. Uma personalidade responde sim; outra, não. Em rodapé aparece o nome do leitor que fez a pergunta e sua cidade. O nº. 63 traz apenas duas seções "Cartas", no início, e "Roteiro", no final, não aparecendo, portanto, a seção "Brasil Pergunta". A seção "Cartas", diferentemente dos outros dois exemplares, começa com um texto instigador:

"Você faz a pergunta para uma personalidade importante e REALIDADE consegue a resposta. Neste número, Henfil dá a solução para o Flamengo ser campeão carioca, e o bispo dom Paulo Evaristo diz o que pensa sobre o escritor Morris West."

Além de acostumarem o olhar do leitor a um veículo em constante mudança, essas diferenças entre os sumários parecem indiciar que a revista vai se curvando à "impaciência do leitor" e, ao tentar absorver como leitores aqueles "que julgam ter direito de manifestar-se em defesa de seus interesses", (Tretiakov, op. cit.), acabou por redefinir seu "nicho social de recepção" (Chartier, op. cit.).

A seção de “*Cartas*” do exemplar de Nov/73, nº. 92, apresenta 15 cartas, todas elogiosas às mudanças com que o nº. 91 apareceu nas bancas. Transcrevo aqui duas cartas que julgo representativas da possibilidade de leitura agora em outros ambientes, o que pode contribuir para a configuração de um grupo diferente de leitores, e do acolhimento de ‘colaborações’ do leitor.

“Renovação aprovada

Sr. Diretor: Agradou-me bastante a nova REALIDADE. O formato de agora é bem melhor e mais portátil, principalmente quando se está dentro de um ônibus, cercado de confusão por todos os lados. Francisco B. Ventura, Ribeirão Preto - SP”

Colaborações

Sr. Diretor: Achei sensacional a idéia de publicar colaborações dos leitores: piadas (históricas, inclusive), mentiras e coisas pessoais. Vou colaborar no que puder. Elisabete Lemos, Rio - GB”

Na página 6 do nº. 92 aparece um anúncio intitulado “*Você pode ser o editor desta revista*”, em que se promete pagamento em dinheiro a leitores que enviarem material para algumas de suas seções ou contribuições do tipo “*Histórias pessoais de interesse geral*”, caso sejam selecionados e publicados.

O novo público que se pretende atingir ou produzir com o novo formato talvez explique o redirecionamento do enfoque que se pode observar desde os títulos presentes nos sumários. Relacione-se “*DOMINGO VAMOS COMER TELEVISÃO? 110 Repare! Na ceia dos campeões do Ibope, os pratos são quase*

todos iguais.”, Jun/71, e “*Os artistas: eles divertem o mundo 35*”, Nov/73. A primeira faz uma análise crítica dos programas cujos apresentadores têm seus nomes na chamada de capa, enquanto a segunda, após o título da matéria na página 35, “*Eles divertem o mundo*”, e de uma espécie de esclarecimento, “*Os artistas são tão importantes na vida da humanidade que a revista ‘Life’ dedicou-lhes 392 capas, das suas 1864 edições.*”, limita-se a apresentar fotografias de artistas com algumas breves indicações abaixo. Por exemplo:

“Um sonho de mulher

Ajoelhada na cama, com um sorriso provocante, Rita Hayworth faz uma pose muito encontrada no clássico quadro da mulher fatal de 1941.”

Com um outro nível de exigência talvez, ou visto no interior das diferenças sociais cada vez mais consolidadas, as possibilidades de deslocamentos também são divididas de acordo com os anseios de cada grupo social a que pertencem os leitores que se pretende atingir.

No número nº. 92, três títulos do sumário apresentam possibilidades diferentes de deslocamentos. A relação com as contracapas se mantém, mas surge um novo elemento: a adesão do leitor pode ser feita de maneira decrescente, “*A vitória na vida*”, “*Consiga facilmente dinheiro para a casa própria*” e “*Como gostar do trabalho*”. O leitor pode querer o máximo, “*vitória na vida*”, ou algo de mais modesto, “*dinheiro para casa própria*”, ou ainda conformar-se, talvez para manter as ilusões anteriores no campo do possível, “*gostar do trabalho*”.

Com a mudança na forma, nos temas e na orientação dada a eles na revista, constrói-se um outro público leitor, a quem se podem oferecer possibilidades de deslocamentos de maneira gradual.

No nº. 63, no entanto, já havia marcas de diferenças entre os grupos de leitores a serem atingidos, exigindo que a revista enfocasse empregados e desempregados: *“Educação - Quem é este homem? 42 Felipe Spotorno é um homem de muitas profissões. Uma delas está no Mobral.”* e *“Serviço - Precisa-se de desempregados 133 É difícil arrumar emprego, há muitos segredos. Nós lhe dizemos quais são.”*

c) relações entre os sumários e os outros textos que aparecem na revista.

A identidade entre as chamadas de capa, os títulos das matérias nos sumários e na página em que as matérias têm início nem sempre existe e isso merece considerações. No nº. 3, das seis chamadas de capa, uma se repete no sumário e no início da matéria, cinco mudam da capa para o sumário, enquanto todas as seis são idênticas no sumário e como título na página em que começa a matéria. No nº. 63, nenhuma das oito chamadas de capa coincide com o título apresentado no sumário, o qual, por sua vez, não coincide com o título presente na página em que se inicia a matéria. No nº. 92, das seis chamadas de capa, duas coincidem com o sumário e com o título apresentado no início da matéria e quatro não coincidem, nem com o sumário, nem com título no interior da revista.

Considerando essas alterações como estratégias, investigo suas finalidades em alguns exemplos.

No exemplar de nº 63, além da estratégia de colocar três fotografias no sumário, ocupando a parte da página mais olhada pelo leitor, pode-se verificar

uma outra baseada na não coincidência da chamada de capa com o título da matéria apresentado no sumário e no início da matéria no interior da revista.

Observe-se que a matéria sobre o cantor Roberto Carlos, que foi anunciada em chamada de capa como "*O rico Roberto Carlos*", aparece no sumário, colocada sob a fotografia do cantor, com o título "*O rico Sr. Braga 18 Tôda a fortuna de Roberto C. Braga*". Na página 19, onde começa o texto da matéria, o título é "*Tôda a fortuna do Sr. Braga*". Procede-se a uma espécie de rodízio entre os termos que compõem as frases, de maneira que esses anúncios sejam lidos sempre como algo novo e de maneira a parecer ao leitor que o que ele vai ler ainda não foi anunciado.

Estratégia muito semelhante é empregada com a apresentação da terceira fotografia, na qual se encontra a inscrição "*7 rei da lira*", que apresenta poucas marcas que permitam aproximação com a chamada de capa "*Seu Sete é um negócio*". O numeral "7" pode ser relacionado à palavra "*Sete*", que sugere um nome próprio devido à inicial maiúscula, e a palavra "*Lira*", se encarada como nome de uma moeda, pode relacionar-se à palavra "*negócio*".

A leitura do trecho colocado abaixo da fotografia, "*Milagre na praça 122 Um milagre por Cr\$5,00. Procurar seu 7 da Lira.*", aumenta as possibilidades de relação com a inscrição presente na fotografia e com a capa. O pronome de tratamento "*Seu*" seguido do numeral "7" no sumário, e seguido da palavra "*Sete*" na capa, estabelece a possibilidade de compreensão de que "*7 rei da Lira*" é uma pessoa. Na página 122, a matéria tem início sob o título "*Vende-se milagre.*", cujas relações com o trecho do sumário colocado sob a fotografia se dão mais facilmente através da frase em forma de anúncio "*Um milagre por Cr\$5,00.*" e, com a capa, através da palavra "*negócio*".

Em ambos os casos, as *instruções dirigidas ao leitor* (Chartier, op. cit.) na capa, no sumário e no título da matéria, corroboram para que este não escape à compreensão do eixo central das duas matérias: no primeiro caso, trata-se da fortuna do cantor Roberto Carlos; no segundo, a idéia de que “*Seu 7 da Lira*” é na ‘verdade’ um negociante.

Se nesses dois exemplos as *instruções* estão presentes desde a capa, em outros casos, a direção que se vai dar à matéria não é insinuada na capa, às vezes nem no sumário, criando-se uma espécie de (des)relação entre eles.

A relação entre as chamadas de capa do n°. 63, “*O rico Roberto Carlos*” e “*Seu Sete é um negócio*”, foi fácil apontar quando propus uma análise das capas a partir das palavras “*rico*” e “*negócio*”. No sumário esta relação pode ser mantida se se considerar que os pronomes de tratamento “*SR.*” e “*Seu*”, embora este último seja mais popular, aproxima duas pessoas respeitáveis. Pode-se argumentar também que as palavras “*fortuna*” e “*milionário*” relacionem-se com o fato de que, por ser muito importante, haverá muitas encomendas de “*Um milagre por Cr\$ 5,00*”, o que trará “*fortuna*” ao milagreiro, fará dele um “*milionário*”. Alguns bens do “*Sr. Braga*” e de “*Seu Sete*” são apresentados nas matérias, o que permite que as relações se mantenham.

Bastante difíceis de serem apontadas apenas com os elementos presentes na capa são as possíveis relações entre “*Seu Sete é um negócio*”, “*A briga: Hebe, Chacrinha, Silvio e Flávio*” e “*Um repórter dentro do Cursinho*”. No entanto, no sumário, estão presentes algumas pistas pelas quais o leitor pode começar a se orientar para verificar uma postura mais geral da revista sobre um determinado assunto.

Em primeiro lugar, observe-se que “*Religião - Lavagem cerebral? 100 Repórter de REALIDADE entre os 65 homens do 127º. Cursilho da Cristandade.*”, instaura, através da interrogação, uma forte possibilidade de redirecionamento no tratamento do tema com relação à chamada de capa. Como está colocada na capa, ela não provocaria uma rejeição de um leitor favorável ao Cursilho, talvez a provocasse em um leitor contrário. A questão colocada no sumário pode despertar a curiosidade de ambos, uma vez que, considerando-se apenas este tema, ainda possa ser cedo para arriscar uma hipótese sobre a direção que será dada à matéria.

Uma leitura mais demorada do sumário como um todo pode fornecer elementos para que uma hipótese possa ser feita com menor risco.

A palavra “*Cristandade*”, do tema “*Religião*”, por exemplo, pode ser relacionada à palavra “*ceia*” de “*Domingo - Vamos comer televisão? 110 Repare, na ceia dos campeões do Ibope, os pratos são quase todos iguais.*”, cujo posicionamento crítico frente aos programas de televisão parece bastante claro. Posicionamento este que, a exemplo da matéria sobre o “*Cursilho*”, não estava presente na chamada de capa. Da maneira como foi anunciada na capa, a matéria sobre os apresentadores de programas de televisão parecia tratar-se de algo do tipo ‘fofoca de TV’.

O estabelecimento de uma relação entre a palavra “*Cristandade*”, empregada num ambiente em que ainda não se anuncia claramente a direção que se dará ao tema no interior da revista, e a palavra “*ceia*”, empregada em ambiente mais claramente crítico, ainda não é suficiente para se verificar uma postura mais global da revista em relação à religião e apostar de maneira definitiva na direção que será dada à matéria sobre o “*Cursilho*”. Junte-se, então, a estas duas palavras a

negação de Jesus de *“Especial - Nem Marx Nem Jesus 75 Uma tese surpreendente: a nova revolução virá dos Estados Unidos.”*.

Começa a ficar mais claro então que a matéria sobre o “Cursilho” fará uma crítica, que se estenderá, revelando uma postura mais geral da revista, para o assunto “Religião”, mais especificamente a religião católica.

Passando então por esta negação de Jesus, presente em “Especial”, podemos chegar finalmente à relação possível entre a matéria sobre o “Cursilho”, os apresentadores de televisão e a do “Seu Sete”. Nesta última, tal qual é anunciada no sumário, há uma banalização do milagre: *“7 da Lira - Milagre na praça 122 Um milagre por Cr\$ 5,00. Procurar Seu 7 da lira.”*

A cadeia que se estabelece no sumário, e que dificilmente seria verificada na capa é a seguinte: abertura da possibilidade da crítica ao “Cursilho” a partir da pergunta “Lavagem Cerebral?”; relação entre a palavra “Cristandade”, da matéria sobre o Cursilho, e a palavra “ceia”, que aparece em ambiente mais claramente crítico ao tema central da matéria, os programas de televisão; passando pela negação de Jesus, em “Nem Marx nem Jesus”, a relação com a banalização do milagre, muito caro à religião católica, em “7 rei da Lira”.

Pode-se ainda acrescentar à cadeia *“Eis uma guerra 50 Belfast, Irlanda: os católicos contra protestantes.”* em que católicos são anunciados em comportamento pouco recomendável.

No interior da revista, as relações se mantêm e ficam ainda mais claras. A matéria sobre o “Cursilho” tem como título na página 100 *“Os santos do século vinte”*, e é impiedosa em sua crítica. Na sequência, começa a matéria sobre os programas de televisão com o título *“Os sacerdotes se preparam - É domingo no*

Brasil!”, em que remissões irônicas à religião são frequentes. Veja-se os dois excertos abaixo:

“Sacerdote Santos, o bom môço do mundo feio

São 11 horas da manhã. O primeiro sacerdote prepara-se para um longo culto de oito horas e meia. Diante do espelho, Senhor Abranavel, que na vida religiosa tomou o nome de Silvio Santos, liga e desliga o sorriso. O seu ar assexuado de primeira comunhão é importante, muito importante: é êle que mantém o enlêvo das trezentas mocinhas do auditório (“suas companheiras de trabalho”), sempre dispostas a oito-horas-extras depois de uma semana de fábrica sem poesia.”

“Sacerdote Flávio, o anjo da vassoura moralista

Quatro horas depois, quase às 6 da tarde, na hora das ave-marias, um anjo se prepara para descer à Terra. Vem da serra de Petrópolis, do meio dos passarinhos, e ajeita pela última vez o terno preto, camisa branca, a gravata borboleta. Tem, no conjunto, um ar de garçom.”

Uma outra matéria, que não aparece na capa e que também não permite relações no sumário com os temas “Religião” e “Domingo”, por exemplo, - “Educação - Quem é este homem? Felipe Spotorno é um homem de muitas profissões. Uma delas está no Mobral” - pode ser incluída nesta cadeia. Somente na última linha do texto, depois de discorrer sobre o Mobral, revela-se: “Felipe Spotorno é padre”. É a função de “secretário-executivo do Mobral” que é destacada na matéria. Ser padre é apenas uma de suas “*muitas profissões*”.

A matéria seguinte, sobre conflitos entre católicos e protestantes em Belfast, começa na página 50 com o título “*Olha um católico ali: pega!*”.

Muito ainda se poderia explorar das relações entre as matérias que tematizam a riqueza e a religião; pontos de ligação aparecem, por exemplo, em “7 rei da Lira”, cujo título na página 122 é “*Vende-se milagre.*”.

Se a crítica à religião pode parecer anti-governo, dado que ele se pretende defensor dos valores cristãos, não se pode isolar as posições presentes nas matérias deste volume da revista de uma negação também da esquerda e de um enaltecimento do capital.

O “*Especial*” apresenta dois capítulos do livro “*Ni Marx Ni Jésus*” de Jean-François Revel, em que somente a Revolução Francesa é reconhecida como autêntica. Ao final destes dois capítulos, uma página nomeada “*Crítica*” traz um texto intitulado “*A esquerda já era*”, que discorre sobre o livro apresentado nas páginas anteriores, concluindo da seguinte maneira:

“(…) Revel utiliza uma terminologia de esquerda para mostrar aos esquerdistas uma realidade que a esquerda se nega a ver, ou por desrespeito ou por comodismo, nesse laboratório efervescente de inovações sociais, políticas, econômicas e culturais que são os Estados Unidos.”

A seguir proponho uma análise mais demorada de um exemplo específico em que se pode verificar como o movimento impingido pela página ao leitor, juntamente com o procedimento de composição da revista e da página, podem desempenhar papel importante na produção de sentidos.

1.2.1 - Movimentando a forma

Na página 5 do n°. 3, começa a Seção “*Cartas*”, que é dividida em duas colunas e ocupa a metade da página à esquerda do leitor.

cartas

CORRERIA PARA COMPRAR

Sr. Diretor: Não imagina que correria precisei fazer para comprar o segundo número da revista. Só o consegui porque encomendei ao jornaleiro com antecedência.

Márcia Maria

Jacaré — SP

— A tiragem foi aumentada de novo. Neste número, REALIDADE chega aos 350.000 exemplares.

TEMPO PERDIDO

Sr. Diretor: Meus pêsames. REALIDADE gastou tempo, bom papel e trabalho gráfico perfeito para tratar do mais pernicioso e nefasto demagogo que já tivemos. Que Jânio continue sua "vida ascética" em Guarujá e deixe o Brasil em paz.

Aldo Machado

Limeira — SP

O PROBLEMA NÚMERO UM

Sr. Diretor: Acabo de ler a preciosa reportagem sobre o problema número um da Humanidade, a explosão populacional. Oportuníssima, embora pouco incisiva. Seria melhor se pintasse em cores vivas o panorama nacional.

R. P. Silveira

Rio — GB

— Aguarde, chegaremos lá.

DISFARCE DE ESQUERDA

Sr. Diretor: Tenho a impressão que REALIDADE é francamente antiamericana e anti-religiosa, aparecendo nas suas páginas os mesmos disfarces esquerdistas de todos os tempos.

Davi Carlos Reis

Rio — GB

— REALIDADE não é nem de esquerda, nem de direita. É pela democracia, pela livre iniciativa, por um Brasil mais próspero e mais feliz.

A BÊNÇÃO, SENHORA!

Sr. Diretor: Quero esclarecer que o sr. João de Deus, citado na reportagem "A Bênção, Senhora!", pertence ou pertencia a um movimento estranho à Assembléia de Deus.

Nílson L. Rocha
Assembléia de Deus

Belém — PA

GUARDAR E COLECIONAR

Sr. Diretor: Sugiro o lançamento de encadernação para que os leitores possam guardar melhor e colecionar os exemplares de REALIDADE.

Luís C. Wendling

Petrópolis — RJ

— A fabricação de capas de couro para os colecionadores da revista já está sendo estudada.

ROBERTO CARLOS

Sr. Diretor: Todas as reportagens estão no mesmo nível: são colossais. Até aquela sobre Roberto Carlos, tema constante em várias revistas deste País.

Ademir M. Novi

São Paulo — SP

COM IPM NAO PODE

Sr. Diretor: Peço-lhes que tenham o mais absoluto critério na escolha de seus colaboradores. O deputado César Prieto (que respondeu ao "Brasil Pergunta" do número 2) está indiciado em IPM.

L. Bealnil

São Paulo — SP

— As questões da seção "Brasil Pergunta" não são respondidas por colaboradores, mas sim por duas personalidades com pontos de vista claros e contrastantes. Uma das questões fundamentais da democracia é a sua disposição de ouvir todas as opiniões.

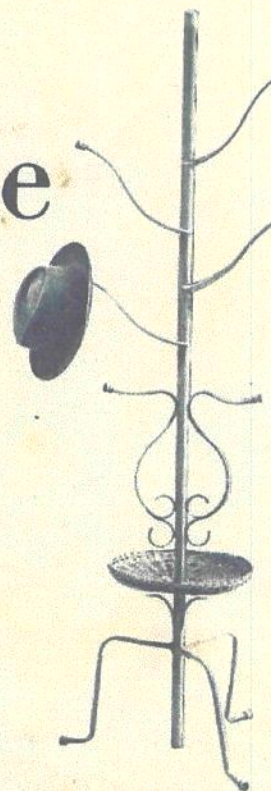
PARA DAR SORTE

Sr. Diretor: Achei REALIDADE formidável.

SEQUE

Biorene

**não
foi
feito
para
quem
usa
chapéu**



O RESTAURADOR



O FIXADOR

Claro! Biorene é usado por aqueles que sabem que os cabelos precisam de "ar-livre". E esses, usam Biorene, porque:

Nos homens, Biorene fixa naturalmente o penteado, sem engordurar ou empastar. Elas... usam Biorene para restaurar cabelos queimados e quebradiços. Biorene dá nova vida... um novo brilho aos cabelos!

Biorene

2 TAMANHOS

Biorene

Agora, com CETIOL -

uma vantagem a mais para os cabelos.

PRODUTO **niasi**

Observe-se, então, que a segunda coluna acaba com o início de uma carta:

"PARA DAR SORTE

Sr. Diretor: Achei REALIDADE formidável. (SEGUE)"

Acabando esta primeira frase da carta, se assim o leitor o quiser, ele ainda tem para ler na mesma página uma propaganda de um restaurador e fixador de cabelos que ocupa a metade direita da página que fica à sua direita. Isso se se pressupuser uma leitura obediente, em colunas, etc. Mas como a propaganda ocupa toda a metade direita da página, de cima a baixo, ela vai, no mínimo, ser olhada, inclusive porque ela tem palavras distribuídas por toda a sua extensão, escritas em letras maiores e em cores mais fortes que aquelas das cartas, assim como fotografias e a reprodução da embalagem do produto em sua forma comercial. Difícil pensar, então, que o leitor não lerá algumas dessas palavras e não observará alguns aspectos da imagem durante o tempo que dura o movimento de virar a página 5 para descobrir a 6, mesmo sem ter escolhido esse texto especificamente para ler. Deve-se observar ainda que a posição em que se encontra a propaganda já a favoreceu, porque, antes mesmo de o leitor se deter sobre a seção de cartas, seu olhar provavelmente incidiu sobre ela enquanto a folha anterior (páginas 3 e 4) era movimentada.

A seção de cartas termina na página 5 com o título *"Para dar sorte"*, e a primeira frase da carta, elogiosa à revista, *"Sr. Diretor: Achei REALIDADE formidável."*, e ainda a possibilidade de o leitor se deter ou não sobre a propaganda que se segue. Então, vira-se a página e - digamos que se esteja buscando a continuação da carta - mais uma vez as características da composição da página podem desempenhar um papel importante na leitura.



GRATIS- PARA QUEM VAI ASSISTIR A COPA DO MUNDO (na Inglaterra ou pelo Vídeo-Tape)

A repercussão do folheto "Inglaterra 66", publicado em Quatro Rodas de Maio, foi tão grande, que a Shell decidiu distribuí-lo também nos seus postos de serviço.

É mais um brinde SHELL. Um belíssimo folheto, ilustrado a cores, destacando o que deve ser visto no verão britânico. Mapa de Londres e suas atrações históricas e turísticas. Os acontecimentos importantes e festividades que vão de Junho a Agosto.

E mais a tabela da Copa Jules Rimet com todos os jogos, datas, estádios e locais, para V. que vai torcer pelo TRI, na Inglaterra ou pelo Vídeo-Tape. Vá a um posto SHELL e peça o folheto INGLATERRA - 66.



Uma oferta
de seu
revendedor



cartas

A única reportagem que des-
toou foi "Brasil, Tricampeão".
Isto não é realidade e, pelo
próprio nome da revista, não
deveria ter sido publicado.

Elvira A. Bandecchi

São Paulo — SP

— *REALIDADE se reserva o
direito de torcer pelo Tri e faz
votos que a reportagem seja con-
firmada em julho.*

CONTRA AS SUECAS

Sr. Diretor: Aplaudo uma re-
vista do porte de REALIDADE.
Que venha para construir. Mas,
por amor de nossa Pátria e dos
nossos, que não venha veicular
assuntos como o de "As suecas
amam por amor", publicação no
número 1.

Padre José Stringari
Reitor da Faculdade de Filo-
sofia de Lorena.

São Paulo — SP

Sr. Diretor: Qualquer livro sô-
bre educação sexual para prin-
cipiantes poderia ter evitado
tanto "trabalho de pesquisa"
pré-conjugal à atriz Ingrid
Thulin. Protesto, como jorna-
lista, mulher, esposa, mãe e avó,
contra a reportagem "As suecas
amam por amor".

Giselda Moura Ferreira

Rio — GB

Sr. Diretor: Na qualidade de
mulher e médica faço ressalvas
ao artigo sobre o amor na Suécia.
Sinceramente, não sei por-
que o brasileiro tem a mania de
confundir realidade com imora-
lidade e usar o sexo como
assunto de cartaz.

Maria de Lurdes Morais

Santos — SP

Sr. Diretor: Em nome da mu-
lher paranaense e cristã, vimos
protestar contra a reportagem
sobre uma cínica atriz sueca.

Maria Helena L. Ribeiro
Dália de Castro Lacerda
Gláucia M. Pimentel

Curitiba — PR

A FAVOR DAS SUECAS

Sr. Diretor: Como uma jovem
normal, que trabalha, estuda e
luta em pé de igualdade com os
homens, achei excelente a re-
portagem sobre o problema se-
xual na Suécia. É um crime e
uma farsa, nos países latinos, a
maneira como este problema é
encarado. Por favor, continuem
abordando este tema. Com este
pedido estou expressando o pen-
samento de talvez 90% das jo-
vens brasileiras, embora muitas
não tenham coragem de de-
monstrar o que sentem.

Ângela Fernandes

Rio — GB

Sr. Diretor: Gostei muito da
entrevista com Ingrid Thulin,
"As suecas amam por amor",
do número 1 de REALIDADE.
Ela está certa, certíssima. Mas
digna de nota mesmo é a carta
de protesto do leitor Gilberto
A. Domingues, publicada no
número 2. Ela reflete bem co-
mo são estúpidos, retrógrados,
injustos e inflexíveis os concei-
tos da nossa sociedade sobre o
sexo.

João Carlos Reis

Rio — GB

Sr. Diretor: Empolgou-me mu-
ito a reportagem sobre a mulher
e o sexo na Suécia. Artigo
como este devem ser publicados
em benefício do grande público
brasileiro.

Sérgio Costa e Silva

Rio — GB

Sr. Diretor: Com a presente
vimos nos congratular com
REALIDADE. A reportagem
"As suecas amam por amor" fo-
amplamente discutida pelos jo-
vens desta igreja, motivando
ainda sermão do nosso pastor

Dátames A. Eg.
Primeira Igreja Presbiteriana
Independente

Curitiba — PR

F15

A página 6 vai surgindo diante dos olhos do leitor através do movimento de folhear, agora com uma distribuição inversa à anterior: é uma propaganda que ocupa a metade da página à esquerda do leitor, e a continuação da seção de cartas ocupa a metade à direita.

Esta propaganda, vindo do verso, vai entrando no campo de visão do leitor a partir de um deslocamento da folha, que é mais dobrável que a de um livro.

É preciso, assim, dada a proposição de análise que estou fazendo, supor que o leitor olha a propaganda e em certa medida a lê, já que ela vai aparecendo ao leitor no lugar em que seus olhos procurariam a seqüência da carta. O leitor verá então o desenho em preto e branco de um jogador de futebol, no ar e na horizontal, executando uma 'bicicleta', jogada difícil, de craque. Logo abaixo está o texto.

Antes de ler o final da carta iniciada na página anterior, talvez o leitor já tenha percebido que há relações a serem feitas entre ela e a propaganda. "*Sorte*" é um pouco do que se acredita precisar para vencer um jogo de futebol ou para emplacar um folheto, mas também "*formidável*" é um bom adjetivo para quem consegue uma jogada de craque (que no texto vai se traduzir em uma boa repercussão de um folheto), aumentando assim as chances de vitória. E estamos aqui apenas no nível de dois vocábulos da carta e da imagem da propaganda.

A proposta de relação entre a palavra "*sorte*" e o desenho do jogador de futebol ancora-se em outros lugares em que imagens e textos ancoram sentidos desta natureza. No sumário do n.º 3, apresentado anteriormente, no tema "*Futebol*", o verbo *rezar* é usado no resumo da reportagem que terá lugar na página 98, marcando a presença das crenças na torcida brasileira pela copa do mundo de 1966.

Numa mesma direção, reforçam este encadeamento de sentidos a capa do exemplar seguinte, Jul/66, n°. 4, e o sumário, especificamente na apresentação da capa e no tema “*Futebol*”

REALIDADE

JULHO 1966 • UMA PUBLICAÇÃO DA EDITORA ABRIL

C/5 700



Nossa primeira
grande pesquisa:
vote a favor ou contra o
DIVÓRCIO

**FEITICO BRASILEIRO
VAI A LONDRES**

**O HOMEM JA PODE
SER RECONSTRUIDO**

**O MUNDO SECRETO
DO CANDOMBLE**

**JANGO E BRIZOLA :
A BRIGA
DOS CUNHADOS**

REALIDADE

UMA PUBLICAÇÃO DA EDITORA ABRIL — ANO I — NUMERO 4 — JULHO 1966

Editor e Diretor: VICTOR CIVITA

Redação

Redator-Chefe: Paulo Patarra
Editor de Texto: Sérgio de Souza
Redatores: Carlos Azevedo,
Micheline Gaggio Frank, Narciso
Kalili, José Carlos Marão, Luiz
Fernando Mercadante,
José Hamilton Ribeiro
Pesquisas: Duarte Lago Pacheco
Secretário Gráfico: Woile Guimarães
Chefe de Arte: Eduardo Barreto Filho
Diagramadores:
Jaime Figuerola, Rubem B. Moraes
Fotógrafos: Luigi Mamprin, Jorge
Butsuem, Roger Bester, Lew Parrella
Sucursal, Rio: Alessandro Porro
Milton Coelho, Nelson di Rago
Sucursal, Nova Iorque: Odillo Licetti

Administração

Diretor Comercial: Alfred Nyffeler
Vice-Diretor de Publicidade:
Sebastião Martins
Gerente de Publicidade, S. Paulo:
Rubens Molino
Representantes, São Paulo:
Sílvia Fernandes,
José Luiz Decourt Ricci

Representantes, Rio: Nilson Alves
Pôrto Alegre:
Jesus C. Ourives (gerente) e
Vernei Pinto
Belo Horizonte: Afonso Tórres
Curitiba: Edson Helm
Diretor Administrativo de Publicidade:
Antônio Cioccoloni

★

Diretor Editorial: Luís Carta
Diretor Comercial:
Domingo Alzugaray
Diretor do Escritório
do Rio: André Raccach
Diretor Responsável:
Edgard de Sílvia Faria

REALIDADE é uma publicação da Editora Abril
Ltda. / Redação, Publicidade e Correspondência:
Rua João Adolfo, 118, 9.º, fone: 37-9111 / Adminis-
tração: Rua Álvaro de Carvalho, 48, 6.º e 7.º and.,
São Paulo / Sucursal, Rio de Janeiro: Av. Pre-
sidente Vargas, 502, 18.º, fone: 23-8913 / Su-
cursal, Pôrto Alegre: Av. Otávio Rocha, 134, 6.º,
fone: 478 / Sucursal, Belo Horizonte: Av. Goitac-
abas, 43, cj. 303-2, fone: 4-7146, Sucursal, Cur-
itiba: Edifício Galeria Tijuca, Rua Cândido Lopes,
11, 15.º and. cj. 1516 — C. Postal 3121, Telefone:
4-9937 - 4-9427. Distribuição exclusiva para todo o
Brasil da Distribuidora Abril S.A. Preços: exem-
plar avulso Cr\$ 700. Assinatura semestral Cr\$ 4.200.
Assinatura anual Cr\$ 8.400. Nenhuma pessoa está
autorizada a engastar assinaturas desta publi-
cação. Se for procurado por alguém, denuncie-o
às autoridades locais. Números atrasados: no
Rio, Rua República do Líbano, 19; São Paulo,
Rua Martins Fontes, 163-165. Pelo Correo: Caixa
Postal 7901. / Todos os direitos reservados. / Im-
pressa em oficinas próprias e nas da S.A.I.B.
Soc. Anônima Impressora Brasileira, São Paulo.
As opiniões que aparecem nos artigos assinados
não representam necessariamente o ponto de vis-
ta da revista, podendo até ser contrárias a este.

Capa

Foto de Nelson Di Rago: a estátua é homenagem de Serra Negra à nossa seleção; a mandinga, exemplo do que muitos vão fazer ao torcer pelo Tri.

Justiça

19

Justiça seja feita — O que é o Supremo Tribunal Federal? Quem são e como trabalham os 16 ministros, cujas sentenças são sempre a última palavra.

Problema

26

Desquite ou divórcio? — No Brasil, quem se desquite nunca mais pode casar legalmente. É justo? Quem responderá é o leitor, numa grande pesquisa.

Documento

36

Um despacho de amor — O mistério do candomblé, suas cerimônias secretas e orixás mostrados numa história de amor, vivida em um terreiro da Bahia.

Gente

46

Jango e Brizola — Eles estão brigados. Um vive em sua fazenda, criando muito gado; o outro, sustentado pelo Governo brasileiro, vive estudando.

Internacional

58

Assim nasce uma nação — Um repórter e um fotógrafo foram até a Guiana Inglesa para documentar a independência de um país, que nasce dividido.

Medicina

68

O homem reconstruído — Para vencer a morte, a ciência aperfeiçoa cada vez mais o transplante de órgãos e a implantação de peças artificiais.

Aventura

84

Diamante, calibre 38 — Nos confins de Mato Grosso, homens violentos sacrificam tudo em busca de riqueza e poder: os garimpeiros são assim.

Arte

92

Michelangelo — Para o pai, ele era apenas um vagabundo sonhador. Mas, como poucos, este artista que viveu fugindo soube ver a beleza do homem.

Humor

100

Esquerda, volver! — Para uns, a esquerda brasileira é assunto sério; para outros, tudo não passa de festa. Aqui, vê-se o lado ameno da questão.

Futebol

108

Feitiço brasileiro vai a Londres — A superstição é titular na nossa seleção. E quem enfrentar o time nacional terá mandinga certa pela frente.

Perfil

116

O Padre Hélder — Ele nasceu para ser um homem da Igreja. E conseguiu muito mais: ser um líder, um orientador e um político fora da política.

Conto

123

Aqui fala Moscou — O conto que causou a condenação de seu autor, o escritor Yuli Daniel, a cinco anos de prisão num campo de trabalho russo.

Considerados estes elementos, que me parecem autorizar a relação proposta acima entre o início da carta, o futebol e a vitória do folheto, faz-se necessário chamar a atenção para a segunda parte da carta.

"A única reportagem que destoou foi 'Brasil, Tricampeão'. Isto não é realidade e, pelo próprio nome da revista, não deveria ter sido publicado."

Nela descobre-se seu objetivo de criticar a revista por ter publicado uma matéria que aposta na vitória do Brasil na copa do mundo. Estrategicamente, esta carta é dividida em duas partes, que são publicadas em páginas diferentes. Entre estas partes, são intercaladas duas propagandas, sendo que uma delas traz justamente uma divulgação de um folheto que divulga a copa do mundo e sua sede, de maneira que, no contraste, a crítica aportada pela carta torna-se irrisória.

1.3 - Da composição e textualização à mobilização de sentidos

Para esboçar uma consequência da reflexão que venho fazendo até o momento para estudo da leitura de revistas, retomo a uma indagação que ficou em suspenso no item 1: Por que na resposta dada à carta "*Páginas de menos*" podia-se dizer que "*A conta correta, do ponto de vista dos leitores, deve ser feita em relação aos totais das páginas redacionais.*", implicando deixar fora da contagem as propagandas, por exemplo?

A revista punha-se na posição de portadora de um saber tido como necessário ao leitor, para poder acompanhar e compreender a própria revista ou os problemas de seu tempo. Por exemplo, as instruções sobre a divisão do próprio

material (as páginas redacionais) e informações sobre como salvar o homem moderno e como arrumar emprego.

Naquele momento, arrisquei uma questão-hipótese sobre uma aposta da revista na observação por parte do leitor de alguns aspectos dos textos que intercalam uma reportagem e na possibilidade de essa observação ser suficiente para a produção de alguns sentidos que se encadeariam a sentidos produzidos na leitura das reportagens, ainda que os textos intercalados não sejam lidos com a mesma dedicação com que se supõe que o leitor lê as "*páginas redacionais*".

O esboço de uma resposta para tais questões exige também a retomada dos procedimentos de textualização e composição, tomados como atos que visam a controlar os sentidos ou as possibilidades de acesso a determinados sentidos. Se é assim, então há um conjunto de atos que são praticados, simultaneamente ao processo de textualização ou de composição do veículo, sobre os próprios sentidos e conseqüentemente sobre o discurso, já que este é constituído por um encadeamento daqueles. Ou seja, esses atos, destinados a direcionar o leitor para uma leitura determinada, constituem-se simultaneamente em mobilização de sentidos que vão constituir o discurso, uma vez que ele não coincide com o texto, mas que também não existe isoladamente.

Portanto, se aceitarmos que os procedimentos de textualização e de composição do suporte influenciam de fato a produção de sentidos, então me parece pertinente pensar que estamos, ao mesmo tempo, trabalhando com um procedimento de *mise en discours*¹⁰ (que vou traduzir aqui por *mobilização de sentidos*).

¹⁰ - Para um sentido que mais se aproxima do que estamos pretendendo aqui cf. FUCHS, 1983.

Para estudar esse procedimento é preciso levar em consideração os sentidos que podem ser suscitados pelos indícios recuperáveis dos dois procedimentos anteriores, os sentidos que podem ser suscitados por vias que fogem ao controle pretendido através dos dois procedimentos anteriores, e por sentidos que emergem do confronto entre a história que permitiu a existência do texto e a história que permitiu a leitura. É deste encadeamento de sentidos, suscitados por textos diferentes e pelas diferentes maneiras com que eles são abordados, que vai se delinear o discurso.

O discurso seria então resultante de sentidos que emergiriam dos atos praticados deliberadamente sobre o texto, visando o controle dos sentidos e do fato de que, em se tratando de língua, há sempre algo de incontrolável, que escapa à intencionalidade. O procedimento de mobilização de sentidos não é encontrado no texto, mas, ancorado nele, encontra-se mais especificamente no encadeamento de sentidos que formam o discurso, suscitados no ato de leitura, portanto no contato entre leitor e autor. Fala-se aqui portanto de leitura enquanto trabalho capaz de atingir uma mínima compreensão do discurso, ao mesmo tempo em que, sendo inventiva, é partícipe na sua produção.

Conseqüentemente, no trabalho de análise é preciso considerar a afirmação de Fuchs:

"Il est bien connu que l'accès aux processus constitutifs de la 'mise en discours' ne saurait jamais être qu'indirect: les mécanismes de la production des discours ne se laissent entrevoir qu'à travers l'analyse des produits finis, les discours eux-mêmes, c'est-à-dire à travers un processus de lecture, d'interprétation." (1983:15)

Para exemplificar, relembro alguns aspectos do item 1 e do item 2, em que apontei um encadeamento de sentidos constituidores de eixos discursivos mobilizados para, respectivamente, dar credibilidade à revista e produzir a necessidade de deslocamento com vistas ao consumo, sobretudo o da revista, criando assim um modelo de leitor.

No item 1, a opção pelo aviso sobre a qualidade do papel e a publicação da carta falando sobre a honestidade do aviso; as orientações dadas sobre o tipo de páginas que devem ser contadas pelo leitor, atestando que a revista tem algo a ensinar a ele; a escolha das cartas que propõem a confecção de capas para colecionar e guardar a revista e a aceitação dessas propostas atestando a importância da revista, procurando estabelecer uma indefinição em sua natureza, chegando à carta que a inscreve nessa indefinição - "*livro-revista*" - e ao juiz que diz que ela divulga matéria própria para livros. Tudo isso, enquanto tomadas de decisões sobre o que deve ou não ser textualizado e como deve integrar a composição do veículo, vai contribuir para que no discurso sejam postos em circulação sentidos que contribuirão para o delineamento do que seja o veículo, seus textos e o discurso pertinente ao tempo presente a que o leitor contemporâneo a estes três itens deveria se adequar.

No item 2, analisei mais especificamente um outro encadeamento de sentidos que constitui o eixo de discurso ligado ao deslocamento. Cabe lembrar a análise dos textos publicados nas contracapas dos três exemplares e sua relação com a capa e o sumário, 'ensinando' a existência de um outro espaço, uma condição social e um tempo, bem como maneiras de neles se situar. Supondo aceitos os sentidos ali apontados por mim - de deslocamento no espaço, na

condição e no tempo - desvelaram-se alguns mecanismos pelos quais se efetiva o procedimento de mobilização de sentidos.

O procedimento de mobilização de sentidos decorre dos procedimentos de textualização e de composição que atuam sobre a materialidade do texto e do veículo, cuja materialidade atua sobre a produção de sentidos no ato da leitura.

Após as análises apresentadas parece-me possível sustentar a hipótese de que há na resposta dada à carta "*Páginas de menos*" uma aposta no efeito das páginas não redacionais, ao mesmo tempo em que se conta com a participação do leitor no procedimento de mobilização de sentidos que vão delinear o discurso. A investigação deste procedimento exige um aparato de análise específico. Além disso, faz-se necessário estudar os sentidos que não aparecem enquanto matéria textual, mas são por ela apenas suscitados e têm correspondência com outros fomentados em outros textos.

Assim, busco verificar os indícios presentes nos procedimentos de textualização e composição que seriam constituidores de sentidos. Os sentidos estariam também sendo suscitados pela forma sobre a qual incidem os dois procedimentos anteriores, mas que podem ser também aqueles sentidos que fazem parte das referências culturais do leitor. Portanto, a tarefa do analista do discurso seria, reconhecendo-se como leitor, procurar, no confronto dos sentidos que ele é capaz de perceber em diferentes textos, considerando as possibilidades de esses sentidos serem mobilizados num período determinado, bem como a sua própria história de leitura, compreender como esses sentidos ancorados em diferentes textos constituem o discurso. Na sequência, é necessário compreender a que se presta este discurso, a serviço de que representação do mundo ele está. Convém lembrar que o próprio caminho percorrido para compreender o discurso, ou a

própria decisão por um fragmento, já fala da história do analista, da qual a leitura faz parte.

Clareado este ponto, uma primeira indicação metodológica para a análise de revistas periódicas é que o analista deve ler detida e cuidadosamente aquilo que se pressupõe que o leitor não vai ler desse mesmo modo. Ou aquilo que, do ponto de vista da resposta, não interessa à contagem do leitor. A revista 'ensina' ao leitor que somente as "*páginas redacionais*" devem lhe interessar, orientando, talvez, a tomar as propagandas em menor consideração. Logo, é preciso que o analista leia as propagandas como algo que interessa e pergunte por que a revista pode dizer que elas não interessariam ao leitor.

Um caminho que aponto como sugestão para o estudo de revistas periódicas é que a análise incida sobre os procedimentos de mobilização de sentidos sem que seja tomado como *corpus* um conjunto de textos destacados de seu veículo e da relação que tem com os outros textos que compõem o universo textual do próprio veículo. É preciso justamente considerar que a leitura de um desses veículos não se faz isolando alguns textos dos outros que o contornam, mas que sua manipulação traz consequências para o processo de leitura e de constituição de sentidos. Além disso, levar em conta que o leitor aborda um texto a partir de sentidos com que ele já está familiarizado devido a leituras feitas anteriormente ou devido à sua maneira de compreender o mundo.

Para considerar a forma do portador de texto como partícipe na produção de sentidos é preciso romper com os limites que enformam o próprio texto, dado que uma leitura a eles condicionada pode deixar de tomar em consideração sentidos que podem ser suscitados em um texto, justamente porque a forma do veículo em que é publicado imprime-lhe uma tensão tal que contribui para que

alguns sentidos sejam forjados e outros negligenciados. E é preciso romper com os limites do próprio texto, tomado em sua unidade, repita-se, porque a disposição com que ele aparece no veículo faz com que sentidos ancorados em outras formas textuais presentes no mesmo veículo exerçam influência sobre aquele sobre o qual recai, num momento dado, a atenção do leitor.

Importa menos a quem atribuir a forma do que aquilo que se pode dela explorar como sentidos que contribuem para a construção de uma representação: no caso desta pesquisa, do material dado a ler, dos recursos lingüísticos em circulação no momento e do próprio leitor.

A revista é oferecida numa forma que o leitor deve reorganizar e redefinir para arquivar. Nela mesma aparecem preocupações em alterar seu estatuto de revista, transformando-a, quando convém, em livro, escolhendo para atender este propósito apenas as *páginas redacionais*. O leitor que reclama é o leitor que não sabe o que escolher para ler. Está aí uma representação que funciona bem junto ao público brasileiro: ao leitor falta um conhecimento capaz de alçá-lo para um mundo 'bom'.

A noção de moderno interessa sobretudo para criar uma hierarquia entre adequados e inadequados, os excluíveis. Portanto, a revista, ao implementar essa noção, contribui para a política de exclusão. A classe média pretensamente intelectualizada é modernizada com as informações que a revista aporta. É como se a revista dissesse: - você não é inteiramente moderno sem as nossas informações. Com a oferta dessas informações, criou-se a hierarquia, confundindo-se informação e conhecimento, oferta de vulgarização científica e intelectualização, cultura.

Ao grupo de leitores que não absorver esse conjunto de informações aportado pela revista não é atribuída uma cultura, pois *"Pelo prisma do letrado, ao outro sempre se atribui uma falta."* (Geraldi, 1996:102).

A revista, ao constituir o leitor como aquele para quem o conhecimento específico e necessário para integrar o seu tempo ainda não o constitui como moderno, procura provocar desejos que levam à busca das informações contidas na revista como se elas pudessem adequá-lo a seu tempo, ou seja, aquele tempo delineado, legitimado e promovido pela revista.

Para investigar tais processos, a Análise do Discurso encontra fortes elementos nos propósitos da História Cultural, principalmente na concepção de Chartier (1990:16-17): *"A história cultural, tal como a entendemos, tem por principal objeto identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler."*

Com a aquisição dos produtos veiculados na revista, ou da própria revista, alguma parcela do mundo do comprador é substituída por aquilo que o produto traz de novo para o seu cotidiano, mas algo do antigo permanece mudando/transformando o novo adquirido. Contribuição importante para a compreensão deste fenômeno é apresentada por Certeau:

"Há bastante tempo que se tem estudado que equívoco rachava, por dentro, o 'sucesso' dos colonizadores espanhóis entre as etnias indígenas: submetidos e mesmo consentindo na dominação, muitas vezes esses indígenas faziam das ações rituais, representações ou leis que lhes eram impostas outra coisa que não aquela que o

conquistador julgava obter por elas. Os indígenas as subvertiam, não rejeitando-as diretamente ou modificando-as, mas pela sua maneira de usá-las para fins e em função de referências estranhas ao sistema do qual não podiam fugir. Elas eram outros, mesmo no seio da colonização que os "assimilava" exteriormente; seu modo de usar a ordem dominante exercia o seu poder, que não tinham meios para recusar; a esse poder escapavam sem deixá-lo. A força de sua diferença se mantinha nos procedimentos de "consumo". Em grau menor, um equívoco semelhante se insinua em nossas sociedades com o uso que os meios "populares" fazem das culturas difundidas e impostas pelas "elites" produtoras de linguagem." (1996:39)

Talvez esteja nesse fragmento a chave para compreender por que se busca uma eficácia na distribuição de papéis sociais que acaba por levar à exclusão efetuada no próprio modo de inserção de representantes destes grupos no discurso.

É importante pensar que os jornalistas são produtores de sentidos que, ancorados em seus textos, representam parte de sua produção cotidiana, dado que, por exemplo, a vulgarização não é apenas reprodutora mas produtora também, e é possível, a partir de textos, encarados como produção, descobrir o que resta de posições anteriores ou de sua própria forma de ver o mundo, como os indígenas do trecho acima. Ao se tomar como objeto de estudo textos que circulam em revistas periódicas, escritos por jornalistas, críticos, publicitários, etc., representantes, em certa medida, do mundo dos letrados, pode-se buscar apoio em Bourdieu quando

alerta para a necessidade de se fazer sociologia do próximo, e não apenas de um mundo distante do nosso.

Em vez de estudar grupos ou personagens que entraram em circulação na revista, tomando-a como um fazer cotidiano dos trabalhadores da imprensa, pode-se evitar reproduzir, nos estudos da linguagem, o que em Antropologia foi chamado por Latour de “grande divisão”:

“Ce préjugé massif, dont la seule existence suffit à l'impression de Grand Partage, n'est nulle part plus qu'en anthropologie. Pour cent études sur la sorcellerie il n'y en a pas deux sur la physique nucléaire; pour cent études sur l'ethnobotanique il n'y en a pas une sur la botanique; même lorsqu'ils étudient les croyances modernes, les ethnologues se gardent bien d'enquêter sur le savoir moderne. Ils semblent toujours tourner autour du pot. Ils veulent bien étudier le pré-, le para-, le pseudo-, le péri-, l'ethno-scientifique, mais pas le scientifique lui-même. La raison de ce préjugé est simple. Les croyances qu'ils veulent bien étudier sont toujours des déviations et des distorsions par rapport à une trajectoire rectiligne que leur fournit la science. Les croyances médicales des rapport Bretons, voilà une bonne question; mais le savoir médical à Broussais, voilà une question qui n'est pas de leur domaine.”
(1983:90-91)

Voltar o interesse para os grupos de leitores previstos pela revista oferece resultados importantes sobre a leitura, mas é interessante também verificar o que fazem os trabalhadores da imprensa a partir das impressões que têm sobre o cotidiano enquanto leitores do mundo vivido por eles mesmos e por seus leitores, a quem essa leitura é encaminhada através do veículo revista visando, muitas vezes, a redefinir seus conceitos sobre esse mesmo cotidiano.

"A presença e a circulação de uma representação (ensinada como o código da promoção sócio-econômica por pregadores, por educadores ou por vulgarizadores) não indicam de modo algum o que ela é para seus usuários. É ainda necessário analisar a sua manipulação pelos praticantes que não a fabricam. Só então é que se pode apreciar a diferença ou a semelhança entre a produção da imagem e a produção secundária que se esconde nos processos de sua utilização." Certeau (1996:40)

Disso se delinea, no interior deste trabalho, uma pergunta de pesquisa: **como compreender o desaparecimento ou a substituição de elementos próprios da representação que se faz da sociedade, em um momento específico, por elementos de outra representação considerada mais adequada a um tempo (o tempo do presente) tido como melhor e chamado de moderno?**

Com a ressalva já feita no início deste trabalho, de que os trabalhadores da imprensa podem integrar e defender a ordem do mercado vigente, o que venho procurando pode fazer parte do que propõe Geraldi:

“Para um programa de pesquisas que queira ver o novo que o sujeito constrói em seus discursos, é necessário não só insistir na detecção de um “além” interdiscursivo, aquém de todo auto-controle funcional do “ego-eu”, mas também investir na busca desta “fabricação” escondida, disseminada nas regiões ocupadas pelos sistemas de produção, que caracteriza o que fazem os usuários com os produtos. Esta produção, qualificada de “consumo”, é, para Certeau (1990), astuciosa, dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, 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.” (1996:21)

Penso que é preciso saber triar e identificar o que desaparece, pois, justamente para seguirmos a proposição de Certeau de que há uma invenção do cotidiano, de que há uma ação que transforma o cotidiano, é preciso considerar que, muitas vezes, o que se faz é para substituir algo com o qual não se está contente. Para isso é preciso tomarmos a noção de transformação como substituição das condições de produção por outras e a apropriação dos meios de produção por parte dos agentes da transformação, ou seja, é a negação de

aperfeiçoamentos, de melhoras para as condições de produção existentes. Um trabalho embasado nesta concepção de transformação precisa ignorar alguns determinantes sociais apontados como fatores aceitos para a não tentativa de estabelecimento do novo.

Enquanto os próprios mantenedores das condições de produção estiverem à frente de propostas de aparente transformação social, haverá lugar para mudanças, ou seja, inserção de elementos, propostas que tendem a melhorar a ordem social vigente. Portanto, em vez de se buscar na Análise do Discurso apenas elementos que mostrem, para citar um exemplo, como a esquerda esteve presente no cenário das comunicações de massa durante a ditadura, é preciso - sem nenhum receio, ao constatar que as condições hoje não são muito promissoras -, buscar elementos que escaparam à vigilância de um projeto de sociedade mais à esquerda, para procurar compreender e combater agora o que lá foi esquecido ou menosprezado. Podemos encontrar alguns desses aspectos no fazer cotidiano da imprensa, já que ela não fabrica, por exemplo, uma guerra, mas absorve componentes de uma representação sobre essa guerra, insere-os em seus textos e os devolve à comunidade de leitores. Nesse momento ela pode, no seu fazer cotidiano, nos seus modos de participar na mobilização de sentidos que vão delinear o discurso sobre a guerra, sustentá-la ou não.

Vejamos no capítulo seguinte como estes elementos agem no manuseio de alguns recursos lingüísticos que, absorvidos de um trabalho com a linguagem feito num cotidiano exterior ao da revista, influenciam a escrita de seus textos e retornam alterados para o leitor.

CAPÍTULO II

RECURSOS LINGÜÍSTICOS E TEMPO MODERNO

Estudo exploratório sobre a mídia como suporte de um projeto para o Brasil

No capítulo I, procurei colocar em foco o modo como se constituíam vínculos entre a constituição de um grupo de leitores aptos a absorver mudanças constantes operadas no próprio veículo portador de textos e o projeto de modernização do país. O leitor deveria conhecer e compreender o veículo, adequando-se a ele e servindo-se dele como fonte de conhecimentos que, por sua vez, o adequariam a tal projeto.

Neste capítulo, investigo a pertinência da hipótese de que o projeto de modernização - compreendido como sinônimo de progresso, de desenvolvimento, forjado para o Brasil nas últimas décadas, e mais enfaticamente no regime que se instaurou em 1964 - está perpassado e sustentado, entre outras coisas, por uma ação uniformizadora, no que concerne a recursos lingüísticos que seriam adequados para aquele momento¹¹. Este projeto encontraria na mídia um de seus suportes fundamentais.

¹¹. Não é o caso definir quais recursos lingüísticos são apresentados como apropriados para este tempo, mesmo porque eles variam para cada período. Não há um conjunto fixo. O que se pode sustentar é que há sempre um conjunto deles, ainda que não sejam sempre os mesmos.

No que concerne ao modelo de língua considerado próprio para o momento, serão considerados o modelo usado e recomendado pela revista e a pertinência das falas citadas ao padrão oral ou escrito segundo o modo de inserção dos leitores nos textos da revista.

Como veículo de informação, a revista estaria, no mínimo, fazendo uso de um padrão escrito, ou, às vezes, reproduzindo uma forma oral, que supunha despertar o interesse dos leitores, o que implicaria aproximar-se de um modelo que lhe fosse familiar e ao mesmo tempo legitimá-lo frente a eles. Por outro lado, é sabido que determinadas palavras ou expressões podiam inscrever um jornalista, um articulista, ou mesmo o veículo, num grupo indesejável para o poder vigente naquele momento. Logo, era preciso evitá-las. Mas minha hipótese é a de que o papel desempenhado pela revista, enquanto partícipe na construção de um projeto que se delineava para o país em sua época, vai além de poupar-se dos dissabores que determinadas palavras e expressões poderiam trazer. Ela inclusive contribuiria para a inserção de outras, mais adequadas para o momento, como veremos na sequência deste trabalho. Buscando investigar as estratégias de contribuição da revista para o projeto em questão, através de seus textos, ancoro-me ainda em Chartier:

"A problemática do 'mundo como representação', moldado através das séries de discursos que o apreendem e o estruturam, conduz obrigatoriamente a uma reflexão sobre o modo como uma figuração desse tipo pode ser

apropriada pelos leitores dos textos (ou das imagens) que dão a ver e a pensar o real." (1990:23)

Em minha investigação, tomo em consideração a obra de Schlieben-Lange (1996), dedicada ao estudo do projeto de uniformização da língua na Revolução Francesa. O que me leva a lançar mão do aparato teórico utilizado por essa autora é o fato de que o poder instaurado em 1964 pretendia fazer crer que o país estava vivendo um período revolucionário, atribuindo ao povo uma vontade uniforme. Nas palavras de Fiorin,

"O aparato verbal do poder considera a nação um querer-ser nato e homogêneo, expresso pelos objetivos nacionais permanentes. Nega, assim, a existência de interesses divergentes das diferentes classes da formação social (...). Além disso, apresenta os objetivos de uma classe como os objetivos de todos os brasileiros, pois só à burguesia pode interessar a manutenção do sistema capitalista ou a paz social. O discurso, apresentando a 'nação' como um /querer-ser/ único, pretende ocultar a luta de classes, integrando numa unidade superior aquilo que é diferenciado. Nada melhor para isso que apresentar as aspirações da burguesia como vontade da nação, num processo de universalização abstrata." (1988:39)

Como a modernização era um dos componentes do projeto político deste período e, portanto, presente no discurso do governo, pode-se apostar que havia uma tendência, nos meios de comunicação de massa, de uniformização a partir desse mesmo eixo.

Há que se preservar a distância entre os dois fatos, pois, enquanto no Brasil se procurava inculcar a idéia de revolução e se discursava no intuito de incutir a idéia de vontade única, segundo Berman:

“Com a Revolução Francesa e suas reverberações, ganha vida, de maneira abrupta e dramática, um grande e moderno público. Esse público partilha o sentimento de viver em uma era revolucionária, uma era que desencadeia expressivas convulsões em todos os níveis de vida pessoal, social e política. Ao mesmo tempo, o público moderno do século XIX ainda se lembra do que é viver, material e espiritualmente, em um mundo que não chega a ser moderno por inteiro. É dessa profunda dicotomia, dessa sensação de viver em dois mundos simultaneamente, que emerge e se desdobra a idéia de modernismo e modernização.” (1996:16)

Schlieben-Lange (1996) faz afirmações que apontam para a atualidade de tal projeto. Dentre suas considerações a este respeito, destaco abaixo um trecho da

introdução e outro da conclusão de seu livro, que são ilustrativos de suas preocupações:

"(...) les événements politiques des dernières années ont conféré une actualité inattendue à la politique d'uniformisation qui m'intéressait." (p.6)

"Les années écoulées depuis le Bicentenaire montrent clairement que la pensée linguistique de la Révolution, tant dans sa formule française que dans sa contrefaçon allemande, domine de nos jours encore la politique. Nous voyons plus nettement que jamais les apories des deux formules sans avoir trouvé les moyens de les surmonter. Les rapports de l'universel et du national, les priorités du sociopolitique ou bien du linguistique-culturel sont plus problématiques que jamais." (p.245)

No intuito de levantar possibilidades de estudos das estratégias usadas pela mídia (obviamente diferentes daquelas da Revolução Francesa), visando a sustentação de um projeto uniformizador, analiso alguns números da revista Realidade, embora haja matérias em outras revistas, e em épocas diferentes, em que recursos lingüísticos recebem tratamento especial, podendo-se também verificar tendência parecida. Como exemplos de outras revistas, selecionei duas matérias publicadas em revistas e datas diferentes (Querida, nº. 23, Ed. Globo,

julho de 1991; e Pais & Filhos, nº. 321, Bloch Editores, julho de 1995), que serão incorporadas a esta análise com menor destaque.

Vou também verificar as relações que podem ser estabelecidas entre diferentes textos que aparecem na revista em função da textualização dos recursos lingüísticos, da composição do veículo e da imagem condizente de leitor.

É da participação da revista num quadro de representações do que seria a sociedade que lhe era contemporânea que surge, a meu ver, a possibilidade de investigar seu empenho na produção de uma representação de língua apropriada ao momento histórico em que está inserida e que seria preciso fornecer ao leitor para que ele se sentisse integrado.

2.1 - Uma reportagem e o “*discurso público sobre a língua*”.

Participando da composição do quadro em que a revista Realidade se insere, aparece, no nº. 2, de Mai/66, com início nas páginas 72/73, uma reportagem intitulada “*Vejam quem chegou de repente*”. Ela trata do então iniciante cantor Roberto Carlos, chamando a atenção para os aspectos do seu estilo considerados polêmicos na época. Entre estes aspectos está aquilo que na matéria é chamado de “*linguagem de Roberto Carlos e seus seguidores*”, usada pelo cantor no programa de televisão que ele comandava, intitulado “*Jovem Guarda*”, em algumas de suas músicas e, por extensão, pelo grupo que o cercava ou compunha seu auditório.

Escolho essa reportagem como ponto de partida, porque ela veicula e ajuda a construir um “*discurso público sobre a língua*” a partir de uma representação do

que sejam os recursos lingüísticos que aparecem, ou devem aparecer, na fala de um grupo de jovens considerados modernos.

Para Schlieben-Lange:

*"(...) o discurso público sobre língua(s) contém principalmente avaliações, isto é, julgamentos sobre 'bonito' e 'feio', 'bom' e 'ruim', 'eficiente' etc. Mas também contém elementos do saber, como por exemplo sobre a distribuição das línguas no tempo e no espaço (por exemplo, 'cada vila tem um dialeto diferente'), sobre as situações e tipos de textos, para os quais uma ou outra língua (ou forma lingüística) é adequada."*¹² (1993:95)

A polêmica que girava em torno da Jovem Guarda, ou ié-ié-ié brasileiro, é apresentada usando-se como estratégia a reprodução de trechos de falas atribuídos a pessoas diferentes, que já tinham assistido ao programa ou ouvido suas músicas. Essas pessoas são bem caracterizadas enquanto representantes institucionais, chegando quase ao estereótipo. Nos trechos reproduzidos na reportagem aparecem claramente julgamentos feitos sobre os recursos lingüísticos usados pelo grupo. Além disso, a reportagem como um todo mostra-se interessante para observar os "elementos do saber" presentes no "discurso público" sobre esses recursos.

¹² - Ao final deste trecho a autora remete para a seguinte nota, na página 109: "4 - A distinção que introduzo aqui tem a ver com a distinção entre 'corrección' e 'exemplaridad' que Coseriu introduz para o discurso normativo no seu trabalho *La Corrección Idiomática*, publicado parcialmente em língua alemã em 1988"

Note-se que os julgamentos sobre termos e expressões usados pelo cantor recaem, embora indiretamente, sobre a língua, contribuindo assim para a construção de um senso comum sobre o que seja a língua apropriada para um tempo considerado moderno. Também os julgamentos emitidos diretamente sobre os componentes da chamada Jovem Guarda contribuem para formar posições favoráveis ou não ao grupo. Vencendo uma imagem favorável, seus aspectos polêmicos encontrarão um ambiente mais promissor para integrar o universo dos leitores da revista.

A escolha desta reportagem se deu porque através dela pode-se ter acesso, de maneira bastante clara, ao que Schlieben-Lange chama de “*discurso público sobre língua*”. Isso vai ser importante em minha pesquisa porque esse discurso apresenta indícios a partir dos quais se pode verificar a construção de um ambiente favorável para a naturalização dos aspectos considerados polêmicos, facilitando assim a instauração de um projeto uniformizador e a constituição de uma representação do que seja a língua a ser usada no período de circulação da revista. O novo leitor deverá saber utilizá-la e, de certa maneira, sentir-se autorizado a usá-la, para fazer uso da revista.

Não vou estudar a língua como um todo e sim julgamentos feitos sobre alguns recursos lingüísticos que indiciam a construção de uma representação sobre a língua que melhor se coadunaria com a idéia de tempo moderno.

Após a análise da reportagem sobre a Jovem-Guarda, procuro, na mesma revista outros, espaços em que o projeto de uniformização possa ser verificado; seja pela utilização de recursos lingüísticos em textos da revista que não tratam

especificamente de língua, seja por sua apresentação vinculada à idéia de modernidade, ou ainda, por um referendo à Jovem Guarda como sinal de atualização.

A hipótese que levanto não é a de que sob o 'mote' da 'modernização' esteja um projeto de uniformização da língua, como Schlieben-Lange (1996) assegura ser o caso da Revolução Francesa. Procuro apenas apoiar-me na reflexão da autora, porque me permite continuar na pesquisa das construções feitas neste tempo considerado moderno, a fim de ditar um modo de vida em que recursos lingüísticos entram como marcadores de identidade, quase da mesma natureza de outros acessórios, de um grupo que busca integrar-se a esse tempo, fugindo da parcela social sobre a qual recai o maior peso da exclusão. Como não incide sobre a língua propriamente dita, a uniformização é feita através de uma ação sobre o uso, num tempo e num espaço circunscrito, de determinados recursos lingüísticos identificatórios, com vistas a formar uma direção comum às opiniões, às falas, com vistas ao consumo, como se faz com a moda por exemplo, ou como acontece com expressões que surgem em períodos eleitorais, em períodos de plano econômico, ou que são lançadas por programas de televisão.

Antes de passar à análise dos dados apresento no item seguinte algumas considerações metodológicas.

2.2 - O método serial e a especificidade da análise de textos veiculados em revistas periódicas.

Para compor o *corpus* desta análise, estou considerando o método serial proposto por Schlieben-Lange (1993), sobre o qual farei algumas observações mais adiante.

A opção por este método deve-se ao fato de que, através de revistas periódicas, pode-se fazer uma incursão por um determinado período, procurando acompanhar o "*discurso público sobre a língua*" e a exposição de um "*saber sobre a língua*" que se constroem e se legitimam à medida que a mídia, como lugar de poder, escolhe trechos de falas de pessoas que constitui enquanto autoridades para expressar seus julgamentos sobre o uso de alguns recursos lingüísticos. Ao mesmo tempo, a mídia escolhe ou elabora textos em que posturas condizentes com as falas das pessoas autorizadas a apresentar seus julgamentos estejam presentes. Ao selecionar e fazer circular essas falas e textos, a revista pode estar tomando uma posição favorável às posições ali presentes.

Dessa forma, o que vai interessar na análise desta série é a constituição do "*discurso público sobre língua*". Para isso, vou considerar, como afirmei acima, a presença de trechos de falas que apresentam julgamentos sobre recursos lingüísticos numa reportagem como sendo próprios ao tempo moderno. Também vou interrogar o que representa o fato de a própria revista falar sobre eles e mesmo empregá-los, dado que os textos presentes numa revista são produzidos por falantes que também têm posições sobre estes recursos e as expõem a partir de um lugar de poder.

Vou considerar ainda textos das revistas em que não estejam presentes transcrições de julgamentos feitos por entrevistados que foram convocados a falar especificamente sobre recursos lingüísticos. Com isso, pretendo verificar a incorporação desses recursos lingüísticos nas partes dos textos que podem mais facilmente ser atribuídas à redação da revista ou que tenham sido atribuídas a um entrevistado sem que o objetivo da entrevista fosse falar diretamente sobre fatos de linguagem. Assim, estarei indo além do “*discurso metalingüístico*”, sobre o qual, segundo Schlieben-Lange (1993:87), centra-se o estudo das mentalidades, para verificar de que outras maneiras se pode estabelecer um encadeamento de sentidos, através do procedimento de textualização e de mobilização de sentidos que contribuem para a legitimação e naturalização desses recursos lingüísticos.

Cabe, nesse momento, a primeira observação sobre o método escolhido para otimizar a verificação da possível adesão da revista às posições presentes nos textos e trechos de falas divulgados. Quando os documentos que compõem uma série são revistas periódicas, deve-se acrescentar ao método serial a preocupação com a forma do documento enquanto objeto portador de texto, dado que a revista tem forma específica, planejada de acordo com o tipo de circulação desejada, e nela os diferentes tipos de textos e imagens influenciam-se no ato da leitura devido à sua organização no texto (textualização), na página ou na revista (composição), afetando as possibilidades de constituição de sentidos.

A discussão sobre a forma do documento que procuro estabelecer não é da mesma natureza da discussão, bastante freqüente em pesquisas sociolingüísticas, sobre a forma das entrevistas e sua influência sobre o dado. Uma revista não é

produzida como dado, mas como suporte de textos destinados à leitura; sua forma já está pronta quando o pesquisador toma seus textos como dados, restando a ele somente questionar sua importância para o ato de leitura.

Com a precaução metodológica de considerar a ação sobre o sentido exercida pela forma do documento que compõe a série, pretendo apontar para a possibilidade de se realizar uma pesquisa sobre alguns fatores que contribuem para o delineamento de uma mentalidade a partir de suportes de textos em que se possam perceber posições tomadas sobre alguns recursos lingüísticos. Essas posições podem ser verificadas desde a maneira de distribuição dos diferentes tipos de textos na página ou na revista, em que se pode verificar o estabelecimento de uma complementaridade entre eles.

A matéria em análise, como veremos mais adiante, faz uma espécie de apresentação de diferentes tipos de textos em que esses recursos são empregados e dá informações sobre os lugares em que aparecem. A apresentação funciona como uma espécie de orientação para a leitura da própria revista, pois nela se encontram distribuídos vários textos em que esses recursos são empregados. Por exemplo, a reportagem fala de vários anúncios feitos com uma “*linguagem*” específica e na própria revista há propagandas em que esta “*linguagem*” aparece.

Deste procedimento, no ato da leitura, pode decorrer encadeamentos de sentidos que extrapolam os limites de um único texto, e vão contribuindo para a constituição do discurso e de uma mentalidade. Assim, a investigação do “*discurso público sobre língua*” não pode se restringir àqueles trechos apresentados na reportagem em análise neste capítulo, devendo abranger outros

textos da revista, que está organizada de maneira que os sentidos extrapolem os limites de um só texto, constituindo o discurso a partir de seu encadeamento.

Outra observação a propósito do método serial está relacionada ao seu emprego no estudo das mentalidades. É ainda Schlieben-Lange quem aponta para a produtividade do emprego do método serial no estudo das mentalidades, cujos *"traços característicos aceitos por todos os pesquisadores nesse domínio"* seriam os seguintes:

- "a) as mentalidades são coletivas;*
- b) as mentalidades referem-se ao sistema de nossas*
percepções do mundo;
- c) as mentalidades são relativamente estáveis e*
duradouras." (1993:84)

A título de experimento, Ginzburg (1991) faz uma análise bem sucedida de uma série dispersa no tempo e no espaço, aglomerada a partir das características morfológicas de algumas crenças populares, seu objeto de pesquisa, apresentadas em alguns documentos.

Vejamos como o autor apresenta o próprio livro:

"A primeira parte tem andamento narrativo linear: os âmbitos cronológico e geográfico examinados estão circunscritos; a rede documental é relativamente densa. O corpo central do livro, ao contrário, abandona várias vezes

o fio da narração e chega a ignorar sucessões cronológicas e continuidades espaciais, na tentativa de reconstruir por meio de afinidades algumas configurações míticas e rituais, documentadas num espaço de milênios, por vezes a milhares e milhares de quilômetros de distância. Nas páginas conclusivas, história e morfologia, apresentação narrativa e exposição (idealmente) sinóptica se alternam, acavalandose." (p.22-23)

O que depreendo do trabalho realizado por Ginzburg, embora saiba que muitos historiadores não o admitiriam, é que a constituição de uma série pode ser feita por traços identificatórios ancorados na leitura que o analista faz do material coletado.

Apoiando-me na experiência de Ginzburg, em minha análise não movimento exatamente a seqüência formada pela revista, apesar de ela constituir uma série organizada seqüencialmente no tempo, dado que sua publicação é mensal. Para dizer de outro modo, procuro fazer uma leitura que não obedeça necessariamente à ordem dada pela revista, seja na seqüência temporal, seja na seqüência com que os textos aparecem em seu interior.

Faz-se necessário, ainda, fazer uma breve observação sobre a relação apontada por Schlieben-Lange (1993:85) entre o método serial e o conceito teórico de "longa duração" (período de 200 a 300 anos). No caso do vínculo estabelecido entre recursos lingüísticos e a idéia de tempo moderno em revistas

periódicas, encontraríamos documentos para compor apenas uma série próxima do que se pode chamar de “*média duração*” (período de 20 a 30 anos). Isso se considerarmos a década de 30 como marco do impulso à modernização no Brasil, acrescida à existência relativamente recente da circulação em grande escala de revistas periódicas como as que estou manuseando.

Mesmo assim, é importante que os estudos da linguagem possam acompanhar esse empenho unificador da mídia, vinculando recursos lingüísticos à idéia de tempo moderno, porque é através da legitimação e do uso desses recursos que se pode forjar uma mentalidade, na medida em que se procura formar e selecionar um tipo de leitor específico.

Para especificar ainda mais o campo sobre o qual recai minha análise convém explicitar que é o lado externo das “*comunidades argumentadoras*” que interessa diretamente a este trabalho, já que as posições defendidas pelos lingüistas sobre os recursos em questão não serão examinadas. Para a questão que levanto, a de que os julgamentos apresentados sobre alguns recursos lingüísticos contribuem para produzir uma determinada representação do que seja a língua a ser usada de forma compatível com a idéia de tempo moderno, julgo mais pertinente verificar como a mídia lança mão de autoridades, constituindo-as como tal na revista, e construindo a sua própria, para falar de recursos lingüísticos sem recorrer explicitamente a especialistas.

Minha escolha deve-se à escassez de estudos sobre esse aspecto, focalizando o momento em que se delineia um projeto uniformizador que circula através da mídia, nos anos em que interessa às lideranças políticas e econômicas

do Brasil estimular o progresso tecnológico e, com ele, a absorção de tal projeto. No entanto, não descarto a possibilidade de se realizarem pesquisas sobre o lado interno das “comunidades argumentadoras”, para verificar em que medida a produção lingüística das últimas décadas fornece elementos para esse projeto. Para isso, estaria mais uma vez aproveitando as sugestões de Schlieben-Lange:

"De um lado a história das comunidades argumentativas, isto é: das pessoas e das instituições, precisa ser descrita, comunidades nas quais se discutem questões que dizem respeito às línguas. Quem, ou seja: quais pessoas, grupos, membros de quais especializações argumentam sobre as línguas; em quais instituições isso é realizado (escola, universidade, foros públicos, academias etc.); de que forma isso é feito (concursos, revistas, congressos etc.); o meio no qual a argumentação acontece, influencia a forma da argumentação (oral/escrito, livro/cópia etc.)? Pode-se perguntar se é significativo, no âmbito da história externa da Lingüística, examinar-se não somente a história externa das instituições, como também a história social e cultural em um sentido mais amplo. Colocou-se então a pergunta sobre quais necessidades políticas, sociais, econômicas e culturais marcam o ponto inicial de determinadas questões lingüísticas, a questão do quadro de exigência social. A

intuição dessa bipartição está na base da proposta de S. Auroux, entre um componente social (que talvez se devesse chamar de institucional) e um componente prático."
(1993:138)

Na matéria sobre a Jovem Guarda é bastante clara a descrição das instituições a que pertencem as pessoas a quem são atribuídos os trechos transcritos, assim como são claros os julgamentos feitos sobre alguns recursos lingüísticos.

Embora o material seja excelente para estudar a expressão de "*um saber sobre a língua*" por falantes não especialistas, mas constituídos como integrantes de comunidades e instituições em que se pode opinar sobre a língua usada, não é este o ponto que me interessa. Deste lugar de poder a que são erigidos, e enquanto falantes, eles podem, de acordo com Schlieben-Lange (1993:94): a) dizer quais elementos pertencem ou não à língua; b) dizer quais elementos são antigos ou novos; c) identificar as variantes; d) dizer com quem e em que situações se comunicaram com sucesso; e) quem fala a sua língua.

Não é uma categorização da expressão deste saber que me interessa, mas as estratégias usadas na constituição de um discurso uniformizador sobre os recursos lingüísticos do momento.

Veja-se, então, como são apresentados na reportagem escolhida os julgamentos e as pessoas a quem são atribuídos.

2.3 - Os recursos da reportagem

Primeiramente, destaco abaixo a apresentação dos trechos de falas atribuídos a entrevistados, que aparecem reproduzidos na matéria e, posteriormente, procuro verificar como esses recursos lingüísticos vão sendo informados ao leitor, ao mesmo tempo em que vão sendo inseridos no texto da revista.

Entrevistado 1 (E1) - Professora Corinta Acioly, diretora de um dos colégios mais importantes de São Paulo.

" - A primeira vez que assisti ao programa de Roberto Carlos na TV, fiquei um tanto chocada: os gestos pouco elegantes, os cabelos... Mas depois, ouvindo as crianças cantar suas canções, percebi que as palavras usadas são bonitas, meigas e não têm nada de pernicioso para os jovens. Claro, os cabelos ficariam melhor um pouco mais curtos." (p.73)

A escolha de uma “professora”, com cargo de “diretora” em “um dos colégios mais importantes”, geograficamente bem situada, “São Paulo”, e, portanto, membro de uma comunidade que argumenta sobre a língua (os professores), e ao mesmo tempo representante de uma instituição onde se argumenta sobre a língua (a escola), e que faz julgamentos sobre as palavras usadas, “bonitas, meigas” e ‘não perniciosas’, revela um pouco da estratégia usada pela revista para constituir autoridades para falar da língua, assim como uma tomada de posição favorável por parte da revista.

Mesmo opinando negativamente sobre "*os gestos pouco elegantes...*", o julgamento positivo, expresso em "*as palavras usadas são bonitas, meigas e não têm nada de pernicioso para os jovens.*", pode ser suficiente para aprovar a propagação da 'linguagem' usada pelo grupo.

E2 - Estudante carioca, de 13 anos:

"- *Pra mim o negócio é que tudo o mais vá pro inferno. Acho que-o Roberto Carlos é mesmo legal! E a roupa que ele usa, um estouro!*" (p.73)

O entrevistado, jovem, também membro integrante da instituição escola, e geograficamente localizado (Rio de Janeiro), apresenta atitude favorável ao cantor, à sua roupa e ao seu vocabulário, incorporando mesmo à sua fala expressões e palavras típicas atribuídas à Jovem Guarda.

E3 - Juiz de menores

"- *Vi vários programas de televisão com Roberto Carlos e, pessoalmente, gostei.*" (p.73)

Representante do poder judiciário, ao atestar seu gosto pessoal sobre os "*vários programas de televisão*" que afirma ter visto, o julgamento positivo do entrevistado, "*gostei*", pode abarcar também o modo de vestir e de falar que apareciam no programa.

A fala deste entrevistado, embora pessoal, está situada acima de restrições quanto ao espaço geográfico ou ao tempo. Não aparece sua idade, nem a região a que pertence. Enquanto profissional da justiça, seu julgamento não passaria por estas determinações.

E4 - Vigário

"- Ouvi algumas canções do ié-ié-ié e, apesar da gíria, achei boas. Mas levei um choque quando soube do título de uma delas - Que tudo o mais vá para o inferno. Imagine se a mocidade tôda começa a cantar isso!" (p.74)

Como representante de uma instituição religiosa - a Igreja Católica - este entrevistado cumpre seu papel de censor moral e dogmático, reprovando o uso de gírias e o título de uma das canções. Mesmo assim, há em seu depoimento uma avaliação positiva sobre as canções, "achei boas", o que acaba contribuindo para a construção de uma imagem positiva das mesmas, dando sustentação para a prosperidade do estilo.

A exemplo do Juiz de menores, também não aparece idade ou localização deste entrevistado. A fala do interior da fé católica, principalmente tratando-se de um representante de Deus na terra, implica atemporalidade e universalidade.

E5 - Professora, esposa, mãe:

"- Eu não sei... Os meninos (um de 5, outro de 3 anos) ficam alucinados. O maior gosta mais de Erasmo, diz que é mais boa pinta. O meu marido acha a influência saudável"

Embora apresente dúvida a princípio, a entrevistada incorpora e reproduz a fala do filho, que revela o gosto pessoal deste ao usar uma expressão típica da Jovem Guarda e ainda atesta a posição favorável do marido. Ela não só é apresentada como membro das instituições escola e família, como ilustra com sua própria fala a representação efetiva dessa última, funcionando como porta-voz das posições assumidas pelo filho e pelo marido.

Esses depoimentos apresentados na matéria podem ser estratégicos para a naturalização dos recursos lingüísticos atribuídos à Jovem Guarda. Dois fortes componentes concorrem para isso. Por um lado, o trabalho de constituição de autoridades, levado a cabo na reportagem, para falar sobre aspectos polêmicos é calcado na escolha de membros da comunidade que possam representar instituições em que se argumenta em favor de saberes, inclusive sobre a língua. Por outro lado, as críticas feitas pelos entrevistados, por não fugirem ao que se espera de alguém na sua posição, tornam-se praticamente sem efeito. Suas críticas não inviabilizam o convívio entre os valores que representam e aqueles que criticam.

Ao tecerem considerações sobre “*educação e propaganda*”, Perelman e Olbrechts-Tyteca oferecem importante contribuição para a compreensão do papel dos entrevistados na reportagem:

“Alors que le propagandiste doit se concilier au préalable, l’audience de son public, l’éducation a été chargé par une communauté de faire le porte-parole de valeurs reconnues par elle et, comme tel, il jouit d’un prestige dû à ses fonctions.

“Or un instant de réflexion suffit pour constater que, à ce point de vue, l’orateur du discours épideictique est très proche de l’éducateur. Comme ce qu’il va dire ne suscite pas de controverse, qu’un intérêt pratique immédiat n’y est jamais engagé, qu’il ne s’agit pas de défendre ou d’attaquer, mais de promouvoir des valeurs qui sont l’objet d’une communion sociale, l’orateur, s’il est par avance assuré de la bonne volonté de son auditoire, doit pourtant posséder un prestige reconnu. Dans l’épideictique, plus que dans n’importe quel autre genre oratoire, il faut, pour ne pas être ridicule, avoir des titres à prendre la parole et ne pas être malhabile dans son usage. Ce n’est plus, en effet, sa propre cause ni son propre point de vue, que l’on défend, mais celui de tout l’auditoire: on est, pour ainsi dire, l’éducateur de celui-ci, et

s'il est nécessaire de jouir d'un prestige, à l'aide de sa propre autorité, les valeurs que l'on soutient. " (1958:68)

A legitimidade do uso de alguns recursos lingüísticos considerados próprios à inserção dos falantes num tempo tido como moderno é proposta aos leitores da revista de todo o país através da apresentação de julgamentos feitos por pessoas cuja autorização "*à prendre le parole*" para falar sobre eles, como se fosse em nome de uma instituição, é construída na própria revista. Além disso, ter espaço na mídia para falar, ainda que na condição de entrevistado, já implica estar em um lugar de poder em relação aos leitores.

Na mesma direção, Bourdieu contribui para a reflexão sobre os lugares de poder a partir dos quais se tem autorização para fazer uso da palavra:

"En fait, l'usage du langage, c'est-à-dire aussi bien la manière que la matière du discours, dépend de la position sociale du lecteur qui commande l'accès qu'il peut avoir à la langue de l'institution, à la parole officielle, orthodoxe, légitime." (1982:107)

Esse trabalho da mídia vai garantindo a incorporação de novos elementos à língua e de noções sobre ela e a sociedade; ou seja, vai fomentando a idéia de que para ser moderno é necessário acompanhar as modificações que ocorrem, não só do que se pode ou não falar, mas também do modo de falar. O fato de haver

membros de instituições autorizadas a expressar julgamentos que se posicionam de maneira favorável aos usos daqueles recursos lingüísticos funciona como aval para quem quiser começar a usá-los. Já em 1957, Merton-Lazarsfeld (apud Bosi, 1996:35) chamava a atenção para a *“atribuição de status a um indivíduo, ou legitimação desse prestígio. Pessoas ‘importantes’ aparecem na TV para endossar o conteúdo da propaganda ou a veracidade da notícia transmitida.”*.

Embora as modificações em curso possam se verificar passageiras, insiste-se na construção de uma espécie de moda, que identifica os grupos atualizados, ‘sintonizados’ (hoje ‘plugados’) com seu tempo.

No quadro abaixo, apresento um resumo dos dados expostos acima. Estão distribuídos no quadro de maneira a facilitar a visualização, a função da pessoa, cujo depoimento foi selecionado através do procedimento de textualização para incorporação na reportagem; a instituição que essa pessoa representa de acordo com a descrição apresentada pela revista; e os julgamentos que os entrevistados emitem sobre a fala dos representantes da Jovem Guarda, bem como sobre as próprias pessoas que compõem esse grupo, suas roupas, atitudes e músicas, uma vez que eles acabam tendo efeito sobre o grupo de um modo geral, e da sua aprovação ou reprovação depende a permanência daquilo que no momento é considerado polêmico.

FUNÇÃO	INSTITUIÇÃO	JULGAMENTOS
Diretora de Escola	escola	as palavras usadas são bonitas, meigas e não têm nada de pernicioso para os jovens.
Estudante	escola	o Roberto Carlos é mesmo legal! E a roupa que ele usa, um estouro!
Juiz	Poder Judiciário	gostei
Vigário	Igreja	apesar da gíria, achei boas (as canções)
Profª./esposa/mãe	Escola/família	O (menino) maior gosta mais de Erasmo, diz que é mais boa pinta. O meu marido acha a influência saudável

Além da reprodução dos depoimentos atribuídos às pessoas pertencentes a diferentes instituições, o que pode criar o efeito de que representam efetivamente a posição das instituições, o texto do redator da matéria apresenta-se favorável ao grupo, chegando a instruir os leitores sobre uma espécie de lugar de origem do uso das suas palavras e expressões.

"Antes de cantar ou apresentar um dos artistas do programa Jovem Guarda, Roberto Carlos sempre solta a frase que hoje é repetida em todo canto: 'É uma brasa, mora!'" (p:76)

Considerando-se que no ano de 1966 não havia o mesmo número de aparelhos de televisão que hoje, fornecendo informações desta natureza, pode-se atribuir parte da função da revista a uma espécie de complementaridade daquele veículo.

Mais adiante, a reportagem vai delineando espaços do cotidiano, precisando mais o que no trecho anterior chamou de *"todo canto"*, nos quais esses recursos lingüísticos já estariam sendo empregados, incluindo os tipos de textos e a maneira como aparecem:

"Na própria televisão, as lojas anunciam: 'Está uma brasa a nossa liquidação'. O colunista social Tavares Miranda adotou a frase: 'Quando Hélio Muniz sorri, é uma brasa.' O anúncio da nova peça de Dercy Gonçalves, diz 'Cocó, My Darling, hoje, mora, é uma brasa'. Uma churrascaria no centro de São Paulo escreveu na

vitrina: *'Aqui o churrasco é feito na brasa, mora!'* E a TV Record usou em tom de piada o slogan: *'Brasorum est, moratibus.'*" (p.76)

Esta estratégia de indicação do lugar onde se usam as expressões da Jovem Guarda (televisão, jornal, lojas, teatro, churrascaria, centro de São Paulo) funciona como uma espécie de manual de etiqueta, que mostra onde e quando se pode e se deve usar tal vocabulário sem cometer 'gafes', incitando o leitor a empregá-lo, já que muitos o empregam, apelando para um recurso básico da propaganda que é a persuasão pela oferta da possibilidade de integrar o leitor a um grupo. Nesse grupo, seria uma 'gafe' não saber usar. No entanto, a variedade de lugares em que se pode usar vai acabar por generalizar o uso. É importante notar que a localização geográfica (Rio-São Paulo) também desempenha papel importante na autorização do emprego. Essas indicações promovem, junto aos leitores, os lugares de inclusão, lugares que ele deve freqüentar, adotando o estilo adequado para tornar-se interessante a seu tempo. Seguem-se aqui propostas de deslocamento muito semelhantes àquelas que apontei na análise das capas, contracapas e sumários da revista. Ou o leitor vai ao Rio de Janeiro e a São Paulo para usar/consumir esses produtos e já *"leva... na sua bagagem"*, uma vez que a revista os forneceu; ou usa-os em ambientes parecidos, como se propõe no caso do *"Vermouth"*.

Por outro lado, embora uma parcela de possíveis leitores, já esteja, *a priori*, posta de fora desse circuito - já que, pertencendo a outros grupos sociais, estariam impedidos de freqüentar tais lugares - suas fantasias podem ser mobilizadas pela

propaganda, provocando sua identificação, mesmo que não desfrutem o *status* de seus personagens.

O caráter de instrução parece se consolidar quando a matéria oferece um "*Pequeno dicionário da gíria ié-ié-ié.*", oportunizando a compreensão e o emprego desse vocabulário, que é apresentado da seguinte maneira:

"A linguagem de Roberto Carlos e seus seguidores modifica o sentido das palavras antigas e traz outras, novas, que são usadas tanto nos shows como na conversação diária da juventude.

O artigo também é usado para dar ênfase à opinião. Por exemplo: 'aquele é o carro'; 'Sofia é a mulher.'

Aqui estão as palavras principais:" (p.79) (Segue-se a esta introdução a exposição de 24 itens - palavras e expressões - com o significado ao lado.)

Da apresentação do glossário, parece importante destacar dois movimentos fundamentais para a constituição de sentidos nessa matéria: um, localizado no tempo, indo de "*palavras antigas*" a "*novas*", passando pela modificação de seus sentidos ou pela sua recriação; outro, no espaço, saindo dos "*shows*" para a "*conversação diária*".

Na parte que segue procuro verificar como tais movimentos ocorrem nos textos, considerando como a linguagem do ié-ié-ié é empregada nos textos das revistas e como se relacionam com outros textos dentro de um mesmo exemplar ou com outros exemplares.

2.3.1 - A mobilidade dos recursos lingüísticos (textualização) e a distribuição dos textos na revista (composição) - propagandas, reportagens e adequação ao tempo moderno

No mesmo nº. 2 da revista, em que se fala, na reportagem "*Vejam quem chegou de repente*", do uso dessa "*linguagem*" em outros tipos de textos e em outros veículos de comunicação, aparece, na página 108, um anúncio de pneus, no qual se usa a expressão "*largar brasa*"; e, na página 110, uma propaganda da TV Record, em que se usa a palavra "*onda*". Ambas as propagandas já tinham sido publicadas no número 1 da revista, nas páginas 50 e 115, respectivamente. O texto da propaganda de pneus é ilustrativo:

"Com pneus Pirelli v. pode 'largar brasa' em qualquer percurso. Ou melhor, em quase todos."

A expressão "*largar brasa*", que o próprio texto já traz entre aspas, auxilia a esclarecer a relação estabelecida entre um produto da tecnologia, símbolo de progresso, e os recursos lingüísticos atribuídos ao ié-ié-ié brasileiro.

Pode-se identificar no texto dessa propaganda que traz a expressão "*largar brasa*" vinculada a pneus, logo, a carro, símbolo de progresso, de avanço no tempo ou de ascensão social, a seguinte proposição: se você possui um instrumento cunhado a partir da tecnologia para se deslocar no espaço e usa uma linguagem apropriada aos tempos modernos, então você se deslocou também no tempo, você avançou, está 'por dentro' do seu tempo, você é moderno.

São, no mínimo, dois produtos divulgados como símbolos de modernidade: o carro, por metonímia, e o conjunto de recursos lingüísticos (e por que não pensar na língua também por metonímia?) atribuídos à Jovem Guarda. Nessa propaganda em que se recomenda o uso de pneus, os dois outros produtos são vinculados, o carro como um todo e os recursos lingüísticos.

Logo, no mesmo exemplar em que uma reportagem informa aos leitores em quais outros textos está se tornando 'normal' empregar este tipo de recurso lingüístico, a propaganda de pneus serve de ilustração, ao mesmo tempo em que amplia o número de produtos a que esses recursos estão sendo vinculados. Na reportagem apareciam propagandas de loja, peça de teatro e churrascaria.

Retornemos ao exemplar nº. 1, de Abr/66, em busca de relações entre números diferentes. Fazendo seqüência à propaganda de pneus publicada na página 50, inicia-se, na página 51, uma reportagem intitulada "*Linha, faz favor*", sobre o sistema de telefonia no Brasil. Os argumentos usados na matéria são centrados na importância da tecnologia e, por contigüidade, na importância da modernização.

Toda a matéria é direcionada para favorecer a compreensão de que telefone é sinônimo de progresso, fazendo contraposição entre a demora para a instalação de um telefone no Brasil e a agilidade com que isso era feito na mesma época na Suécia e nos Estados Unidos. O trecho abaixo aparece ainda nessa mesma página, 5º. parágrafo:

"A Embratel, criada para comprar a Companhia Telefônica Brasileira e cuidar das linhas interestaduais, quer fazer o Brasil chegar aos padrões mais modernos no que diz respeito a telecomunicações."

Na página 52, um subtítulo da matéria anuncia: *"Sonho do Brasil vai demorar 30 anos."*, estabelecendo uma contraposição entre tempo futuro e tempo passado, na comparação com os Estados Unidos, por exemplo, pois na página 53 um box apresenta diferentes tipos de aparelhos telefônicos utilizados naquele país. O texto do box tem início da seguinte maneira: *"Os telefones dos Estados Unidos são quase ficção científica para nós: ..."* (grifo meu por entender que esta expressão remete a tempo futuro) e segue enumerando tarefas realizadas pelos modelos apresentados, cujas fotografias estão expostas no box. Um outro subtítulo da matéria, presente na página 54 - *"Corrida para alcançar o presente."* -, corrobora também para a construção desse equacionamento entre atraso e progresso, em que o presente é circunscrito num outro espaço geográfico: Europa e América do Norte.

Nessa matéria, podem-se verificar processos de construção de noções de tempo e de progresso vinculadas uma à outra, pois o texto é construído de tal forma que vai-se criando a noção de que progredir é alcançar um tempo que ainda não chegou. Interessante notar que para atingir esse tempo é preciso ter poder econômico também. Quem já alcançou o tempo para o qual os países do chamado terceiro mundo estariam indo são os países do chamado primeiro mundo, vide os exemplos dados: *"Suécia e Estados Unidos"*.

Para fazer essa afirmação, estou aproveitando a oportunidade aberta por Schlieben-Lange ao empregar a noção de mentalidade, para recorrer ao paradigma indiciário utilizado por Ginzburg em suas pesquisas na área de história. Os indícios que encontramos nas páginas da revista Realidade contribuem para reconstruir o processo de instauração da relação entre a representação feita sobre alguns recursos lingüísticos e a idéia de tempo moderno.

A reportagem sobre o sistema de comunicação via telefone, pautada na modernização, na sequência da propaganda da Pirelli, é um bom lugar para averiguar a concatenação de elementos que concorrem para vincular alguns recursos lingüísticos e a modernização via tecnologia. Note-se que, para alcançar esse modelo, preconiza-se um deslocamento no tempo, no espaço e na condição social. Complementarmente, percebemos o sentido de que a comunicação se dá melhor em um tempo moderno, indicando que as pessoas devem se comunicar de acordo com os padrões considerados modernos e uma das coisas que garante isso é a modernização dos meios de comunicação.

“Com efeito, o espaço é o tempo exteriorizado. O passado identifica-se com um valor que está ‘fora’, o comunismo, figurativizado pela União Soviética; o futuro, com o desenvolvimento capitalista cuja figura são os Estados Unidos. União Soviética e Estados Unidos são o outro a ser, respectivamente, evitado e desejado. Sobre a primeira pesa um interdito e, por isso, não deve ser desejado. Sobre o segundo, recai uma injunção positiva e, portanto, deve ser buscado. A

história é reduzida a um tempo linear e sucessivo, porque é ela apenas a explicitação de um já-dado natural que vai progredindo. O sistema capitalista é que pode prosperar em nossa terra." Fiorin (1988:70)

Na página 115, do mesmo número 1 da revista, intercalando uma entrevista com a atriz sueca Ingrid Thulin, cujas posições compõem o perfil de uma mulher moderna, aparece uma propaganda da TV Record, que se repete no nº. 2, p. 108, com o seguinte texto:

"A 'onda' da TV Record não é curta, nem média, nem longa. É a maior. Canal 7 TV Record."

A expressão "*é a maior onda*", que colabora para compor o lado moderno da língua e que poderia ser falada por uma mulher com o perfil da entrevistada, aparece reorganizada nessa propaganda. Considerando-se a TV como meio de comunicação de massa representante do progresso e da modernidade, ao qual a revista se alia, e o rádio como meio de comunicação de massa mais antigo, e mesmo ultrapassado, podemos ver nessa propaganda uma tentativa de sobreposição da primeira ao segundo. Este tem ondas médias, curtas e longas; aquela, mais moderna, tem "*a maior onda*", comportando os significados de 'dimensão' e de 'bom'.

Trago ainda outros trechos para continuar a ilustrar o vínculo entre objetos divulgados e a idéia de tempo moderno, justificativa para sua aquisição, através de algumas palavras recorrentes como progresso, tecnologia, futuro, etc. Nestes últimos exemplos chamo a atenção para a possibilidade de encadeamentos não só entre os textos numa mesma revista, mas também a ligação entre um exemplar e outro.

No número 2 da revista, de maio de 1966, p. 6, aparece um desses termos no 'slogan': *"Light a serviço do progresso do Brasil"*. O sentido do termo *"progresso"* pode encadear-se com a remissão para o futuro, condição necessária para se atingir o presente, segundo a perspectiva da matéria sobre telefones. Uma outra propaganda, publicada no exemplar nº. 3, de Jun/66, inscreve-se no mesmo eixo. Acima de dois retângulos, o primeiro com um homem vestido com roupa de Nycron e o outro com um foguete imitando o que foi à lua, ela traz o seguinte texto:

"Não é de admirar que a técnica moderna tenha criado Nycron, o tecido que não amarrota nem perde o vinco. Afinal o futuro está acontecendo." (p.56)

Já no exemplar de julho de 1966, nº. 4, p. 50, o adjetivo *"moderno"* é usado para caracterizar uma marca de sapatos que vai servir de elo para o encadeamento:

"Vicrom é bonito, moderno, elegante, resistente e econômico."

Alguns dos adjetivos empregados para qualificar objetos são utilizados também para qualificar recursos lingüísticos ou para a própria palavra "*linguagem*", usada na reportagem sobre o ié-ié-ié para nomeá-los. Veja-se o texto abaixo, publicado no nº. 4, p. 102:

"Adotamos nova linguagem... Uma linguagem moderna... mais prática, mais eficiente. A linguagem do nôvo computador eletrônico IBM, em pleno funcionamento para tôdas as agências do seu Banco de Crédito Real de Minas Gerais S. A."

Trata-se de uma propaganda de um Banco que inicia sem mencionar diretamente "*A linguagem do nôvo computador...*". Os adjetivos aplicados à linguagem, "*nova*", "*moderna*", "*prática*" e "*eficiente*", fazem, com os dois primeiros, referência ao tempo e o relacionam, através dos dois últimos, com sentidos típicos do sistema capitalista.

Para finalizar este item, gostaria ainda de observar que, nem mesmo os propósitos do Papa João XXIII estavam desvinculados da idéia de modernização, o que foi rapidamente aproveitado pela revista:

"A Fábula do papa João

Ao inaugurar o Concílio Vaticano II, João XXIII convocara a Igreja para duas grandes e urgentes tarefas: o diálogo com o mundo moderno e uma corajosa atualização interna." (Jun/66:85, nº3)

2.3.2 - Outras formas de inserção desses recursos lingüísticos no discurso cotidiano.

Além de aparecerem como 'aspectos polêmicos' no texto que tematiza a Jovem Guarda, o que pode contribuir para atrair a atenção dos leitores, ao mesmo tempo em que foram utilizados em propagandas intercalando páginas de matérias que preconizam a modernidade, esses recursos lingüísticos são inseridos em falas atribuídas a entrevistados, agora sem a preocupação de apresentar uma discussão sobre eles ou simplesmente são utilizados como atributos de pessoas de quem se fala nos textos da revista.

No nº 5, de Ago/66, no tema "*Medicina*", há uma reportagem intitulada "*Silêncio: eles estão abrindo um coração*", que descreve do início ao fim uma cirurgia de coração, mas cujos "*nomes dos médicos, das enfermeiras e da paciente são fictícios muito embora a história se baseie em caso real ocorrido em um dos grandes hospitais de São Paulo.*" Nela aparece o seguinte trecho:

"Matsumoto (...) pouco falava, talvez porque soubesse apenas algumas palavras em português, que misturava constantemente ao castelhano. (...) Só uma vez ele

brincara e sorrira quando soube do resultado da luta de Eder Jofre no Japão:

- Harada é uma parada, mora!"

Mais adiante, depois de atestar a autoridade do médico responsável pela cirurgia, através de um reconhecimento da importância do seu trabalho e da sua competência profissional, a reportagem apresenta o seguinte trecho:

"No táxi, pensava em como interessar seu filho mais novo nos estudos - ele estava dando muita atenção ao ié-ié-ié."

Dois parágrafos abaixo, uma palavra característica do grupo que atraía a atenção de seu filho emerge no texto introduzido por travessão.

"A caminho do hospital, o Professor lembrou-se de que precisa comer. Iria enfrentar uma longa e exaustiva operação - as intervenções no coração duravam de 3 a 6 horas, em média - e ele teria de usar tôdas as suas energias. O melhor era se alimentar. Entrando no hospital, pensou em voz alta, o bom humor já voltando:

- Não sou mais nenhum brotinho!"

As reflexões do médico enquanto pai responsável e profissional sério não apresentam traços de "bom humor". É a palavra "brotinho" que, segundo a ótica adotada no texto marca a recuperação do "bom humor" perdido na seriedade das

preocupações cotidianas. Ao mesmo tempo em que reconhece, através de um termo atribuído à Jovem Guarda, não ser mais jovem o suficiente para suportar “3 a 6 horas” sem comer, o uso deste termo atesta sua integração a seu tempo. Se ele não é jovem, pelo menos é atual, ou pelo menos apresenta esta característica típica da modernidade que é a disposição para estar sempre incorporando novos valores, novos produtos, novas atitudes e hábitos. Isso vale também para sua profissão, ele está no topo das novidades em relação à cardiologia.

O equilíbrio apresentado pelo médico é o ingrediente usado pela revista para continuar a promoção destes recursos: “*muita atenção ao ié-ié-ié*”, a ponto de desinteressar-se dos estudos, pode ser problemático para um jovem, mas o uso de um ou outro termo atribuído ao ié-ié-ié por um profissional bem estabelecido não faz mal, aliás, conota jovialidade, “*bom humor*”.

No exemplar de Jan/67, nº 10, edição especial da revista intitulada “*A mulher brasileira, hoje*”, que foi apreendida e liberada meses mais tarde, encontra-se também o ié-ié-ié, numa matéria intitulada “*Minha gente é de santo*”, sobre a Mãe-de-santo Olga Francisca Régis. Na página 90, temos o seguinte comentário sobre uma das filhas de Olga: “*Jocenira, que tem 14 anos, vinha cantando uma música da jovem-guarda.*” Em seguida, na p. 93, direita, há uma fotografia de Olga e suas 4 filhas. Ao lado da fotografia está o seguinte texto:

“*Joselita chega da escola, liga a vitrola e põe um disco de ié-ié-ié. Assim são os filhos de Olga. Sabem falar nagô, respeitam as tradições de sua religião, mas não passam de jovens como os outros, que gostam de futebol, cantam música moderna*”

e usam roupas atuais. Uma destas meninas será a mãe de santo que substituirá Olga no terreiro de Ala-Ketu."

São dois ambientes completamente diferentes entre si, o hospital e a casa de Olga, diferentes daquele em que se insere o grupo caracterizado como Jovem Guarda, e diferentes ainda dos ambientes indicados na matéria "*Vejam quem chegou de repente*" como lugares em que se usa essa "*linguagem*".

A importância construída para os médicos na reportagem é usada como suporte para atestar a normalidade do uso de tal "*linguagem*". Contrariamente, em se tratando de filhos de uma Mãe-de-santo, que ouvem ié-ié-ié e "*cantam músicas modernas e usam roupas atuais*", é a presença desses elementos no seu cotidiano que é usada como suporte para atestar-lhes a normalidade, para mostrar que eles "*não passam de jovens como os outros*.", são bem humorados, etc.

No procedimento de textualização criam-se dois espaços textuais, apresentados acima, em que se tem a presença das "*palavras novas*" entre as "*antigas*", colocando-as no cotidiano e ilustrando a explicação dada por ocasião da apresentação do glossário.

Aqui temos também elementos para discutir procedimentos de inclusão e exclusão social. Apesar da diferença de direção dada à argumentação para uso dos recursos próprios ao ié-ié-ié, um traço liga os médicos e Joselita: ambos podem participar do mundo moderno e serem "*como os outros*" uma vez que incorporam signos próprios a esse tempo. Mesmo assim, é o médico que aparece com as credenciais consideradas mais adequadas para obter respeitabilidade social: seu

status legitima o uso, entretanto, para Joselita, é o uso que a integra, que a faz ser “*como os outros*”.

Apesar de o volume da revista, do qual extraí o exemplo acima, ter sido apreendido pela censura, em seu interior havia elementos absolutamente favoráveis ao sistema: por exemplo, a tolerância aos filhos de uma Mãe-de-santo passava também pelo fato de eles serem consumidores dos produtos que estavam em circulação naquele momento.

De qualquer forma, há uma atribuição de aprovação da linguagem de maneira generalizada, o que contribui para naturalizar uma postura favorável aos recursos lingüísticos e ao crescimento da Jovem Guarda.

2.3.3 - Semelhanças entre a colocação em circulação destes recursos lingüísticos e a publicidade de objetos.

Praticamente as mesmas indicações (como, onde, quando, ...) fornecidas para o uso dos recursos lingüísticos da Jovem Guarda aparecem em propagandas de outros objetos.

Veja-se, por exemplo, o primeiro parágrafo de uma propaganda de “*Lentes de Contato*”, que aparece no exemplar de Dez/66, nº 9, p.9, ocupando a página inteira, à-direita do leitor:

“Nos Estados Unidos e na Europa todo mundo já usa. As elegantes chegam a ter diversos jogos, de côres diferentes, que é para combinar com os sapatos e as

luvas, ou com a cor das jóias (esmeraldas com olhos verdes devem ficar uma beleza!), vestidos do Cardin, carros de luxo etc. Bibi Ferreira inaugurou a moda de lentes coloridas no Brasil, usando umas azuis quando fez "Alô, Dolly"- coisa que deu até notícia de primeira página."

Ainda neste mesmo exemplar, encontramos na página 70, numa reportagem intitulada "*Chico dá samba*", o seguinte trecho:

"(...) Os rapazes do conjunto MPB-4, que o acompanham no show da buate Arpège, no Rio, comentaram uma vez simulando indignação:

- São fogo êsses olhos verdes! O jeito é a gente usar lentes de contato coloridas... Também somos lindos, altos, simpáticos, cantamos o fino e, mesmo quando a luz está só na gente e o cara no maior escuro, elas ficam adivinhando o Chico ou esperando ele voltar."

Se, no primeiro texto, o nome de uma atriz é evocado para enaltecer o uso de lentes de contato; no segundo, a relação entre a cor dos olhos de um cantor e o uso de lentes aparece como que desinteressadamente e já fora de uma divulgação mais explícita. A menção ao uso desse objeto, tanto quanto o uso propriamente dito de uma palavra considerada típica da "*linguagem*" da Jovem Guarda ("*brotinho*", atribuída ao médico), aparece como sendo uma idéia que pode ocorrer a qualquer um. Porém, faz muita diferença quando este *qualquer um* é um

médico ou são cantores, cujo trabalho é considerado digno de aparecer numa revista de circulação nacional.

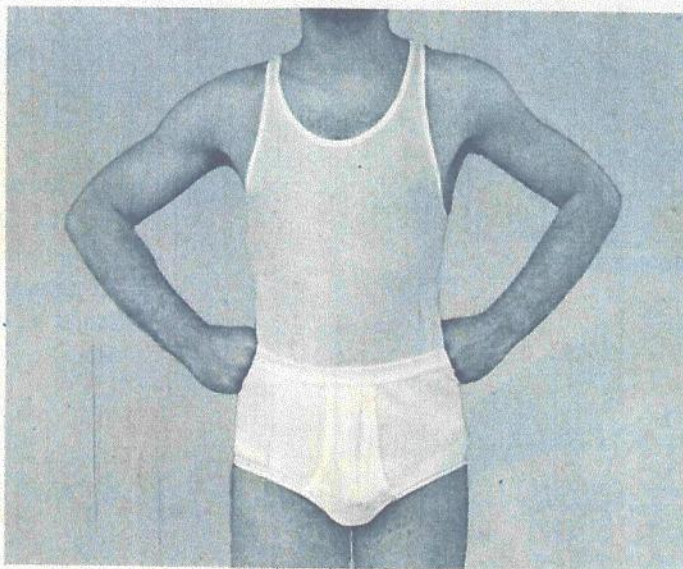
Estratégias semelhantes podem ser identificadas também em propagandas das cuecas “Zorba”. Considere-se em primeiro lugar a que aparece no exemplar nº. 9, de Dez/66, p. 21, à direita do leitor, ocupando a página inteira.

da turma do
clube êle
era o único
que ainda
não usava



ZORBA

(mas depois daquela gozação
êle acabou aderindo)



O único vestuário masculino que não evoluía era a cueca. Até aparecer Zorba. Elegante, porque se ajusta anatomicamente na medida de seu corpo. Agradável, porque é tecido termo-estável, ventilado, macio e leve. É prática, porque é Ban-lon: fácil de lavar, seca rapidamente e nunca precisa passar. Hoje, é Zorba.

(Vale a pena conhecer também camisetas e sungas Zorba.)



PRODUTOS DE
"Modasport"

Rua Guaicurus, 1325 e 1329 São Paulo

Nossos Representantes ZORBA:

RIO DE JANEIRO: Ismar A. Matos - Rua Gonçalves Dias, 10 - Telefone: 22-2309

PÓRTO ALEGRE: Dias Gurski & Cia. - Rua Marechal Floriano, 91 - Telefone: 9-2390

BELO HORIZONTE: Rep. Cagial Ltda. - Rua Rio de Janeiro, 462 - 12.º andar - sala 1215 - Telefone: 4-3554

RECIFE: René Vasconcelos - Rua da Praia, 153 - Edifício Cunha Rego - 6.º andar - sala 606

INTERIOR DE SÃO PAULO: Carlos Alberto Mourão - Hotel Central - São José do Rio Preto

CURITIBA: Maurício Glaser - Avenida João Pessoa, 103 - 8.º andar - sala 829

SALVADOR: Org. Norte Sul - Rua Rui Barbosa, 19 - 4.º andar - sala 406

Pode-se traçar um paralelo entre os elementos presentes no texto desta propaganda e aqueles presentes na reportagem “*Vejam quem chegou de repente*”. Aqui não há reprodução de trechos de falas de autoridades que apresentem julgamentos sobre a cueca, mas o lugar delas é ocupado pelos leitores que possam se identificar com quem já usa a cueca divulgada. As autoridades julgadoras estão constituídas na fotografia reproduzida ao lado da primeira frase do texto, por dois homens que usam o modelo divulgado. Para efetivar ainda mais a identificação dos leitores, a fotografia representa o momento da “*gozação*”, em que os dois homens que usam o modelo de cueca divulgado ‘gozam’ de um terceiro que usa um outro modelo. Esse terceiro é a representação do “*êle*”, sujeito à “*gozação*”, com quem se procura identificar o leitor que ainda não aderiu ao ‘novo’ modelo de cueca. É a não evolução e o isolamento - afinal, “*êle era o único*”, por estar fora do padrão proposto pela propaganda - que pesam na reprovação de quem não aderiu ao uso das cuecas Zorba.

Cabe lembrar, neste paralelo que aqui se estabelece, pelo menos o estudante carioca, (E2), que usa alguns recursos lingüísticos atribuídos à Jovem Guarda, como os modelos que aparecem na fotografia usando a cueca Zorba. Embora ele não opine, ele incorpora os recursos, o que indica aprovação e aceitação.

Além disso, a relação do produto divulgado com a idéia de tempo moderno é ancorada no texto, principalmente pelo encadeamento de sentidos suscitados pelo verbo “*evoluir*”, pelo marcador de escalaridade “*até*”, e pelo adjunto adverbial de tempo “*hoje*”.

No nº. 15, de Jun/67, p. 22, aparece outra propaganda da Zorba, que é também repetida no nº 19, de Out/67, p. 60. Nestes dois números ela ocupa apenas a metade inferior da página situada à esquerda do leitor.

Na primeira propaganda, o julgamento negativo está explícito no texto e na fotografia. O uso de uma outra cueca que não a Zorba, é passivo de “gozação”. Na segunda, o julgamento é apenas sugerido. É preciso pensar que “*gente moça*” se contrapõe a ‘gente velha’ e que enquadrar-se como gente velha pode significar estar fora de seu tempo.

Pode-se dizer que a primeira propaganda era mais didática do que esta última. Ela apresentava o contraste entre dois tipos de cueca, recorrendo inclusive à fotografia, num momento em que parecia ser importante à cueca Zorba se sobrepor à outra exibida na fotografia. Passado este momento, abandonou-se o recurso à fotografia para explicitar o contraste e dos opinadores como se pode ver a propaganda do nº. 15.

Enquanto a primeira propaganda aproxima-se mais da matéria sobre a Jovem Guarda, a segunda assemelha-se aos outros ambientes em que os recursos lingüísticos foram colocados, sejam propagandas, sejam matérias.

O contraste entre as duas propagandas pode ser observado também no que concerne à presença de texto. A primeira apresenta um texto explicativo, desde a suposta falta de evolução da cueca, até suas vantagens físicas com relação àquelas que, segundo a propaganda, não evoluíram. A segunda apresenta como texto central apenas duas frases, forjando a inscrição dos usuários nas classificações “*Gente môça*” e “*Gente muito môça*”, auxiliada pelas fotografias de um homem jovem e de um menino, ambos usando a cueca.

Outra diferença entre as duas, está na indicação dos endereços dos representantes na primeira e que não aparece na segunda. Isso também contribui

para uma aproximação entre o texto da primeira propaganda e o da reportagem sobre a Jovem Guarda. Oferecer os endereços ao leitor é semelhante à indicação de ambientes em que se usavam (ou se encontravam) os recursos lingüísticos típicos do ié-ié-ié.

Uma outra propaganda da cueca Zorba aparece no exemplar de Nov/67, n.º 20, p. 134, e é repetida no exemplar de Dez/67, n.º 21, p. 178. Nos dois números ela está à esquerda do leitor e ocupa a metade inferior da página.

De que morreu aquê pequeno gato?

SONHO CONTINUAÇÃO

sonhava mais foi se afundando lentamente. Ao fim de mais ou menos três meses, morreu.

A autópsia não revelou nada de particular, a não ser uma lesão das glândulas supra-renais.

Por esta razão, os neurofisiologistas acham que falar do aspecto subjetivo da privação do sonho com a pretensão de contribuir para o conhecimento clínico do fenômeno não tem nada de científico (referência à psicanálise). Para eles o importante é que o gato morreu com lesões nas glândulas supra-renais. Estas glândulas muito importantes,

situadas abaixo dos rins, são "usinas" de noradrenalina, substância química que assegura a transmissão de influxo nervoso entre uma notável parte dos neurônios do organismo.

Se a constante dessa ligação entre Nucleus Pontis Caudalis e a supra-renal ficar estabelecida, poder-se-á provavelmente concluir que a estrutura física orgânica do sonho condiciona pelo menos o funcionamento normal das inumeráveis fibras nervosas que utilizam a noradrenalina como transmissor. A esta altura das experiências o dr. Jovet e sua equipe ainda não se sentem em condições de se pronunciar sobre a questão.

Para que servem os sonhos?

Por que o gato do professor Jovet, impedido de sonhar, morreu com lesões nas supra-renais? Por que, da mesma forma, os voluntários de Dement começaram a sofrer nevroses depois da quarta noite sem sonhar? É possível que passo a passo a pesquisa experimental conduza um dia os homens até sublimes regiões hoje apenas entrevistas por um instante.

Seja o sonho o motor da evolução, seja o pensamento puro, seja ele o caminho para que o homem desvende novas capacidades de seu cérebro e construa uma ciência sobre-humana, a única coisa que vale perguntar agora é:

Por que morreu o pequeno gato?

FIM



Camiseta Zorba "Tênis" e Cueca Zorba

ZORBA®
é para gente moça



Camiseta Zorba "Regata" e Sunga Zorba

ZORBA®
é para o ano todo



Camiseta "Regata" e Cueca Zorbinha

ZORBINHA®
também



Compre Zorba,
para o ano todo
nas novas caixas de 3
(um ótimo presente)

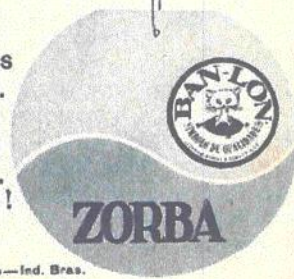
Estas são as únicas legítimas
cuecas e camisetas Zorba e Zorbinha.

As únicas realmente por dentro
da moderna moda masculina.

E como duram...

ATENÇÃO: Não precisa passar!

INDÚSTRIAS "Modasport"
Rua Genicurus, 1325 e 1329 — São Paulo — Ind. Bras.



Nesta propaganda, a fotografia que está à esquerda do leitor apresenta um homem mais velho que todos os outros que apareceram nas anteriores. Embaixo dela lê-se “*Zorba é para gente moça*”. Mudando a idade do homem descrito como “*gente moça*”, busca-se a conquista de um outro público, de mais idade, através de uma inserção destas pessoas no tempo moderno pela aquisição de um produto que ‘evoluiu’, ou seja, que acompanha o seu tempo.

Os entrevistados da matéria em análise, com exceção do Juiz, focalizam o uso da linguagem do ié-ié-ié na juventude, depois é que o texto, ou outros textos, vai apresentando pessoas mais velhas que usam os mesmos recursos.

Aproveitando as possibilidades de sentidos que a expressão “*por dentro*” permite explorar (por dentro da roupa e das novidades, moderno), empregou-se no texto da propaganda uma expressão atribuída à juventude da época, fãs e integrantes da Jovem Guarda: “*As únicas realmente por dentro da moderna moda masculina.*”

Além das estratégias de divulgação de objetos serem, a meu ver, muito parecidas com aquelas utilizadas na apresentação dos recursos lingüísticos atribuídos ao ié-ié-ié, o emprego de expressões como “*por dentro*”, que veio grifada no texto, para a cueca Zorba, sobrepõe um objeto ‘evoluído’, uma expressão típica das pessoas consideradas modernas, e a própria idéia de tempo moderno marcada inclusive explicitamente pela presença da palavra “*moderna*”. Tudo isso na mesma propaganda em que a faixa etária de quem usa a cueca Zorba e é qualificado como “*gente moça*” torna-se mais abrangente.

Outra propaganda da cueca Zorba aparece no exemplar de Mai/68, nº 26, p.

69. Desta vez ela ocupa a metade direita da página à direita do leitor.

Dizem que muita terra foi ocupada a bala

mais 540 cabeças, do dote de Dona Lúcia. Esse foi o capital inicial de Laucídio Coelho.

No tempo do hectare a 500 réis

Bem cuidado e tratado, este gado cresceu e multiplicou-se. Ele precisou de mais terras e comprou as mais baratas, as da Fazenda Ribeirão Preto, depois Pontal. Eram 35 mil hectares de terra, a 500 réis o hectare. Essa fazenda, como de resto as demais, teve suas histórias de tiro, principalmente para expulsar intrusos e bandidos, geralmente, segundo conta Antônio Barbosa de Sousa no seu livro *Foragidos das Polícias de Outros Estados*.

Já tinha começado também Seu Laucídio a comprar as terras que seus irmãos tinham herdado, junto com ele.

E comprou logo em seguida, mais ou menos por 1919, a Fazenda Aroeira, de longas histórias, mas só conhecidas hoje, certamente, da família Coelho, uma vez que outros que estavam por lá na época desapareceram ou se esqueceram. Mas o que se sabe, dito pela boca de Antônio Barbosa de Sousa, é que a normalização e o desentrançamento da fazenda foi o mais complexo possível. Por desentrançamento entende-se a expulsão ou acerto da situação dos intrusos que moram ilegalmente nas terras.

A Fazenda Aroeira, Laucídio formou comprando terras de mais de 30 proprietários. E ali até aconteceu um caso engraçado, pois um gaúcho, Chico Anacleto, que não era intruso, já que tinha uns títulos, garganteava, como se fosse dono de muita coisa. E, na hora de ver os papéis e demarcar as terras, viu-se que o Chico só tinha 113 hectares, bem no meio da Aroeira. Laucídio, fazendeiro metódico, fez as cercas da divisa, e fechou a gleba do gaúcho, que precisou levar seu gado embora, por falta de espaço.

Mas Seu Laucídio, se ao entrar com a lei e o direito de tomar posse daquelas terras arranhou muitos inimigos, também sempre foi protegido pela sorte. Certo dia, num boteco, morreram quatro bandidos numa briga, e três deles eram inimigos de Laucídio. Andavam até prometendo matá-lo. Também de outra vez a providência ajudou o velho boiadeiro, Adolfo Anacleto, filho daquele Chico Anacleto que tinha ficado com as terras cercadas, andava anunciando matar Seu Laucídio. Ele nunca ligava para isso. Mas não é que, um dia, Anacleto teve uma rixa dura com um certo Estanislau, gaúcho famoso como bandido volante, e acabou morrendo, após uma troca de mais de vinte tiros?

Filho advogado, rico senhor condenado

Depois da Aroeira, vieram muitas outras fazendas, sempre aos poucos, com muito trabalho. As distâncias começaram a ficar muito grandes. Às vezes 600 quilômetros de um lugar ao outro, sem estradas. Veio o primeiro avião. Os filhos começaram a ajudar. As filhas mais velhas, uma delas formada em Farmácia, já ajudavam há tempos. Cuidavam do pessoal, da escrituração, lecionavam na escola. Seu Laucídio precisava sempre viajar, e Dona Lúcia, com as duas filhas, sempre cuidaram direitinho dos negócios.

SEGUIE

Lançada a nova cueca **ZÓRBA**[®] com cintura de Lycra!

**SUPER-DURAÇÃO
SUPER-SECAÇÃO**



quarta 51 001/9



Lycra: Fibras elastoméricas DU-PONT

- ★ DURA DEZ VEZES MAIS
- ★ A CINTURA SECA TÃO RÁPIDO QUANTO O TECIDO DA CUECA.
- ★ NÃO PRECISA PASSAR A FERRO
- ★ DUAS ETIQUETAS QUE GARANTEM A QUALIDADE

Indústria **"Modasport"** Ltda.

CUECAS, CAMISETAS e SINGAS
PARA HOMENS E MENINOS
Guicães, 1325 - São Paulo

O adjetivo “nova”, que aparece na frase “*Lançada a nova cueca Zorba com cintura de Lycra!*”, é que chama a atenção.

Na primeira propaganda tratava-se de informar qual peça do “*vestuário masculino*” tinha evoluído de maneira a adequar-se, “*hoje*”, ao tempo moderno. Nesta última, a Zorba já aparece como consolidada, ela é considerada integrante deste tempo, e o que há a ser apresentado é uma “nova” Zorba. O adjetivo “nova” cumpre, nesta última propaganda, a função de manter a idéia de que há sempre algo novo surgindo e de que é preciso estar atento para acompanhar.

Por se pretender apresentar uma “nova Zorba”, a propaganda foi colocada em espaço mais olhado. Sendo “nova”, justifica-se o aparecimento das informações abaixo da fotografia. No entanto, a fotografia é exatamente a mesma do modelo adulto usada na propaganda que aparece nos números 15 e 19, de Jun/67 e de Out/67. Então é outra a novidade que deve ser buscada nesta propaganda, que talvez justifique sua presença numa página mais valorizada, o fato de informar que a cueca Zorba já se estabeleceu e se reafirma.

Esta propaganda que, apesar de apregoar uma “nova cueca Zorba”, utiliza a mesma fotografia de uma propaganda da mesma cueca publicada no ano anterior, pode metaforizar a revista e o regime vigente nos anos em que ela circulava. Aquela, apesar das modificações apresentadas durante toda a sua existência, manteve-se firme na sua contribuição à ideologia da modernização, tão presente nos discursos deste que se auto-denominava ‘revolução’, embora Fiorin afirme que:

“Nada há, pois, no vocabulário do poder que indique uma ‘revolução’. Pelo contrário, seu léxico mostra que a ‘revolução’ não passou de uma ‘contra-revolução’, pois o movimento de março visou à manutenção de uma ordem implantada, que, segundo a visão dos dominantes, estava prestes a ser rompida.” (1996: 60)

É assim que aparece, em Out/68, nº. 31, p. 128, ocupando 2/3 da página, de volta à esquerda do leitor, outra propaganda da Zorba, agora apresentando um único modelo, com o seguinte texto: *“Enfrente o Verão com a nova CUECA ZORBA TROPICALIZADA Super Ventilada.”*

2.3.4 - Outras matérias que tomam os recursos lingüísticos como tema central.

Para citar exemplos mais recentes desta tentativa de acoplar recursos lingüísticos à idéia de tempo moderno, vejamos rapidamente duas matérias, publicadas nas revistas Pais e Filhos e Querida, mostrando que a idéia de adequação ao tempo não se diluiu com a mudança de regime político.

A revista Pais e Filhos, nº. 321, Bloch Editores, Jul/95, traz um artigo intitulado *“Esse jeito jovem de ser... e de falar”*, de Andrea Boechat, *“baseado no livro A Fala dos Jovens, de Mônica Rector, ed. Vozes.”*, que conclui com a

seguinte recomendação, que vem seguida de um glossário com 19 termos que seriam usados pelos jovens dos anos 90:

"É importante, portanto, que as pessoas que lidam com adolescentes, psicólogos, educadores, comunicadores e os próprios pais estejam por dentro desse vocabulário tão singular. Portanto, se você quiser compreender a sua fera, não perca tempo, falô? Senão vai queimar o seu filme!"

É importante verificar que nesse trecho, a expressão *"por dentro"* já não aparece grifada, como foi o caso nos exemplares de Realidade de Nov e Dez/67, nas propagandas de cueca. Como já apontei, muda o conjunto de recursos, mas não muda a exigência de uma disposição para a incorporação dos novos elementos que forem surgindo.

A revista Querida, nº. 23, de julho de 1991, traz uma matéria sobre a chamada Dance Music, em que consta uma seção de duas páginas com o título de *"Código Secreto - Uma linguagem feita de gírias identifica os membros da tribo."*, que inicia com o seguinte trecho:

"Impossível entender um rap, ou uma conversa qualquer no meio do salão, sem conhecer pelo menos um pouquinho da "língua" criada e falada pelo pessoal da dance music. Ela funciona como um "código secreto" e serve para identificar quem é da tribo e quem veio de fora. Por isso, se você está pensando em ir a uma festa dance no próximo fim de semana, é melhor decorar estas palavrinhas aqui.

para não bancar o abajur nem ficar de pacote.” (segue-se um glossário com 26 palavras e expressões)

Há momentos nas reportagens em que não aparecem posicionamentos de entrevistados e nem se destinam a falar sobre recursos lingüísticos, mas dos quais se pode depreender um posicionamento sobre eles, através de comentários do locutor. Veja-se por exemplo o seguinte trecho extraído da matéria sobre Dance Music, da revista Querida, que mistura a fala do locutor à de uma pessoa constituída como autoridade para falar:

“Um baile é sempre diferente do outro, uma música nunca soa igual duas vezes. Mudança constante, que reflete um mundo também em mutação. E que, segundo o psicoterapeuta Ricardo Maciel Nobrega, combina com o estilo de vida dos jovens. Precisa mais para fazer sucesso?” (grifo meu)

A frase grifada sintetiza a modernidade tal qual Berman a definiu, e é aqui associada mais uma vez à juventude. O moderno é sempre novo, jovem, o que implica em envelhecer rapidamente, ou sair da moda.

De volta à revista Realidade, no item “*Rádio*”, do nº. 15, de Jun/67, p. 16, percebe-se o mesmo jogo num pequeno artigo intitulado “*A nova língua do futebol*”. Este artigo, embora saia do campo da juventude permanece ainda no campo das atualidades. Começa com um primeiro parágrafo reproduzindo o que

seria uma narrativa de futebol, para, no segundo parágrafo apresentar o seguinte comentário:

“Nessa estranha linguagem, o locutor de futebol quer dizer que um time atingiu o seu objetivo: fez um gol. Quem não entender um mínimo de futebol a essa altura estará totalmente confuso, (...)”

Segue-se mais um parágrafo ilustrativo d’*“a nova língua do futebol”*, outro parágrafo de comentários, outro parágrafo ilustrativo, e retorna um parágrafo instrutivo, didático:

“O locutor, os auxiliares de locutor e o comentarista esportivo no Brasil possuem uma linguagem particular. Os dicionários de língua portuguesa em geral não registram este dialeto.”

Depois de apontar essa *lacuna* nos dicionários, segue-se, em forma de texto, uma lista de termos e expressões característicos, seguidos de seus respectivos significados.

Revistas publicadas nos anos 66, 67, 91, 95, apresentam matérias em que as sugestões de vocabulário e expressões estão ligadas à adequação ao tempo e a um espaço. Enquanto o primeiro é mais uniforme, o moderno, o segundo é mais oscilante, podendo variar bastante na dimensão. Estas matérias fornecem indicações sobre como, onde e quando usar tais recursos lingüísticos para integrar

um grupo que não sofria de exclusão por uma desatualização com relação a recursos lingüísticos próprios de um certo tempo ou lugar. Isso confirma a possibilidade de rastrear um conjunto de revistas, cruzá-lo com outros meios de comunicação e investigar sobre os jogos que são empreendidos para constituir uma mentalidade, bem como para impor um estilo uniformizante.

Dar a ler essas indicações, acompanhadas de pequenos glossários, ou textos em que aparecem situações de uso, parece ser uma tentativa de suprir uma ausência na língua de recursos que possam permitir a integração dos falantes do país entre eles e, ao mesmo tempo, na atualidade do seu mundo. Uma diferença básica entre esses glossários e os dicionários é que nestes as palavras arcaicas ou em desuso estão espalhadas por toda a sua extensão, obedecendo à ordem alfabética na mesma medida que as outras; ao passo que, naqueles, o que marca a divisão é o texto explicativo e a separação em colunas. A coluna da esquerda é sempre a das palavras novas, as que recebem destaque no decorrer da matéria. No glossário, elas não vêm acompanhadas de uma pequena nota informando que se trata de um neologismo ou coisa parecida, nem as outras são marcadas como arcaicas. Elas reinam absolutas na coluna das atuais.

O que é importante reter dessas observações, é que os recursos estão sempre variando; o que permanece é uma mentalidade em que ser moderno implica estar apto a incorporar as mudanças postas em circulação.

Esses processos de apresentação de novos recursos lingüísticos apontados acima, parecem-me comportar fortes relações com o que afirma Schieblen-Lange sobre a Revolução Francesa:

"Le fil directeur est que la Révolution a tout changé et que le monde dans son ensemble, y compris le quotidien, n'est plus le même qu'avant et que, par conséquent, les mots ne peuvent plus rester ce qu'ils étaient auparavant. La dimension temporelle (avant/après la Révolution) ne se retrouve pas dans tous les articles; mais même dans les domaines où la langue n'a pas subi de modifications sensibles, une explication diversifiée des concepts doit permettre une nouvelle vue des choses, par exemple de la diversité des métiers qui disposent d'expressions techniques; il peut, par ailleurs, également s'agir de la perfidie et de la corruption des ex-nobles et des muscadins qui se font jour dans leur vocabulaire même. Le monde quotidien et donc la langue courante ont besoin d'une réinterprétation dans le cadre de la République et de la Révolution." (1996:151)

O reconhecimento e portanto uma instauração no discurso devem estar ligados a uma transformação do cotidiano (revolução). Isso vale tanto para a forma do veículo como para os personagens ou assuntos, geradores de sentidos que neles circulam.

Para encerrar este capítulo, retomo o trabalho de Schlieben-Lange, em que afirma a propósito da *"História dos Revolucionários"* que:

“L'expérience révolutionnaire la plus cruciale fut sans doute la conscience d'assister à un moment exceptionnel de l'histoire, d'assister ou encore mieux: de contribuer à des événements irréversibles instaurant le commencement d'un temps nouveau, de vivre finalement une accélération inouïe du temps. Cette expérience fondamentale est constitutive pour la pensée révolutionnaire ainsi que celle réalisée en matière de langage. Tout doit s'axer dans les coordonnées temporelles chaque phénomène est classé sur cet axe : ancien/nouveau, retour en arrière/ouverture vers un progrès infini ou bien: appartenant à un moment exquis.”
(1996:24)

Assim, se se pensar que a construção da idéia de tempo moderno pode estar ligada à construção da crença de que o período em que a mídia entra em atividade com mais vigor representa *“um momento excepcional da história”*, pode-se identificar hoje um processo semelhante. No entanto, não se trata de investigar um momento fundante da idéia de tempo moderno, mas de constatar que esse ‘mote’ está presente nas revistas e que a idéia de que há sempre um tempo novo, ao qual o leitor deve adequar-se, através da incorporação do que lhe for proposto como distintivo desse tempo, mostra-se um bom filão para a promoção da própria revista que se propõe a fornecer estratégias para essa adequação. Acrescente-se a isso que no período em que a revista circulava, o regime tratava de convencer

sobre a existência de uma revolução e propunha a modernização como parte de seu programa.

É preciso considerar que dois atos são superpostos neste exercício de expressão de julgamentos sobre recursos lingüísticos apresentados ao leitor como próprios ao tempo moderno. Numa matéria cujos julgamentos aparecem explicitamente, não se pode negligenciar o ato de escolha dos trechos de fala do entrevistado, nem sua descrição. Numa matéria ou propaganda em que os recursos aparecem empregados, não se pode negligenciar o ato de escolha desses recursos em detrimento de outros. Além disso, há um constante ensinar ao leitor, sejam termos que se pressupõe que ele não conhece, sejam termos destinados a promover um deslocamento da sua posição. Em outras palavras, há ao mesmo tempo a argumentação feita pelos entrevistados e a argumentação feita pela própria revista. Deve-se ainda levar em consideração a organização de todos esses textos na revista: os que contêm os trechos e as informações sobre o uso desses recursos bem como as propagandas que os contêm.

Basicamente são cinco as estratégias que, usadas pela revista, ajudam a dar suporte ao projeto político traçado para o país da época em que desempenha papel importante a adoção de elementos, entre eles recursos lingüísticos, considerados condizentes com idéia de tempo moderno.

- 1) - apresentação de pessoas que autorizam o uso, expressando julgamentos favoráveis a esses recursos.
- 2) - atribuição de seu uso a pessoas que têm um lugar de poder para falar.

- 3) - uso em propagandas ou em outros textos, vinculando-os a objetos ou valores que se pretende ver adentrar o cotidiano do leitor.
- 4) - didatização feita a partir da consideração de que os centros urbanos (notadamente Rio de Janeiro e São Paulo), considerados como lugares autorizados de expressão da cultura, devem ditar as normas para outros centros.
- 5) - os procedimentos de textualização desses recursos e de composição da revista, de forma que a mobilização de sentidos impingidos por eles extrapolem os limites de um texto, buscando criar um ambiente favorável para que estas expressões passem a integrar a fala cotidiana.

As cinco estratégias permitem definir em quais textos e por quais meios se efetiva o suporte dado pela mídia ao projeto político hegemônico do momento em que ela se insere.

Não se trata de verificar a permanência ou não de determinados recursos lingüísticos, mas de perceber a constituição de uma mentalidade em que moderno inclui a idéia de integração, consumo e mudança adaptativa ao novo; um novo que não se torna velho, mas que envelhece rapidamente diante dos novos objetos disponíveis para o consumo, novos recursos lingüísticos, novas mudanças. O importante é que a mentalidade de moderno, em trânsito contínuo no tempo e espaço, se fixe como modo de ser.

Em outras matérias publicadas na mesma época apareceram recursos lingüísticos para caracterizar grupos sociais, mas não ocorreram reproduções de julgamentos de pessoas que pudessem ser proporcionadoras de uma possível adoção desses recursos.

São exemplos que podem ser estudados nesse sentido, duas reportagens que aparecem no exemplar de Jun/66; uma na p. 93, intitulada “*Que bicho deu hoje*” e outra na p. 108-109, intitulada “*O tira*”. A primeira cita exemplos da “linguagem” usada no jogo do bicho e a segunda usa exemplos típicos de grupos considerados componentes da marginalidade em São Paulo.

No capítulo seguinte, vou me deter em excertos de falas, cuja textualização estabelece uma classificação dos cidadãos entre leitores interessantes para a revista e leitores desinteressantes.

CAPÍTULO III

DISTRIBUIÇÃO DE LUGARES: CLASSIFICAÇÃO E EXCLUSÃO

Depois de ter procurado exemplificar como na revista Realidade se processa a produção de uma espécie de 'ensinamento' sobre a forma da revista e seu manuseio (cap.I), e sobre recursos lingüísticos que podem ser incorporados à língua para que se esteja em dia com o que se usa no tempo considerado moderno (cap.II), procuro, neste capítulo, exemplificar como aparece na revista uma distribuição de lugares para as pessoas que de alguma maneira são consideradas em seus textos e como isso está relacionado com a imagem de leitor pretendido. Essas pessoas também são classificadas de acordo com os interesses do projeto que compreende a modernização.

Desta forma, estarei fechando um ciclo exemplificando como figuram na própria revista, ela mesma enquanto objeto portador de textos, elementos de língua e pessoas que se servem tanto do veículo e dos recursos lingüísticos.

Para isso, inicio por uma matéria anunciada no sumário do nº 72, de Mar/72 - *"O rio vai morrer? - O rio está ameaçado. Dizem até que vai secar."* - e começa na página 80 com o título *"Estão dizendo que o rio vai morrer"*, terminando na página 83 sem nenhuma propaganda intercalando suas páginas.

Essa matéria faz parte de uma *"Reportagem Especial"* sobre o rio São Francisco, que vai da página 34 à 102. Excluídas 08 propagandas que ocupam a

página inteira sempre à direita do leitor, ela ocupa 61 das 130 páginas deste exemplar, portanto, 46,92%.

Vale observar que, entre os espaços ocupados pelos textos das matérias, estão intercaladas várias fotografias, algumas mostrando infinita beleza e poesia de paisagens e cenas do cotidiano retratado nos textos, às vezes corroborando as afirmações de Benjamin sobre a fotografia:

"Ela se torna cada vez mais matizada, cada vez mais moderna, e o resultado é que ela não pode mais fotografar cortiços ou montes de lixo sem transfigurá-los. Ela não pode dizer, de uma barragem ou de uma fábrica de cabos, outra coisa senão: o mundo é belo.(...) Em outras palavras, ela conseguiu transformar a própria miséria em objeto de fruição, ao captá-la segundo os modismos mais aperfeiçoados. Porque, se uma das funções econômicas da fotografia é alimentar as massas com certos conteúdos que antes ela estava proibida de consumir - a primavera, personalidades eminentes, países estrangeiros - através de uma elaboração baseada na moda, uma de suas funções políticas é a de renovar, de dentro, o mundo como ele é - em outras palavras, segundo os critérios da moda." (1996: 128-129)

Além disso, propiciando ao leitor a manutenção de seu vínculo com o

crianças, mulheres e homens limpinhos, bem alimentados e felizes. Entre os produtos divulgados estão os de higiene pessoal e de cuidados com a aparência, alimentos, aparelhos eletrônicos e carros.

Essa “*Reportagem Especial*” é destacada na capa, que apresenta, em primeiro plano, ocupando toda a altura da página abaixo do título, uma fotografia de uma carranca, definida na página 47 da própria revista como “*estranhas esculturas de proa usadas nas velhas barcas para afugentar os maus espíritos ou os bichos brabos*”. Atrás vêem-se alguns barcos, o rio, e, do outro lado, algumas casas. Na margem inferior da página, sobre a imagem da carranca, aparece a chamada “*O vale da esperança*”.

Quando a reportagem tem início, na página 34, com um trecho de Guimarães Rosa em epígrafe e o título “*O país do São Francisco*”, é anunciada então a “*Equipe especial para esta reportagem*”, de maneira que, na página 80, quando começa a matéria pela qual início este capítulo, “*Estão dizendo que o rio vai morrer*”, não há um nome específico a quem se possa atribuir o texto. Em outras matérias que aparecem no mesmo exemplar geralmente estão presentes os créditos do texto e das fotos.

Outro detalhe importante a se considerar é que neste exemplar não há editorial, mas um texto muito semelhante aos que são escritos para este fim encontra-se na página 35, portanto, logo após a apresentação da “*Equipe especial para esta reportagem*”, publicada na página 34, juntamente com algumas fotografias. (Isso pode ser verificado também em outros números da revista, como, por exemplo, Dez/66, p. 37 e Jul/66, p. 123.). A palavra “*esperança*” da chamada de capa está associada, no texto de abertura da “*Reportagem Especial*”, p. 35, ao

lançamento do Provale (Programa Especial para o Vale do São Francisco) pelo presidente Médici.

A matéria *“Estão dizendo que o rio vai morrer”* fala sobre as causas da seca no rio São Francisco, trazendo no início uma grande fotografia mostrando o leito do rio para ilustrar os efeitos do longo período de estiagem do ano anterior. O título está colocado na margem superior da página 80, à esquerda do leitor, e o restante dessa página está ocupado com parte da fotografia que se estende até a 81, da qual ocupa um terço logo abaixo do seguinte texto:

“Primeiro o índio, com suas queimadas. Veio o branco, imitando o índio. Mais tarde os navios, queimando léguas de matas. Agora as siderúrgicas, queimando toneladas de carvão. E o rio, correndo em terras pobres, está ameaçado.”

Textos como este podem ter dado à revista uma reputação de veículo engajado. Essa reputação é tão evidente para alguns leitores que eles reagem quando alguma matéria destoa desse engajamento, procurando interferir na escolha do que deve ou não figurar na revista. No n°. 95, de Fev/74, por exemplo, aparece uma série de quatro cartas, sob o título *“Marcelo Aguinaga”*, reclamando sobre a publicação de uma matéria no exemplar n°. 93, de Dez/73, intitulada *“Um carioca na trilha dos elefantes”*, sobre caçadas de elefantes. Vejamos duas delas abaixo juntamente com a resposta da revista:

“Sr. Diretor: Não sei como REALIDADE, que sempre teve uma posição de defesa da flora e da fauna brasileira, pode agora dar espaço às aventuras desse sr.

Marcelo Aguinaga, um matador de animais. Ora, senhores, essa reportagem incentiva a crueldade. Júlia da Silva Quadros, São Paulo - SP.

"Sr. Diretor: O que aconteceu com a REALIDADE? Há pouco tempo publicou uma bonita reportagem com o paisagista Burle Marx, um defensor da nossa flora. Agora, acolhe esse caçador Marcelo Aguinaga, um destruidor da flora. Marina Ednéa Zázzer, Ribeirão Preto - SP."

"R - As caçadas, como esporte, são reguladas por leis que protegem certas espécies em extinção. O sr. Marcelo Aguinaga submete-se às exigências dos países onde caça."

Também na abertura da matéria em análise pode-se verificar uma tomada de posição sobre um problema ecológico. Um rio é considerado ameaçado e a revista, apoiada em posicionamentos de alguns profissionais, transforma o problema em uma espécie de denúncia. O texto de abertura da matéria está em destaque, escrito em letras maiores e mais fortes do que aquelas com que é escrito o restante do texto da reportagem. Ele está colocado ao alto da página da direita do leitor, ao lado do título e acima da fotografia. Como no sumário, este texto também afirma que *"(...) o rio (...) está ameaçado"*.

Para lançar um primeiro olhar analítico sobre este engajamento da revista, reconhecido por seus leitores retorno ao sumário: *"O rio vai morrer? O rio está ameaçado. Dizem até que vai secar."*

Note-se que as duas locuções verbais que remetem ao tempo futuro estão

indeterminação do sujeito de “*dizem*”. Na primeira frase, a interrogação adiciona uma dúvida em relação ao tempo futuro, que coloca a frase no campo da previsão, ou seja do incerto. Na segunda, chamo a atenção para o marcador de escalaridade “*até*”, que tem como escopo “*dizem*” e também “*secar*”. Assim, *dizer* que o rio vai secar, entre tantas outras coisas que podem ser ditas, é colocado no ponto máximo do que se pode *dizer* sobre os efeitos da seca. Neste caso, uma boa paráfrase seria /até dizem que vai secar/. Da mesma forma, *secar* é colocado no ponto máximo das conseqüências da seca sobre o rio, entre outros efeitos que poderiam ser apontados. Para este caso, a melhor paráfrase seria /dizem que vai até secar/.

Observe-se ainda que o sujeito de “*vai morrer*”, “*está ameaçado*” e “*vai secar*” é sempre o rio. A ação de um sujeito humano sobre um elemento da natureza não está presente nessas frases.

É a locução verbal “*está ameaçado*” a base da direção dada à argumentação própria da revista. É através dela que se mantém a polêmica, uma vez que não introduz a idéia de fato consumado. “*Morrer*” e “*secar*”, afirmados em frases com as mesmas características daquela em que aparece a locução “*está ameaçado*” - ‘o rio está morto’, ou ‘o rio está seco’ - não se prestariam para a instauração de um debate. Estes futuros precisam estar apenas no campo da especulação, das possibilidades de serem afirmados caso a ameaça se consolide, se transforme em ato, para que a polêmica possa ser sustentada.

Quando do início da matéria, o título da página 80 toma ares de fofoca “*Estão dizendo que o rio vai morrer*”. Novamente com o sujeito indeterminado, a frase inicia com um verbo no plural, seguido de outro no gerúndio, dissolvendo-

se, no número e no tempo, a possibilidade de recuperação de um sujeito responsável pela enunciação.

Depois, no texto, os sujeitos saem do humano “o índio”, “o branco”, para “os navios”, “as siderúrgicas”, até chegar a “o rio”, com verbo na voz passiva “ameaçado”. Quando se trata de empresas, a acusação sai mesmo do campo das etnias, para não encontrar sujeito humano nenhum. O texto não é do tipo ‘x com seus planos de colonização’ e ‘y com suas empresas’ ameaçam o rio.

A introdução da matéria é composta de 14 parágrafos, dos quais 10 são introduzidos por travessão. O primeiro parágrafo incide sobre a última seca (do ano de 1971), do qual destaco aqui trechos de períodos ou períodos inteiros.

Nos trechos abaixo, destacados do primeiro e do segundo períodos, respectivamente, procuro explorar a oposição entre três enunciadores:

“O São Francisco já enfrentou grandes secas, (...) mas continua a correr (...). Nenhuma de suas secas, porém, causou tanta preocupação quanto a do ano passado (...)”

Os estudos em semântica argumentativa ajudam a compreender como os operadores argumentativos “mas” e “porém” desempenham aqui função importante para se compreender a organização de diversos pontos de vista que se alternam por toda a matéria. Através do uso do operador argumentativo “mas” um enunciador 2 introduz a posição ‘secas não fizeram o rio secar’, contra a posição ‘seca faz rio secar’, que seria a conclusão apontada por um enunciador 1 em “O São Francisco já enfrentou grandes secas”. Com “porém”, um enunciador 3

passado", causou mais preocupações que as outras. Com a introdução de "*porém*", o enunciador 3 investe contra a posição do enunciador 2, com um argumento que busca enfraquecê-la, redimensionando as preocupações que devem ser levadas em conta dada a intensidade da última seca. Esta posição de E3 alinha-se com a de E1, e, de certa forma, reforça-a, mas desloca-a para o campo da possibilidade, preservando-se de uma afirmação mais categórica, já que o argumento de E2, baseado na história do rio no interior mesmo das secas, não pode ser de todo ignorado (diga-se de passagem que 25 anos depois o rio ainda continua correndo. Ou seja, todas as posições ainda podem ser mantidas.).

Percebemos então três posições distintas alternando-se no texto:

1- seca faz rio secar

2 - seca não faz rio secar

3 - seca pode fazer rio secar

Mas quem se alinha a cada uma destas três posições? Continuemos a exploração agora de um trecho do terceiro período e do quarto período inteiro.

"(...) várias causas apontadas como determinantes do fenômeno. A principal: o desmatamento."

Através da generalização que se opera com "*várias causas*", reduzem-se as outras causas apontadas para a seca (se "*o fenômeno*" aqui pode ser entendido como um substituidor de "*seca*") à condição de não-nomeáveis, e a matéria continua usando a discussão em torno do destino do rio para trazer para a discussão "*o desmatamento*", eleito na matéria "*A principal*" causa, sem que tenha

Vejamos então o quinto e o sexto períodos que aparecem encerrando este primeiro parágrafo da matéria:

“No meio de tudo, algumas afirmações perturbadoras: o São Francisco vai secar de vez, virar um rio intermitente. Diante de tão grave perspectiva, muitas opiniões:”

Pode-se pensar aí em uma escala; haveria “*afirmações*”, e “*afirmações perturbadoras*”, estas últimas é que figuram no texto e são caracterizadas como “*tão grave perspectiva*”, e é diante dela que aparecem “*muitas opiniões*”. Numa primeira leitura, parece haver uma hierarquia entre “*afirmações perturbadoras*” e “*opiniões*”, sendo as primeiras mais fortes, já que aquelas são erigidas a “*tão grave perspectiva*”.

Segue-se então uma sequência de 9 parágrafos introduzidos por travessão; portanto, apresentando falas sobre a situação do rio.

Organizo a citação destes 9 trechos em um quadro, para uma melhor visualização, mantendo o texto tal qual está publicado, apenas acrescentando uma numeração para facilitar as remissões em comentários posteriores.

Opinião	Nome	Função
1 - O desmatamento é uma das causas, pois a ausência de vegetação impede a absorção de água da chuva pelo solo e o seu aproveitamento pelas diversas nascentes -	Edson Postch de Magalhães,	presidente do Instituto Estadual de Florestas de Minas Gerais.
2 - A modificação ecológica na bacia é provocada pela devastação da fauna, do solo e da vegetação. Mas o rio nunca secará por causa dessa devastação, pois corre numa região onde a vegetação nunca foi abundante -	Apolônio Sales,	presidente da Companhia Hidro-Elétrica do São Francisco.
3 - O São Francisco é um rio condenado. Forçosamente virá a tornar-se um rio temporário. Desprovida de sua cobertura vegetal, a bacia perdeu a capacidade primitiva de reter as águas das chuvas e encaminhá-las às profundidades do solo para alimentar os seus afluentes nas estiagens -	professor Vasconcelos Sobrinho,	ecólogo, ex-diretor do Serviço Florestal do Ministério da Agricultura.
4 - O São Francisco passa por um período de seca acentuada, como qualquer rio do mundo. Não tem cabimento falar-se na hipótese de o rio secar -	João Camilo Pena,	presidente da Cemig-Centrais Elétricas de Minas Gerais.
5 - O problema mais sério é o desmatamento sistemático feito ao longo dos séculos nas cabeceiras dos principais afluentes -	José Cândido de Carvalho.	assessor do IBDF - Instituto Brasileiro de Defesa Florestal.
6 - Os estudos de hidrologia indicam não haver nenhum motivo para que se presuma vir o São Francisco a tornar-se um rio temporário -	Costa Cavalcanti,	ministro do Interior.
7 - O São Francisco está caminhando a passos largos para a intermitência. O desmatamento o transformará num leito seco, por onde escorrerão as águas violentas das chuvas torrenciais.	Dirceu Duarte Braga,	engenheiro-agrônomo, ex-presidente do Instituto Estadual de Florestas de Minas Gerais.
8 - No dia em que o São Francisco secar, o mundo acaba -	o povo	do rio, medindo angustiado a baixa de sua águas.
9 - Está secando o velho Chico. Está mirrando, está morrendo -	Carlos Drummond de Andrade,	poeta."

Os trechos ímpares apresentam “*opiniões*” que coincidem, ou se alinham, com a idéia de que “*o São Francisco vai secar de vez, virar um rio intermitente*”, portanto, com o que foi chamado de “*afirmações perturbadoras*”. No entanto, essa sequência de falas foi anunciada através da frase “*Diante de tão grave perspectiva, muitas opiniões.*”, em que os dois pontos anunciam uma lista de elementos de mesma natureza, ou seja, apenas uma lista de “*opiniões*”. Mantendo a função que devem desempenhar os dois pontos na escrita, teremos falas que representam o ponto de vista que foi chamado de “*afirmações perturbadoras*” imediatamente renomeadas como “*opiniões*”. Ou seja, são “*afirmações perturbadoras*” que são apenas “*opiniões*”; “*afirmações*” com estatuto de “*opiniões*”, ‘*opiniões perturbadoras*’, talvez.

Acrescente-se a isso que a coincidência dos trechos ímpares com as “*afirmações perturbadoras*” produz um efeito de coesão lexical entre estas e as “*opiniões*”. Este jogo aparentemente nivela os posicionamentos presentes nesta sequência de falas.

Os trechos de número par são representativos das assim chamadas “*opiniões*”, e que servem aqui para contestar as “*afirmações perturbadoras*”, ancorando-se, até este momento do texto, apenas no primeiro período do primeiro parágrafo “*O São Francisco já enfrentou grandes secas, mas continua a correr*” que é enfraquecido pela afirmação de que agora a situação é mais preocupante.

Se, neste acúmulo de nomeações, *afirmações* e *opiniões* estão no mesmo nível, então temos *opiniões* perturbadoras, representadas pelas falas de números ímpares, e *opiniões* simplesmente, representadas pelas falas de números pares. De qualquer forma são as “*afirmações perturbadoras*” que parecem merecer o lugar

textuais, enquanto às outras é reservado apenas o lugar de voz da contestação. Tanto é assim que a posição de que o rio vai secar é nomeada duas vezes, como “*afirmações perturbadoras*” e como “*opiniões*”.

Apesar de reconhecer isso, independentemente de “*opiniões*” anunciar ou retomar “*afirmações perturbadoras*”, no texto também é valorizada a posição que estaria mais propriamente sendo chamada de opinião, a saber, aquela que afirma que o rio não vai secar, uma vez que a outra já foi nomeada. Essas “*opiniões*” têm seu papel valorizado mesmo que apareçam somente para contestar, pois elas estão colocadas no texto através dos mesmos elementos, desde os sinais de pontuação até às credenciais com que são apresentadas as pessoas que as proferiram.

O que é chamado de “*afirmações perturbadoras*”, no primeiro parágrafo do texto, vem de um bloco argumentativo, praticamente eliminando a pretensão de polêmica do início. Veja-se que é só no primeiro período que se apresenta o argumento de que o rio continua a correr apesar das secas; em seguida, ele é enfraquecido pela afirmação de que agora é diferente; depois, o que é considerado “*afirmações perturbadoras*” vem justamente encadear-se ao argumento que enfraquece o do primeiro período e praticamente eliminar a polêmica. A partir daí os trechos introduzidos pelos travessões representantes do argumento do primeiro período tornam-se quase decorativos. Mas não se pode negar que, estando presentes, eles produzem sentidos, erigidos que estão à condição de palavra que se pode escrever e assinar, o que já é o bastante. Também não se pode subestimar o potencial desse nivelamento entre “*afirmações perturbadoras*” e “*opiniões*”.

Como um desdobramento possível das posições chamadas de “*afirmações perturbadoras*”, após os nove trechos introduzidos por travessão, inicia um

justamente sobre a importância do reflorestamento, sem entrar na discussão sobre se o rio vai ou não secar. Pode-se inferir então que esse parágrafo é de responsabilidade do redator, por dois motivos: a ausência do travessão e o fato de que o parágrafo aparece sem travessão logo depois de uma lista de nove parágrafos, todos introduzidos por travessão.

É possível que se possam encontrar indícios que contribuem para esse nivelamento em outros trechos desses nove parágrafos, mas vou deter-me aqui um pouco mais nas falas 8 e 9, que encerram o bloco. “*O povo*” e o “*poeta*”, com o lirismo que lhes é próprio, são convocados para produzir uma suspensão momentânea no caráter catastrófico da situação.

Uma das “*opiniões*”, a de nº. 8, “*No dia em que o São Francisco secar, o mundo acaba*”, é atribuída a “*o povo do rio*” e inscreve-se no campo das crendices.

O argumento de que o mundo acaba se algo acontecer não é incomum às falas do cotidiano em frases do tipo: “No dia em que o pé de figo der flor o mundo acaba”, “No dia em que você fizer x o mundo acaba”.

Exploro abaixo algumas possibilidades de sentidos que podem ser ancorados em ditos populares e seus efeitos sobre as demais posturas que aparecem no quadro acima.

a) acreditar que o rio vai secar é da mesma ordem de acreditar que o mundo vai acabar. Portanto, a escolha desta fala para colocar aqui, em posição par, da ótica do letrado e racional, ironiza as afirmações de que o rio vai secar, colocando-as no terreno das crendices.

b) não acreditar que o rio vai secar é da mesma ordem de não acreditar que o mundo vai acabar. Aqui se reforça a idéia racional, sustentada na ciência, de que

o rio não vai secar. E é por este traço que esta fala alinha-se às demais, de números pares.

c) fazer a relação entre o rio secar e o mundo acabar pode demonstrar um equilíbrio entre crença e descrença nas duas possibilidades. Assim, tem-se um raciocínio do tipo: é pouco provável que as duas coisas aconteçam, mas, se a primeira acontecer, a segunda tem que acontecer também. E aqui, tem-se um alinhamento com uma terceira postura, que seria a de que o rio pode vir a secar.

Nessas três possibilidades de compreensão da fala d“o povo do rio”, retornam as três posições distintas já observadas por ocasião da análise do primeiro parágrafo do texto; ou seja, seca faz rio secar; seca não faz rio secar; seca pode fazer rio secar. Aglomeradas essas três posições numa única fala, vai se produzir uma espécie de fusão entre os dois grupos colocados no texto com pretensão de antagonismo.

Já a opinião do poeta, expressa com frases afirmativas, alia-se aos partidários de que o rio vai secar, mas, ao mesmo tempo, inscreve o grupo, no qual está também o ecólogo, no lugar do poético, contrário por exemplo a argumentos como aquele pautado n“*Os estudos de hidrologia*”, da fala nº. 6. Desse modo, a escolha dessa posição indicaria que afirmar que o rio vai secar é de natureza ficcional. Seria dizer que o rio não vai secar, pois a afirmação contrária é apenas um jeito de pensar inscrito na ficção.

As duas falas finais dos dois blocos, pares e ímpares, cumprem então um papel de alinhamento dos dois grupos.

Fazer tal afirmação baseada na análise que venho desenvolvendo não significa dizer que as diferenças não existam, mas apontar que são mobilizados

posturas se fundam na constituição do discurso. Isto é feito pelos trabalhadores da revista, uma vez que posturas antagônicas de fato existem, mas ao contemplá-las e ainda tomar partido, de maneira a construir e manter perante o leitor uma imagem de engajada a uma dessas posturas, significaria pôr em risco uma parcela de possíveis compradores do veículo. Conseqüentemente, e não podemos deixar de reconhecer isso no nosso presente, esse tipo de postura niveladora vai colaborar para que se percam cada vez mais as noções de limites entre diferentes formas de se portar frente aos problemas do mundo contemporâneo.

Mecanismos de sustentação dessa imagem de engajamento continuam presentes na seqüência do texto. Seguem-se dois parágrafos reafirmando “*A grande influência das florestas*” para “*a retenção de água do solo, para alimentação das nascentes.*” e sustentando a posição de que “*Partindo destes fatos, o São Francisco está efetivamente ameaçado.*” (grifo meu). Na continuidade, a mesma seqüência colocada em destaque logo após o título é trazida para o texto:

“*Uma ameaça que vem de longe, iniciada timidamente com as queimadas feitas pelos índios que habitavam suas margens e continuada ferozmente pelos bandeirantes colonizadores - estes massacrando as matas e os índios ao mesmo tempo.*”

Prossegue o parágrafo com uma citação, através de discurso indireto, “*Segundo o professor Vasconcelos Sobrinho,*” para passar, no parágrafo seguinte, a uma nova citação, desta vez através de discurso direto, abrindo o décimo

“- Certamente - diz Vasconcelos Sobrinho - toda essa vasta região de mais de 3 milhões de quilômetros quadrados sempre diferiu ecologicamente da Amazônia e das florestas de faixa costeira. No entanto, a sua fisionomia de hoje difere bastante da primitiva.”

O parágrafo final desta primeira parte, que segue a citação acima, não está introduzido por travessão, o que poderia produzir um efeito de que ele foi produzido pelo redator e não por Vasconcelos Sobrinho, embora se possa atribuí-lo sem problemas a este último. O fato é que poderia haver um aviso do tipo ‘continua Sobrinho’.

De qualquer forma, Vasconcelos Sobrinho tem um tratamento diferenciado entre os demais que figuram na sequência dos 9 trechos, é o único que tem um título antes do nome, “*professor*”, e o único “*ecólogo*” do grupo. Os dois parágrafos que dão sequência aos nove trechos mostrados no quadro acima seguem a mesma direção argumentativa presente em sua fala, sendo que no segundo ele já é citado através do discurso indireto, o que o torna mais familiar ao texto. Ele é o único retomado no decorrer da primeira parte e, ainda, o último parágrafo confunde-se com sua fala. Vasconcelos Sobrinho aparece também em outro exemplar, de Nov/72, nº. 80, edição que tem por tema o Nordeste, em matéria chamada no sumário de “*Opinião - gente da terra e de fora diz o pensa do nordeste (sic!)*”, que tem início na página 18. Aparece também no subitem “*A terra*”, p. 36, apresentado como “*O ecólogo e agrônomo pernambucano João de Vasconcelos Sobrinho, de 64 anos,...*”.

Nessa primeira parte do texto, encontram-se alguns elementos que podem ser apontados como definidores da imagem de engajamento construída nas páginas da revista:

- enfraquecimento dos argumentos de que o rio sempre resistiu às secas e de que não haveria motivos para se pensar que ele vai secar desta vez;
- escolha de trechos que argumentam em favor do reflorestamento;
- destaque para as posições mais próximas a uma consciência ecológica, basicamente alinhando os parágrafos que podem ser atribuídos à redação à fala do único ecólogo que figura entre aquelas listadas em destaque.

Duas questões exigem um redirecionamento do olhar na exploração da matéria a partir deste momento: a) a suspeição lançada sobre a imagem de revista engajada pelas cartas e pela análise que realizei de alguns fragmentos do texto; e b) a natureza da fala atribuída, no quadro acima, a “o povo do rio”, contrastando com as falas de pessoas bem situadas nas suas instituições.

Redefinindo um pouco o foco de interesse, proponho-me a interrogar o texto sobre o papel das falas d’*“o povo do rio”* citadas na matéria. Não abandonarei, contudo, todo o interesse pela construção da imagem de engajamento que a revista conseguia manter frente aos leitores.

Na segunda parte do texto, com o sub-título, “*Chegou o progresso, lento e mais destruidor*”, cita-se “o escritor Wilson Lins”, que caracteriza “o povo que se fixou na região do médio São Francisco” como “‘sociedade de pastores e guerreiros’ ”, que tem como continuidade no texto, sem aspas, a caracterização “*Gente dura, pobre e valente, que continuava com seus bois e suas roças a destruição iniciada pelos colonizadores.*”

Numa nova retomada do trecho publicado na abertura da matéria, os índios, que na primeira parte do texto iniciaram “*Uma ameaça (...) timidamente*”, já não estão mais presentes. Opta-se, nesse momento, por lembrar apenas “*a destruição iniciada pelos colonizadores*”, portanto, mostrando mais um traço de engajamento, ou seja, poupando justamente um grupo que naquele momento já se constituía como minoria étnica.

Há ainda na sequência um certo preservar desse grupo caracterizado como “*Gente dura, pobre e valente*”, ao inserir no texto a frase “*Mas as poucas reservas florestais, geralmente nas margens dos rios e em ‘manchas’ nas áreas de cerrado, ainda resistiam em boa parte.*” Ou seja, este terceiro grupo, responsabilizado pelo desmatamento, ainda é poupado da “*destruição*” total da floresta.

A argumentação segue, em forma de um quase relato histórico sobre o desmatamento, passando pelo povo pobre, pela navegação e pela indústria siderúrgica. Mas o povo pobre é apontado como maior consumidor de lenha do que a indústria siderúrgica.

Cinco parágrafos após o início desta segunda parte, uma frase em destaque interroga e outra responde “*Qual a doença do rio? Quatro séculos de destruição.*”. A seguir, em um trecho de três parágrafos é citado “*Darcio Calais, engenheiro florestal, diretor do Instituto Estadual de Florestas de Minas Gerais*”, continuando na mesma linha de apontar o desmatamento como causa. O Instituto a que pertence “*Calais*” é o mesmo a que pertencem “*Edson Postch de Magalhães*” e “*Dirceu Duarte Braga*”, respectivamente nº 1 e 7 no quadro acima, portanto, partidários da hipótese de que o rio vai virar um rio intermitente. Grande parte do desmatamento é atribuído à indústria siderúrgica, mas é “*às famílias pobres*” que é

“- Mais de 50% da responsabilidade pelo contínuo desmatamento em Minas Gerais pode ser creditado às famílias pobres. Temos mais de 1 milhão de residências rurais que usam a lenha como combustível.”

Talvez neste trecho esteja presente uma militância pela modernização, que poderia estar representada no uso de fogão a gás, ecologicamente mais aceitável. Mas aí há outros consumos e outras agressões à natureza que, silenciadas no texto, não presentificam a possibilidade de contestação.

No trecho seguinte, sob o título *“Um novo garimpo, um garimpo negro”*, há um breve histórico do início do garimpo e da passagem para a exploração do carvão, sempre ressaltando o seu efeito para o desmatamento, até a apresentação do seguinte argumento:

“Da madeira dos cerrados sai 60% do carvão produzido em Minas. Segundo alguns técnicos, a sua exploração, além de economicamente importante (milhões de pessoas vivem direta ou indiretamente dessa atividade), não é prejudicial, desde que as derrubadas sejam feitas de acordo com certos cuidados. Os cerrados têm grande capacidade de regeneração.

Acontece que, na maioria dos casos, a exploração é mal feita. Muitos fazendeiros empregam o fogo após o corte, para a formação de pastos. Isso retarda a recomposição da vegetação, que quando ressurge já não tem as mesmas qualidades da primitiva.”

No parágrafo seguinte é apresentado *“O engenheiro agrônomo Geraldo*

Rural)” argumentando a favor da necessidade de uma “*orientação da exploração do cerrado*”. Em seguida, “*Outro agrônomo, Antônio Aluísio de Couto, fala das consequências da exploração mal feita dessa madeira:*”

“- Sem os cuidados necessários, a exploração do cerrado pode ser extremamente perigosa. Depois do terceiro ou quarto corte, não chega nem a brotar. Fica no lugar um campo limpo que não produz mais nada. Depois vem a erosão e em poucos anos o deserto está feito.”

Esses dois blocos, responsabilizando as “*famílias pobres (...) que usam a lenha como combustível*” pela maior parcela de destruição das florestas e falando da necessidade de orientação para a “*exploração*” das florestas para fins econômicos, mostram também uma forma de tratamento dispensado ao povo. Não há no texto, para além da responsabilização pela destruição do maior percentual de florestas, nenhuma sugestão sobre esse problema. As “*famílias pobres*” não são retomadas no texto para que suas práticas sejam repensadas, elas saem do texto apenas com a responsabilização e sem nenhuma proposta. Esse não é o caso do outro lado da exploração, o lado “*economicamente importante*”. Este lado é autorizado a continuar explorando, apenas com a ressalva de que tal exploração seja orientada.

O subitem seguinte, construído com uma pergunta e uma resposta, indicia mais uma vez a tentativa da revista de contemplar as duas posições que tem mantido e, de certa forma, eliminar a aparência de polêmica em torno do assunto: “*Reflorestar ou construir barragens? As duas coisas.*”.

Após uma exposição de dados numéricos, que são previsões do “*Instituto Estadual de Florestas*” (provavelmente de MG), o final do segundo parágrafo dessa parte, mais o terceiro e quarto, dão a tônica dessa polêmica, cujas arestas as partes do texto mais facilmente atribuíveis à redação da revista procuram aparar.

“Muitos técnicos afirmam que, se não se providenciar o reflorestamento em grande escala, principalmente nas cabeceiras, o deserto tenderá a progredir. E aí, então, o rio morrerá. Outros acham que a construção de barragens para retenção das águas da chuva será suficiente. O agrônomo Dirceu Duarte Braga, ex-presidente do Instituto Estadual de Florestas (MG), acha que não:

- A propaganda feita em torno dessas barragens desvia a atenção do verdadeiro problema do São Francisco. A única solução efetiva a longo prazo é proteger com vegetação as cabeceiras do rio. Mas esse reflorestamento não pode ser feito como vem sendo, à base de eucalipto, madeira de interesse puramente econômico.

Não há barragem que salve a situação se não se fizer a recobertura florestal destruída. A solução, então, seria barragens e reflorestamento, ao mesmo tempo.”

As duas posições diferentes são aqui apresentadas através de uma escolha de termos genéricos em lugar de sujeitos determinados: “*muitos técnicos*” e “*outros*”. Depois é apresentado um dos “*muitos técnicos*”, com nome, profissão e instituição, onde pode estar sustentado o seu posicionamento. É a fala desse técnico que aparece em defesa do reflorestamento, contrapondo-se então à fala dos “*outros*” que defenderiam apenas “*a construção de barragens*”. Não aparece, nesse momento, nenhuma fala para defender esta segunda postura. No entanto, o

parágrafo seguinte, que não está introduzido por travessão, de maneira que pode ser atribuído à redação da revista, procura fundir as duas posições.

Vale lembrar aqui, em função desta proposta de junção das duas soluções, “*barragens e reflorestamento*”, uma carta, já transcrita na introdução deste trabalho, extraída do exemplar de Jul/67, nº. 16, que contém o seguinte trecho:

“(...) E REALIDADE tem uma linha duvidosa, indefinida. Procura agradar o capitalismo e os contrários a êle. A verdade é a verdade mesmo. Não adianta querer tapear. REALIDADE não se define para poder ganhar mais.(...)”

Essa carta, embora inflamada, talvez possa oferecer indícios de que alguns leitores tenham percebido o jogo entre duas posturas aparentemente contrárias.

O texto segue afirmando que “*O reflorestamento, embora lento e insuficiente, já está sendo feito.*”, num parágrafo que vai culminar com o argumento econômico do reflorestamento.

Se suspendermos por um instante o que sabemos sobre a função do ponto final (e é preciso suspender, às vezes, por pelo menos dois motivos: para não limitarmos as possibilidades de produção de sentidos às regras da escrita; e porque podemos supor o potencial de leitura dos leitores), podemos, no trecho abaixo, ter a primeira frase sendo atribuída a Lombardo Golfari, através do verbo dizer, o que faria mais uma vez a voz da redação se confundir com a voz citada.

“Mas reflorestamento, além de lento, é caro. Diz Lombardo Golfari, engenheiro florestal, um dos especialistas que elaboram projetos para o IBDF - Instituto

Comparemos então a primeira frase da citação acima ao trecho de fala atribuído a Golfari, introduzido no texto logo após os dois pontos, através de travessão, marca tradicional de introdução de discurso direto no texto:

“- O reflorestamento é uma solução a longo prazo e exige aplicação de grandes somas. Mas precisa ser feito.”

As credenciais dos citados, tanto de um lado como do outro, podem dar pistas para explicar essa tentativa de fusão entre as duas posições e entre a voz da revista e a dos citados. Veja-se as de Golfari:

“Golfari é autor de um trabalho de zoneamento do território brasileiro para reflorestamento, inclusive do vale do São Francisco.”

Fomentando a polêmica entre os partidários dos dois grupos, agora acrescida da discussão sobre com qual espécie e onde exatamente reflorestar - talvez porque, do ponto de vista da revista, já se argumentou suficientemente em favor do reflorestamento - o debate encerra-se da seguinte maneira:

“A plantação de pinho ou eucalipto é adotada (no projeto de Golfari) - principalmente nos reflorestamentos particulares - por razões econômicas: são espécies de mais rápido crescimento. Mas de eficiência ecológica discutível. Há quem diga que em eucalipto nem passarinho pousa. O professor Golfari diz que o eucalipto protege o solo como qualquer floresta natural.

Duarte Braga contesta:

- O eucalipto reduz as reservas subterrâneas de água. Em vez de contribuir, agrava o problema dos rios."

Podemos afirmar agora que essa aparência de engajamento da revista não precisa ser consensual e não é suficiente para instaurar uma hierarquia entre as posições representadas nas falas que ela cita. Ambas acabam por exercer um papel muito semelhante, o que retira a revista de um lugar de compromisso com a instauração de uma transformação. O grupo de leitores, mesmo dividido em tendências políticas diferentes, não se diferenciam no que concerne ao grau de importância dado às suas posições no interior dos textos da revista. A diferença instauradora de uma hierarquia, que justifica a busca dessas informações por parte dos leitores cativos, é justamente a existência de um terceiro grupo, desinteressante para o consumo da revista. O que o reconhecimento da diferença instaura no discurso é uma amenização da estranheza e da indignação frente a uma sociedade que se pauta por uma política de exclusão tal como a vemos hoje. Em nenhum momento o morador da região configura um terceiro bloco na discussão dos problemas da região.

Dada por encerrada essa discussão, mas não o texto, o habitante da região é mais uma vez anunciado e convocado a falar, fazendo então o fechamento da matéria. Mas antes de trazer esse encerramento, penso que é possível tecer algumas considerações a propósito da maneira como o morador da região é representado no texto.

3.1 - O “povo (à margem) do rio”

ALKMIN (1995), em artigo que parte da pergunta: “*Como falavam os escravos no Brasil?*”, aponta para a possibilidade de encontrar “*respostas apoiadas em conjecturas*”, recuperando, em textos antigos, uma representação de como eles falariam. É seguindo essa orientação que venho investigando o modo de inscrição do discurso do morador da beira do rio, genericamente chamado “o povo”, na matéria em análise.

Reconheçamos em primeiro lugar a pertinência da afirmação de Geraldi:

“...a questão que se impõe agora é compreender como a elite intelectual se articula hoje para proferir seus discursos modernos e modernizantes, reduzindo as práticas sociais, políticas e culturais gestadas ‘fora das cidades dos letrados’ a um mero caos, bandeira com que se mobiliza o medo em benefício da ordem e da manutenção do estabelecido”. (1996:107):

Retorno então ao texto em busca do homem perdido, esse homem, cuja voz em descrédito, é quase que de ninguém, é d’“o povo”, massa amorfa, sem RG, nem batistério.

A primeira vez que esse homem sem eira nem beira, à beira do rio, é insinuado, é no texto em destaque antes do início da primeira parte do texto: “*Primeiro o índio, com suas queimadas. Veio o branco, imitando o índio*”. É de um índio considerado meio anti-ecológico e de um branco, cujo fazer cotidiano é

Em seguida, sua voz, de ninguém, aparece na primeira parte do texto na boca de um “*povo do rio*”, o nº. 8 do quadro, trazendo o argumento que não está calcado na razão do urbanizado, remetendo a seca do rio ao fim do mundo.

O índio, que também deve ter influenciado a cultura desse “*povo do rio*”, vai aos poucos sendo retirado de entre os ‘culpados’ pelo desmatamento, como seria de se esperar. Ele sai de cena levando a responsabilidade de ter iniciado a “*ameaça*” ao rio “*timidamente*”, enquanto o bandeirante a continua “*ferozmente*”. Àquilo que o branco imita, acrescenta-se a ferocidade com que é destruída a natureza.

Mais adiante, na segunda parte do texto, p. 81, o povo reaparece:

“o povo (...) viveu praticamente isolado do resto do país, formando o que o escritor Wilson Lins chamou de ‘sociedade de pastores e guerreiros’. Gente dura, pobre e valente, que continuava com seus bois e suas roças a destruição iniciada pelos colonizadores.”

Contrastam, de um lado, uma pessoa individualizada, com função, nome e sobrenome, “*o escritor Wilson Lins*”; de outro, “*o povo*”, que é caracterizado por ele como “*pastores e guerreiros*”. A esta caracterização feita por um representante do mundo letrado, o escritor, segue-se a caracterização de outro, o redator, “*gente dura, pobre e valente,...*”, que não é citação, mas que, de novo, a não ser pelos sinais gráficos, poderia fundir à palavra do escritor. Finalmente, o texto exclui os índios do grupo dos destruidores; na segunda parte do texto, a destruição foi “*iniciada pelos colonizadores*”.

Nem se levanta a hipótese de que o povo pobre preservasse florestas ou tivesse um tipo de exploração menos predadora. Uma frase introduzida por uma adversativa e uma colocação específica do sujeito da frase retira do povo do rio qualquer possibilidade de equilibrar sua exploração da floresta com algum tipo de preservação:

“Mas as poucas reservas florestais, geralmente nas margens dos rios e em ‘manchas’ nas áreas de cerrado, ainda resistiam em boa parte”.

São “as poucas reservas florestais” que praticam a ação de resistir. Esta não atribuição de uma consciência ecológica ao povo, alinha-se com a fala de Dárcio Calais, citada anteriormente, que afirma que as “famílias pobres” consomem mais lenha que a indústria siderúrgica.

Então passa-se à chegada da navegação, p. 81, que “o rio viu chegar” (grifo meu). “O povo” outra vez é convocado para o texto:

*“A tradição oral guardou a história do primeiro gaiola que subiu o rio, o ‘Saldanha Marinho’, com sua boca de fogo soltando fagulhas e apitando com a importância de um transatlântico. Nos barrancos, o povo corria e gritava:
- Lá vem a besta-fera, vem chegando o anti-Cristo!”*

Para expor um fragmento de cultura atribuída a “o povo”, utiliza-se no texto a nomeação de “A tradição oral”, que pode estar alertando para uma distância entre o povo e a cultura escrita, justificando que não se invista nele enquanto leitor

em potencial. É de dentro desta “tradição oral” que emerge a voz d’“o povo” gritando “- Lá vem a besta-fera, vem chegando o anti-Cristo!” .

Finalmente, na página 82, apresenta-se um habitante que tem nome, sobrenome, idade e tempo de serviço, testemunhando uma causa perdida.

“Geraldo Elias da Costa, 53 anos de idade, trinta de garimpo, diz lá do fundo de um buraco de 4 metros de fundura:

- Tá dando mais nada, não, moço. Qualquer dia largo tudo e vou pro carvão.”

No encerramento da matéria, o lugar destinado ao povo contrasta com as descrições dos representantes da cidade letrada, que ganham mais espaços no texto e na decisão sobre as providências a serem tomadas com relação à seca do rio.

“Ignorante de todos esses problemas, Antônio Manoel da Cunha trabalha de sol a sol alimentando de lenha uma bateria de cinco fornos de carvão, com a lenha de mais de 1 hectare de cerrado. Diálogo à boca do forno:

- E se acabar a lenha por aqui?

- Vou pra João Pinheiro, pra outro canto qualquer.

- E se acabar lá também?

- Bem, aí eu vou pra esse tal de Amazonas. Diz que lá tem muita lenha.

- E o São Francisco, Antônio? Andam dizendo que o rio S. Francisco vai secar.

- Ah, esse não seca nunca, não. É obra de Deus.”

Como era de se esperar, como em qualquer outra revista, na revista Realidade o “*povo do rio*” é excluído do grupo de leitores possíveis. Enquanto os possíveis leitores aparecem no texto caracterizados por suas profissões e suas funções, ele vem aqui classificado, “*ignorante de todos estes problemas.*”, e encerra a matéria desmatando pelo Brasil afora. E só isso daria uma tese sobre o reinado da ‘cultura’ e o xeque-mate nos peões. Nocividade e ignorância é o que lhes é atribuído. Fora do mundo racional, sua exclusão, a partir da própria forma de inseri-lo no discurso, já está decretada e justificada.

Da mesma maneira que podemos detectar na revista a constituição de seu *nicho de leitores*, podemos também verificar que em suas páginas encontram-se representantes de grupos que pertencem a um vasto nicho de não leitores.

Numa direção que pode chegar ao mesmo resultado, na propaganda da Phebo, publicada no exemplar de Out/71, já transcrita na introdução deste trabalho, tem-se:

“Agora vivemos um instante em que os brasileiros começam a esquecer que a Amazônia era um lugar de seringais, jacarés e uirapurus. Investidores de todo tipo de negócio já perceberam que tem muita coisa boa escondida naquela enorme massa verde.”

O projeto de modernização é excludente, não comporta toda a população do país, ele é reservado principalmente a investidores, empresários, pessoas bem posicionadas em suas instituições.

Contrapõem-se na matéria em análise o discurso da ciência, representado

distribuição de lugares sociais. Retomando a discussão de Latour sobre a Grande Divisão, a antropologia (e por que não dizer o mesmo de outras áreas?) possivelmente haveria por bem estudar a comunidade moradora da margem do rio São Francisco. Não tomaria por foco o grupo de especialistas que, do interior de instituições produzem ‘soluções’ para os problemas dessa comunidade; tampouco estudaria o grupo de trabalhadores da imprensa que, de posse do poder de uso da palavra, encerra tal comunidade nesse lugar de absoluto desinteresse para o ‘mundo das letras’.

Dois segmentos de discursos ocupando lugar de poder - a mídia e a ciência - aliam-se para apagar a fala do popular. Cada uma, ao usar a outra para se afirmar, funde-se um pouco, tornando-se, ambas partícipes nos procedimentos de exclusão.

A meu ver, há bastante semelhança entre o modo de inserção das falas do *povo do rio* na matéria e as conclusões de Alkmin:

“...a ‘fala de escravo’ parece, sobretudo, estar concretizada na representação do indivíduo à margem da sociedade, incapaz de assumir seu próprio discurso. Falar ‘errado’ pode ser visto como coisa de ignorantes, de pouco instruídos. Mas não compreender seu papel de falante - mesmo enquanto usuário de uma língua estrangeira - é demonstração de uma inferioridade indiscutível. E é esse aspecto que nos fica como marca fundamental de representação de ‘fala de escravo’. Ou melhor, do próprio

Entre as opções possíveis no que concerne aos posicionamentos dos dois grupos que discutem os problemas da seca e suas conseqüências sobre o rio, a revista pode oscilar entre os dois, fazendo transparecer um certo alinhamento a posições mais ligadas à ecologia, ou tidas como mais avançadas. Mas o homem do rio não se configura em opção possível, nem mesmo do ponto de vista ecológico. Ele não é um possível leitor, não há risco de ele deixar de comprar a revista por sentir-se ofendido com o lugar que lhe é reservado.

É neste quadro que vejo a pertinência das preocupações de Abreu (1994 e 1996) sobre a afirmação de senso comum de que “*o povo não lê*”. No caso da revista que venho analisando, parece que a questão centra-se no fato de que não se considera o que ‘o povo’ faz como leitura, tampouco se investiga o que é que ele faz com o material escrito a que tem acesso, o que corrobora as afirmações da autora.

O limiar dos interesses da mídia impressa parece ser o de atingir o grupo já potencializado para ser leitor, mas que não a consome. A matéria publicada no n°. 15, na p. 11, é esclarecedora. Intitulada “*Nosso jornal está em perigo*”, começa justamente com a frase “*Brasileiro não lê jornal*”. A presença de tal matéria no interior dessa revista já é sintomático, mais ainda porque em seu interior é a imprensa escrita que estará em perigo dado o advento da televisão. Depois de apresentar dados numéricos de vários países, que justificam a afirmação de que “*Brasileiro não lê jornal*” por comparação a outros países, a matéria aponta uma possível resposta para sua questão central:

“Por que os jornais brasileiros vendem tão pouco? ”(...) “Na indústria da imprensa, os reflexos da crise são mais graves porque o consumidor não tem dinheiro e não sabe ler.”

No parágrafo seguinte, p. 12, a questão é reorientada:

“Mas há que considerar que nossos jornais não esgotam sequer o potencial de leitores disponíveis, os que podem ler e comprar, e não compram. Por quê?”

Depois de uma rápida exploração sobre a possível perda de espaço da “*imprensa escrita*” para os veículos de “*divulgação da linguagem visual*”, e sobre a divisão de papéis entre elas, a matéria chega a uma proposição:

“Ou seja, as primeiras informações (‘morreu o presidente’, ‘aumentou a taxa do dólar’) são fornecidas pela TV. Ao jornalismo escrito cabe explicar as conseqüências, analisar a situação passada, especular sobre a política econômica. A imprensa, hoje, tem que analisar, interpretar.

Se em outros lugares o jornalismo diário deu o salto da informação para a formação, não será de outro modo que nossa imprensa poderá competir com outros meios mais rápidos de divulgar notícias.”

Como já aponte, enquanto comércio, a mídia não investe na formação de um grupo de novos leitores, mas na conformação do grupo já considerado leitor a seu modelo, seja enquanto forma, texto e ou discurso.

Veja-se agora exemplos extraídos de outros números da revista em que o povo não leitor aparece ocupando posição semelhante àquela que ocupa na matéria sobre o rio São Francisco.

3.2 - Outros exemplares, o mesmo povo, a mesma corrente.

Encontra-se, no exemplar em que Vasconcelos Sobrinho reaparece, o de Nov/72, nº. 80, numa matéria anunciada no sumário com o título “ *Opinião - gente da terra e de fora diz o pensa do nordeste (sic)*”, p. 36, a seguinte seqüência de apresentações de pessoas cuja opinião será colocada no texto da reportagem. Observe-se aqui somente a apresentação:

“O ecólogo e agrônomo pernambucano, João de Vasconcelos Sobrinho, 64 anos...”

“José Alves dos Santos, 25 anos, um dos 20.000 puxadores de carroça que transportam cargas de até 500 quilos, no Recife.”

“Sérgio Tavares, 41 anos, agrônomo, Chefe da Divisão de Botânica Econômica da Sudene...”

Atente-se para o fato de que entre dois “*agrônomos*” encontra-se um puxador de carroça, aliás, “*um dos 20.000 puxadores de carroça*” (E não haveria no vocabulário da língua portuguesa uma expressão substituísse esta?). Enquanto aqueles, reconhecidos pela profissão e por seus postos, propõem soluções para uma comunidade inteira; este, ofuscado em sua identidade; já que é apenas “*um entre 20.000 puxadores de carroça*”, espera uma solução para si próprio, com

raciocínio na mesma linha de outros representantes do povo, baseado num ecletismo místico.

“- A sorte o camarada só tem quando tem de ter mesmo. Tem gente que nasce com a estrela na testa. Já pedi demais a Deus que me dê um emprego certo, ainda não fui atendido.”

No nº. 33, de Dez/68, p. 148, inicia-se uma matéria intitulada *“Agonia e queda de Salazar”*, sobre o primeiro ministro português. Ao relatar, na página 151, a reação das pessoas sobre esse fato, insere-se na reportagem o seguinte texto:

*“E, lá no Pôrto, dizem, uma mulher que vem do campo quer saber quem é êsse Salazar, de quem tanto falam. Explicam-lhe que é o homem que governa Portugal há quarenta anos e agora vai morrer. Ela fica muito triste. Muito triste mesmo.
- Mas agora talvez chamem para o lugar a Irmã Lúcia, que viu Nossa Senhora de Fátima.”*

O nº. 52, de Jul/70, que vem acompanhado de um *“Suplemento Especial”*, propõe-se a responder basicamente a duas perguntas que aparecem na *“Carta do Editor”*: *“Como é o Brasil de hoje? Como será o Brasil do futuro?”*

Neste número, na página 38, aparece uma matéria, que se propõe a traçar o perfil do brasileiro médio. Logo abaixo de uma grande fotografia em que aparece a família de José, em torno de quem gira a matéria, está uma frase a ele atribuída:

“Meu lugar é na cidade. Posso ganhar por mês o que minha família tôda ganha em um ano.”

Essa frase é mais que um reconhecimento de uma situação real por parte do entrevistado. Sua escolha para compor a matéria faz parte da construção de uma ilusão de que o deslocamento no espaço, como já se falou neste trabalho, vai garantir a posse daquilo que está fora do mundo que rodeia o leitor.

Nesse tipo de postura, de incentivo ao deslocamento, podem-se encontrar as bases para a grande avalanche de migração do campo para a cidade, ocorrida na década de 70, também de acordo com as políticas da época. É preciso valorizar a cidade, ir em busca dela como se ela pudesse, de todo, pertencer àquele que a busca, alçando-o a uma outra situação, a um outro estado. Nesta matéria, um trecho de fala, na página 45, atribuída à mãe de José, que costura para fora, vem denunciar sua inadequação aos padrões da época, colocando-a no lugar de inaproveitável para a vida urbana e moderna:

“- Decote e míni-saia eu acanho só de olhar.”

Enquanto a juventude é alçada para a cidade, os pais, representantes de um passado, são apresentados ligados a suas raízes, seus valores., etc. A fala do pai de José, traz alguns elementos a mais para mobilizar sentidos nessa direção:

“... não quero deixar a roça. Mas acho certo que o Zézinho queira ir para a

Na reportagem com que iniciei este capítulo, o engajamento da revista parece se dar da seguinte maneira: de um lado está o grupo dos pertencentes ao mundo dos letrados, divididos em dois subgrupos definidos a partir de suas posições sobre um problema; do outro lado, um grupo visto como indivisível, é usado apenas como ilustração, um grupo indiferente, que pode ser banido das preocupações da revista ou mesmo tematizado como assunto de reportagem. Este grupo aparece nas mesmas condições em vários outros textos.

A revista opta por uma postura que se aproxime mais de um dos subgrupos letrado, mas usando como estratégia de auto-preservação a valorização do outro subgrupos. As falas transcritas estão adequadas ao padrão escrito a que eles têm acesso através da revista. Os trechos que vêm d“o povo” são orais por excelência. Os recursos lingüísticos estudados no capítulo anterior eram próprios da oralidade. Quando apareciam no texto, era para imitar a fala, para se aproximar e cativar o leitor, efetivando a divulgação de outros produtos. Mesmo como concessão à oralidade, é uma oralidade produzida dentro da mídia, integrada à “cidade das letras”, para ser incorporada à fala mais próxima ao padrão falado.

Essa divisão entre letrados e iletrados é explicada por Geraldí:

“Somente o exercício do poder, reservando a uma minoria estrita o acesso ao mundo da escrita, permitiu a façanha da seleção, da distribuição e do controle do discurso escrito, produzindo um mundo separado, amuralhado, impenetrável para o não-convidado. E de dentro desses muros, uma função outra agrega-se à escrita, como se lhe fosse própria

construtores e constritores: submeter a oralidade à sua ordem, função jurídica por excelência, capaz de dizer o certo e o errado, ditar a gramática da expressão, reger os processos de negociações de sentidos e orientar, através de suas mensagens uníssonas e uniformes, os bons caminhos a serem trilhados.

A sociedade só pôde ser assim construída, sob o império de uma separação radical, a partir de uma estrutura de exclusão. Sob qualquer das formas com que se organizaram politicamente o Estado e o Poder, soube a cidade letrada estar próxima, adequar-se às circunstâncias.” (1996:101-102)

À margem, algumas cartas corriam e, em vão, gritavam. Veja-se esta publicada no exemplar nº. 15, de Jun/67, a propósito de matéria publicada anteriormente sob o título “O Piauí existe”:

“Sr. Diretor: Temos certeza de que o repórter errou o alvo, porque o povo sofrido do interior do Piauí é simplesmente vítima duma estrutura feudal e de privilégios restritos que a reportagem não teve coragem de atacar. Afinal, o povo foi injuriado e exige uma retratação.

José R. de Oliveira Guanabara - GB”

DO QUE PERMANECE

Iniciei esta tese interessado em analisar a revista Realidade centrando a atenção na produtividade da tensão entre a forma, os textos e o discurso, principalmente para verificar como estes três elementos se serviam de (e serviam a) aspectos da mentalidade moderna.

O período em que a revista foi publicada (1966-1976), no entanto, exigia a consideração de dois fatores: a modernidade e o regime militar instaurado em 1964.

Da modernidade, tomei apenas a constituição no leitor de um traço de mentalidade em que ser moderno implica uma disposição a incorporar objetos e valores apresentados como novos.

Do projeto do regime militar, tomei a modernização - a inserção do Brasil na modernidade, a ideologia do progresso ou tecnologização - como componente de seu projeto para o país.

Como na revista aparece uma sustentação da idéia de modernidade, através de instruções e de informações sobre o que contribui para integrar os leitores e o país num tempo chamado de moderno, em alguns momentos fundem-se, no discurso que nela se constitui, o projeto do governo militar com o do próprio veículo analisado.

O traço da mentalidade moderna escolhido para investigação neste trabalho, é aproveitado tanto pelo governo que se instaurou em 1964, que procurava fazer crer que tudo tinha mudado, como pela revista que vai se

modificando aos poucos até passar por uma mudança mais completa, o que contribuía para ir acostumando o olhar do leitor a mudanças.

Se a defesa da modernização sustentada na revista conseqüentemente a alinhava ao projeto político assumido pelo governo da época, que tinha a modernização como um de seus componentes, por sua vez, a modernização do país não foi inventada por este governo e nem termina com o retorno dos presidentes civis. O fato é que a modernização tem se prestado para qualquer governo que pretenda manter a estrutura social tal qual ela é.

Não cabendo no projeto de modernização a totalidade dos sujeitos que compõe a nação, parte deles vão ficando à margem da sociedade. Pelo modo com que os insere em suas reportagens, a revista colabora para a exclusão daqueles que não são incorporados a tal projeto.

Em linhas gerais pode-se dizer que a exclusão pode ocorrer, tanto pelo fato de o sujeito não ter condições de participar das novidades ofertadas, como pela incorporação destas novidades, uma vez que é comum que aquilo que é apresentado como novo traga na base elementos que colaboram para a manutenção do sistema. Talvez esta seja uma chave para compreender a manutenção do sistema: com o gasto de energia para incorporar e ostentar o que está sendo apresentado como novo, perde-se a noção do que permanece e age contra aqueles que se acreditam integrados por ostentarem a última oferta do mercado.

O conceito que proponho para recobrir este aspecto é o de *(re)versão*, uma vez que, geralmente, o que é apresentado como novo, em se tratando de mercado, não é outra coisa senão uma nova versão sobre algo já existente.

Na análise foi possível aceder ao comprometimento da revista com a ordem estabelecida. Sua capacidade de adaptação às mudanças não se restringia a refletir o mundo de seu tempo (como não seria possível a nenhuma outra), mas de ajudar a construir um modo de vida.

A leitura da revista pode levar o leitor a querer participar desse tempo em que parece haver uma infinidade de coisas novas a desfrutar, mas, de acordo com Ionesco *“querer ser só do seu tempo é estar já ultrapassado.”*

Como tudo está em risco no interior das mudanças de que se constitui a modernidade, a revista Realidade tem como preço, por apresentar-se enquanto objeto moderno, seu desaparecimento depois de várias mudanças, de linha editorial e de formato, dando lugar a outras publicações do gênero. O governo militar, por sua vez, dá lugar a governos civis.

Mas algo subsiste: a disposição para incorporar o novo caracterizando adesão a um projeto em que o espaço para a construção de um projeto transformador da sociedade mostra-se restrito.

Prevalecendo esta disposição, revistas se mantêm, a editora se mantêm, a lógica do mercado se mantêm, a exclusão se mantêm e os temas que mereceriam maior atenção em um projeto político nunca deixaram de existir. Dentre eles, o lugar social dos sujeitos que continuam não interessando enquanto leitores, como vimos na matéria *“Nosso jornal está em perigo”*, cuja preocupação é transformar em consumidores aqueles que já estão aptos a ler e não lêem. Ainda estão em cena os herdeiros da população que figurava na revista fora do eixo central das matérias: os alunos do Mobral, os calouros dos programas de televisão, as pessoas que freqüentavam o Cursilho, as pessoas que procuravam “Seu Sete”, os que se

Guarda, como uma espécie de senha para admissão na 'festa de arromba' do tempo moderno.

Isso equivale a dizer que capitalismo, modernidade e exclusão têm andado juntos no país em que a revista circulou. Então é preciso investigar por que estratégias isso se torna possível.

De minha parte, escolhi estudar uma revista periódica, focalizando a investigação, nesta pesquisa, na tensão entre texto, suporte e discurso, a fim de identificar alguns indícios que possam contribuir para a compreensão das estratégias que se prestam, ao mesmo tempo, à produção de um modo de participação neste tempo moderno e à manutenção desta disposição para incorporar os valores e objetos que garantiriam a integração a este tempo.

Percebi na análise empreendida no capítulo I, em que destaquei a importância da forma do veículo para a constituição dos sentidos, que, enquanto no texto apareciam argumentos para levar os leitores a incorporar elementos considerados próprios ao tempo moderno, a forma constituía a revista em exemplo de objeto moderno à medida que ia se modificando pouco a pouco e servindo para adaptar o olhar do leitor às constantes mudanças que devem apresentar tais objetos. Além disso, a forma tem sua importância por contribuir no controle da constituição de sentidos como procurei mostrar, por exemplo, na análise das páginas 5 e 6, do exemplar nº. 3, em que a composição da página e da revista impõem uma ordem de textos e um modo de movimentar, do qual o leitor dificilmente consegue escapar sem estabelecer relações entre sentidos ancorados em textos diferentes.

A forma define também o 'nicho de leitores' e os lugares de leitura, como atesta carta publicada no nº. 92, de Nov/73, que elogiava a nova forma inaugurada

no número anterior, porque ela propiciava a leitura no ônibus. Na posição do juiz que tira de circulação o nº. 10 da revista, percebe-se que a forma revista, em contraposição à forma livro, também define o 'nicho de leitores' dado que, enquanto revista, a circulação e o acesso são mais amplos.

Realizei, no capítulo II, uma análise calcada na hipótese de que o projeto de modernização contempla em sua base uma ação uniformizadora sobre recursos lingüísticos que seriam condizentes com o modo de ser moderno. Esta ação acabaria delineando uma representação de língua condizente com o tempo chamado de moderno.

Nos anos em que a revista circulava, havia no discurso do governo a construção da idéia de que se vivia uma revolução e tudo havia mudado. Também isso permanece. Com a 'redemocratização' não desapareceram as sugestões de que tudo está mudando, haja vista a expressão que caracterizou o primeiro governo civil: "*Nova República*". A frequência do adjetivo "*novo*" em textos publicitários continua alta.

O projeto uniformizador em torno da idéia de que há sempre algo novo sendo posto em circulação permanece. Os julgamentos de pessoas autorizadas a opinar sobre os recursos lingüísticos, indicando lugares em que se deve usá-los, a inserção destes recursos em textos como as propagandas, ou na fala de pessoas autorizadas nas reportagens, podem acabar instaurando a uniformização.

À diferença da Revolução Francesa, este projeto uniformizador não tem na base o acesso aos direitos de cidadania. Já que no decorrer das últimas décadas não basta conhecer os recursos lingüísticos do momento para ingressar no tempo, isso tem se mostrado ilusório. É justamente a ilusão de participação pela

incorporação do novo que mantém os sujeitos num lugar em que o acesso aos direitos de cidadania são limitados.

“Por um paradoxo apenas aparente, o discurso que leva a crer é aquele que priva do que impõe, ou que jamais dá aquilo que promete. Muito longe de exprimir um vazio, de descrever uma falta, ele o cria. Dá lugar a um vazio.”

Certeau (1996:186)

Depois de constatar que recursos lingüísticos e objetos são ofertados na revista para incorporação, muitas vezes através da apresentação de autoridades que opinam favoravelmente sobre eles e mesmo os empregam, resolvi investigar como os diferentes sujeitos aparecem no interior das matérias publicadas na revista.

No capítulo III, então, apontei a maneira como diferentes sujeitos são distribuídos no interior das reportagens de acordo com sua posição social. Constatei com essa análise que os possíveis leitores são erigidos à condição de opinadores sobre os assuntos em pauta, mesmo que defendam posturas aparentemente diferenciadas daquela apontada no texto da revista. Os não leitores, por sua vez, figuram de maneira a ilustrar um estado de não integração ao tempo em que as discussões acontecem.

A esta população, que é retratada nos textos da revista como ‘ignorante’, não se oferece a revista como fonte de informações que a alçaria para o interior do grupo ‘moderno’, nem os recursos lingüísticos para que ele possa integrar os

RÉSUMÉ

Dans cette thèse, où j'analyse une revue périodique intitulée Realidade (Réalité), - 1966- 1976 - , le lecteur trouvera une étude sur les processus de production de sens qui peuvent être trouvés en considérant les rôles joués par trois éléments distincts mais imbriqués d'une revue: l'objet, considéré dans sa matérialité comme support de textes, les textes proprement dits et le discours constitué par l'enchaînement des sens dans l'acte de lecture, où la forme de la revue et la forme que le texte y prend jouent un rôle important.

La raison qui m'a poussé à choisir cette revue est, qu'outre les trois éléments que je cherche à étudier, on y trouve circonscrit un trait de la mentalité couramment qualifié de moderne. Dans ce sens, en plus de chercher à comprendre la productivité de la tension entre support, texte et discours, je ne perds pas de vue le rôle que chacun joue dans la tentative de prouver qu'il y a un temps moderne, lequel, quant à lui, se montre sélectif vis-à-vis des aspects socioculturels.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, M. A. "Quem não lê e não escreve, da vida pouco desfruta, porém..." in *Revista Leitura: Teoria e Prática*, ano 13, n.º. 24, Associação de Leitura do Brasil/Ed. Mercado Aberto, 1994. p. 28-34.
- , - "Les lectures littéraires au Brésil, 1769-1807", 1996, mimeo.
- ALKMIN, T. M. "Fala de escravo: estudo de um caso de representação", in *Leitura: Teoria e Prática*, ano 14, n.º. 25, Associação de Leitura do Brasil/Ed. Mercado Aberto, Junho/1995, p. 42-46.
- BENJAMIN, W. *Magia e Técnica, Arte e Política: Ensaio sobre Literatura e História da Cultura. Obras escolhidas*. São Paulo: Brasiliense, vol. I, 1994.
- BERMAN, M. *Tudo o que é sólido desmancha no ar - A aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOSI, E. *Cultura de massa e cultura popular - leituras de operárias*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- BOURDIEU, P. *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*. Librairie Arthème Fayard, 1982.
- et CHARTIER, R. "La lecture: une pratique culturelle", in *Pratiques de la lecture*, Ed. Rivages, 1985
- CERTEAU, M. de (Trad. Ephraim Ferreira Alves) *A invenção do Cotidiano - Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CHARTIER, R. (Trad. Maria Manuela Galhardo) *A História Cultural - entre práticas e representações*, Lisboa: DIFEL, 1990.
- "Du livre au lire", in: *Pratique de la lecture*, Ed. Rivages, 1985.

----- (Trad. Mary del Priore) *A ordem dos livros*. Ed. Universidade de Brasília, 1994.

DARNTON, R. *O beijo de Lamourette - mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

DINIZ, E. "América Rebelde", in *A Amazônia Brasileira*, nº. 6, Jul/Dez/71.

FARO, J. S. *Realidade, 1966-1968 - tempo da reportagem na imprensa brasileira*. Tese de Doutorado : Escola de Comunicações e Artes/Universidade de São Paulo, 1996.

FIORIN, J. L. *O regime de 1964 - Discurso e ideologia*. São Paulo: Atual Editora, 1988.

FUCHS, C. "Variations discursives", in *Langages*, nº. 70, Paris : Larousse, Juin 1983, p. 15-33

GINZBURG, C. (Trad. Federico Carotti) *Mitos, Emblemas e Sinais - Morfologia e História*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

----- (Trad. Nilson Moulin Louzada) *História Noturna - Decifrando o sabá*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

GERALDI, J. W. *Linguagem e ensino - Exercício de militância e divulgação*. Campinas: Associação de Leitura do Brasil/Ed. Mercado das Letras, 1996.

PERELMAN, C. et OLBRECHTS-TYTECA, L. *Traité de l'argumentation: la nouvelle rhétorique*. Bruxelles: Editions de L'Université de Bruxelles, 1988.

SCHLIEBEN-LANGE, B. (Trad. Fernando Tarallo et. al.) *História do Falar e História da Lingüística*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1993.

----- *Idéologie, révolution et uniformité de la langue*. Ed. Pierre Mardaga, 1996.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ALTHUSSER, L. "Aparelhos Ideológicos de Estado" in *Aparelhos Ideológicos de Estado - Nota sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado*. Graal,
- BARBOSA, I. S. *Où Vivre? Contribution à une analyse des actes de langage publicitaires*. Louvain-la-Neuve: Cabay Libraire-éditeur, Belgium, 1982.
- BENJAMIN, W. (Trad. H. K. M. da Silva, A. de Brito e T. Jatobá) *A modernidade e os modernos*. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1975.
- BOURDIEU, P. *Méditations pascaliennes*. Paris : Seuil, 1997.
- BRITTO, L. P.L. *A sombra do caos - ensino de língua x tradição gramatical*. Campinas: Associação de Leitura do Brasil/Mercado de Letras, 1997.
- CHAUÍ, M. *Conformismo e Resistência - aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo : Ed. Brasiliense, 1994.
- CUNHA, M. T. S. "Em primeiras cerimônias de apropriação de capas, de títulos, de letras", in Revista *Leitura : Teoria e Prática*, ano 16, nº. 29, Associação de Leitura do Brasil/Ed. Mercado Aberto, 1997. p. 30-36.
- DUCROT, O. *O dizer e o dito*. Campinas : Pontes, 1987.
- ECO, U. (Trad. de Attilio Cancian) *Lector in Fabula*. São Paulo : Perspectiva, 1986.
- (Trad. Pérola de Carvalho) *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- FERNANDES, T. F. T. D. *Jorge Andrade, Repórter Asmodeu (Leitura do discurso jornalístico do autor na revista "Realidade")*. Tese de

- Doutoramento. São Paulo, Escola de Comunicações e Artes/Universidade de São Paulo, 1988.
- FONTANA, M. G. Z. - *Cidadãos Modernos: Discurso e Representação Política*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.
- GERALDI, J. W. *Portos de Passagem*. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- GINZBURG, C. *O queijo e os vermes - O cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo : Ed. Cia das Letras, 1987.
- GRUNIG, B. *Les mots de la publicité*, Paris : Presse du CNRS, 1990
- GUIMARÃES, E. (Org.) *História e Sentido na Linguagem*. Campinas: Pontes, 1989.
- KENSKI, V. M. *O fascínio do Opinião*. Tese de Doutorado, Faculdade de Educação/Universidade Estadual de Campinas, 1990.
- KUCINSKI, B. *Jornalistas e Revolucionários - Nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Scritta Editorial, 1991.
- LAGRAVE, R-M. *Celles de la terre - Agricultrice, l'invention politique d'un métier*. Paris : Éditions de L'École des Hautes Études en Sciences Sociales, 1987.
- , *Le village romanesque*. Doctorat de Troisième cycle: École des Hautes Études en Sciences Sociales.
- LANDOWSKI, E. (Trad. Eduardo Brandão) *A sociedade Refletida*. EDUC/Pontes, 1992.
- LÖWY, M. "Walter Benjamin e o marxismo", in *Revista Trans/formação*, vol. 17, 1994. p. 7-13.

- MAGNANI, M. R. M. "Sobre ensino da leitura", in *Revista Leitura: Teoria e Prática*, ano 14, nº. 25, Associação de Leitura do Brasil/Ed. Mercado Aberto, 1995. p. 29-41.
- NEGRONI, M. M. G. e FONTANA, M. G. Z. *Análisis lingüístico y discurso político - El poder de emunciar*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, 1992.
- NIVARD, J. *Histoire d'une revue féminine chinoise - Funüzazhi 1915-31*. Doctorat de troisième cycle: École des Hautes Études en Sciences Sociales, 1983.
- ORLANDI, E. P. *A linguagem e seu funcionamento - As formas do discurso*. Campinas : Pontes, 1987.
- PARRET, H. - *Emunciação e Pragmática*. Campinas : Ed. da Unicamp, 1988.
- PÊCHEUX, M. (Trad. E. P. Orlandi, et. al.) *Semântica e Discurso - Uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas : Ed. da Unicamp, 1988.
- (Trad. E. P. Orlandi) *O Discurso - Estrutura ou Acontecimento*. Campinas: Pontes, 1983.
- REIMÃO, S. (Coord.) *Livros em Revistas - um estudo sobre a seção de livros em revistas brasileiras de grandes tiragens*. São Paulo: Ed. Salesiana Dom Bosco/Faculdades Salesianas, 1996.
- *Mercado editorial brasileiro - 1960-1990*. São Paulo: Com Arte/FAPESP, 1996.
- SANTOS, L. G. dos. *Desregulagens, Educação, Planejamento e Tecnologia como Ferramenta Social*. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- VOESE, I. *O movimento dos sem-terra na imprensa: um exercício de Análise do Discurso*, Trabalho de Pós-doutorado, IEL/Unicamp, 1996.