

Especial de estreia

Sai comendo que a merenda tá quente!

A revista do gogó afinado!

Reportagem

Democratizar a comunicação para garantir a democracia real

As manifestações de 2013 nos reafirmaram que outra comunicação é possível — e necessária!

Artigo

O que faremos do que fizeram de nós

Os anos de chumbo sob o olhar de um ex-preso político

Arte e Cultura

Papo de bêbo, poesia e quadrinhos

A nobre arte da poesia, a controversa nona arte e a fina arte da boêmia



Bode Berro!

Aceitou trabalhar pra gent<mark>e por</mark> abrigo, comida e auxílio-me<mark>renda</mark>

Aquecendo o gogó!

Começar alguma coisa assim, sem saber o que virá pela frente, não é fácil! Não mesmo! Mas, fazendo uso do clichê, sair da zona de conforto é importante! A **Revista BERRO** surge por esse motivo. Seu embrião foi gerado numa conversa de mesa de bar, no começo do ano passado. Entre cervejas geladíssimas e vez por outra um baseado, surgiu a idéia de botarmos pra frente uma publicação independente e alternativa à mídia empresarial.

Eis que, meses depois, cá estamos, lindos, leves e soltos! Surgimos para nos somarmos às exitosas experiências com comunicação alternativa que vêm dando certo. Queremos ser mais um veículo a contribuir para o fortalecimento de um espaço social contra-hegemônico, engajado, ativista; um oásis de resistência ao status quo. Levaremos até as últimas consequências a máxima de que "outra comunicação é possível".

Assim como n'O Pasquim — que para nós é referência maior —, o humor, a ironia, a galhofa, o deboche e a molecagem serão componentes imprescindíveis na construção coletiva e satírica da revista. Bebendo das referências pasquinianas, faremos um humor fortemente vinculado ao social. como instrumento de reflexão e crítica dos costumes moralistas e hipócritas dessa sociedade. Para tal, assim como laguar inventou o ratinho Sig para o mencionado alternativo carioca, lançaremos mão também de um mascote fuleragem, sem pudor, danado que só ele: o Bode Berro — genuinamente cearense! Ele vai nos acompanhar em todas as edições, nas matérias, entrevistas, quadrinhos, sempre deixando às claras suas posições, sem hipocrisia ou papas na língua.

Falando em língua, quanto à linguagem, deixamos claro, de início, que as amarras do jornalismo frio e tecnicista jamais nos prenderão! Esse jornalismo opaco, de terno e gravata, forjado nos manuais de redação, não nos representa! Queremos um jornalismo com pulsão e tesão, que mexa com nossos nervos, que nos emocione, que vibre, que lute, que transforme!

Enfim, galera, somos uma revista aberta, livre, fuleragem, sem linha editorial demarcada. Mas com um lado definido. Não somos de ficar em cima do muro — a não ser fugindo de um cão raivoso. A imparcialidade jornalística é uma grande mentira! Folheando a **BERRO**, não será muito difícil perceber de que lado estamos. Não vamos nos calar; pelo contrário, mais do que nunca, vamos berrar! Vida longa à **Revista BERRO**!

"Quem não se arrisca, não pode berrar." (Torquato Neto)

Berreiro

3. Pires na mão

Das dificuldades de ser imprensa alternativa

4. Entrevista

Pedro Eckman: Coordenador do Intervozes

6. Reportagem

Democratizar a comunicação para garantir a democracia real

10. Artigo

O que faremos do que fizeram de nós

12. Impressões Mundanas

A violência legitimada e a seletividade midiática

13. Lusco-Fusco

Berrare humanum est

14. Cultura

Papo de bêbo: os melhores bares de Fortaleza

15. Berro HQ!

Bode Berro é entrevistado para a nossa vaga de porteiro

16. Lambe-lambe

Igor Grazianno: Beira-Mar

Berradores

Revista BERRO | revistaberro.com | revistaberro@revistaberro.com Twitter: @revistaberro | Facebook: RevistaBerroCE

Tiragem: 3.000 exemplares

Impressão: Expressão Gráfica e Editora

BERRO é uma publicação alternativa. Aos poucos, você vai se acostumar com ela. Ou não! Os textos assinados, quadrinhos, charges e fotos são por conta e risco de seus autores, não refletindo necessariamente a opinião da revista.

Sonhador irresponsável (Editor)

Artur Pires | artur@revistaberro.com

Boêmio da madrugada (Editor de Cultura)

Thiago Zé | thiagoze@revistaberro.com

Rapaz da informática (Editor de Arte / Ilustrador)

Rafael Salvador | rafaelsalvador@revistaberro.com

Poeta tocador de pífano (Editor de Literatura)

João Ernesto | jernesto@revistaberro.com

Colaboraram para esta edição:

Artigo

Mário Albuquerque | mariomalbuquerque@gmail.com

Lambe-lambe

Igor Grazianno | igorgrazianno@gmail.com

Pires na mão

Das dificuldades de ser imprensa alternativa

Esta página aqui, a três, será dedicada à seção "Solta o berro", onde serão publicadas as críticas, xingamentos, sugestões, contribuições e rasgações de seda (por que não?) dos nossos leitores! No entanto, como nessa primeira edição ainda não temos críticas ou rasgações de seda (buááá!), vamos usar este espaço para um texto "pires na mão", ou, como queiram os amigos da comunicação, "boné dando a volta no recinto".

Quem acompanha a imprensa alternativa sabe que trabalhar com comunicação independente é uma tarefa espinhosa, principalmente no que se refere à captação de verbas, recursos, jabá. E ainda mais para uma revista de distribuição gratuita — isso mesmo, de graça! —, como a BERRO. Ou seja, conosco — que estamos vendendo o almoço pra comprar a janta! — a realidade não é diferente. A situação está tão difícil, mas tão difícil, que as formigas lá da redação já se adaptaram à escassez de açúcar e estão atacando é o sal! Não está fácil pra ninguém!

Para a presente edição, conseguimos o apoio financeiro da Associação dos Funcionários do Banco do Nordeste do Brasil (AFBNB) e do Sindicato dos Docentes das Universidades Federais do Estado do Ceará (ADUFC) para essa tiragem de três mil exemplares. A revista só está agora, na suas mãos, porque estas duas entidades botaram fé no nosso trampo. A gente agradece a confiança! Não fosse isso,

estaríamos ainda pelejando, batendo de porta em porta, mendigando ajuda...

É aí que entra o ponto aonde queríamos chegar. Não é qualquer ajuda, não é qualquer apoio. Não estamos dispostos a "vender a alma" ao diabo. "Nem a Deus!", nos berra aqui o Bode Berro. Grandes empresas não nos representam! Sindicatos e associações pelegas não nos representam! Partidos políticos não nos representam — ainda que saibamos que há atores políticos de luta dentro de algumas dessas organizações de esquerda.

E como vamos fazer para nos financiar? A verdade é que nem a gente sabe ao certo. Como toda imprensa alternativa que se preze, não sabemos patavina nenhuma dessas autoajudas de "como administrar bem o seu empreendimento". Somos amadores na arte de captar recursos e gerir financeiramente alguma coisa. É isso o que somos: uns amadores! Uns sonhadores!

É aí que vocês entram: seja pessoa física ou jurídica (sindicatos, associações e organizações não governamentais de luta contra-hegemônica, além de trabalhadores autônomos e microempreendedores — o tiozinho da banca da praça, a tiazinha do mercadinho do bairro), vamos precisar — e muito! — das suas ajudas! Por outro lado, vamos caminhando, pensando em maneiras de financiamento coletivo, como o crowdfunding, participação em editais, entre outras. Vamos analisar também a viabilidade de expor apoios e patrocínios na nossa página na internet (revistaberro.com). Mas jamais sem perder de vista a filtragem ideológica de "qual apoio nós queremos" e "quem está nos apoiando".

Por enquanto é isso! Ajuda nós aí, mas sem pena! Porque com pena a gente não quer nem de graça!

Ajude a
Revista Berro a
financiar suas
edições, que no
momento a gente
não tem nem o da
merenda!



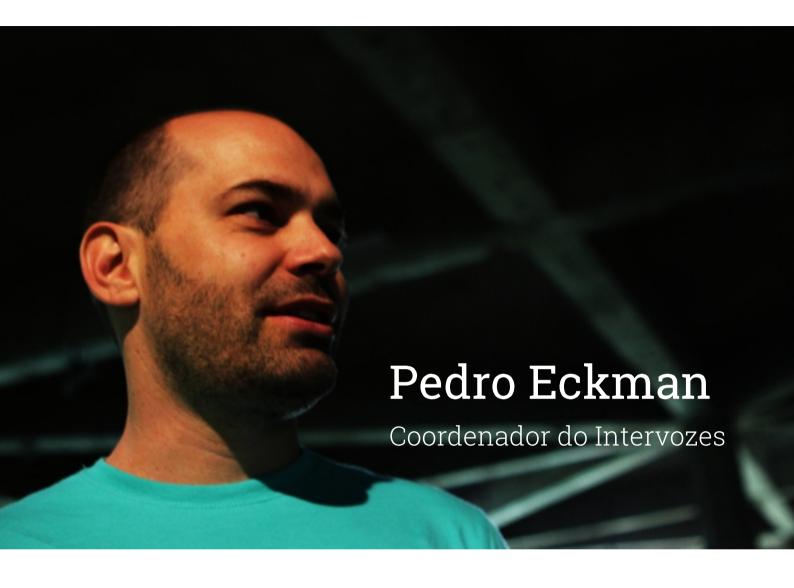
Chama a galera pra fechar as intera!



Visite a página

revistaberro.com/ajudeaberro e saiba mais como você pode nos ajudar com doações, patrocínio ou com outras formas de apoio

Entrevista



A democratização da comunicação é fundamental para a consolidação da democracia."

O coordenador do *Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social*, Pedro Ekman, conversou com a *Berro* sobre democratização da comunicação, verbas publicitárias federais, liberdade de imprensa, *Ley de Medios* argentina, Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), entre outros assuntos. Pedro é formado em Arquitetura pela Universidade de São Paulo (USP) e foi produtor de conteúdo de duas temporadas do programa *A Liga*, da TV Bandeirantes. No *Intervozes*, roteirizou e dirigiu o curtametragem *Levante sua voz*, produzido pela organização.

Por que é preciso democratizar a comunicação no Brasil? Como está esse processo noutros países do continente?

A democratização da comunicação é fundamental para a consolidação da própria democracia. A concentração existente no mercado de comunicação restringe as idéias em circulação. O problema é que a comunicação historicamente foi tratada em nosso país como uma questão comercial e não como um direito. Para democratizar, precisamos mudar essa concepção atualizando nosso marco regulatório com instrumentos que garantam efetivamente um direito que hoje está vedado à grande maioria.

A Europa já tem longa tradição no combate aos monopólios, possuindo legislações com eficiente regulamentação do setor de comunicação. No continente americano, essa história começou a ser escrita mais recentemente, com destaque para o que Equador, Bolívia, Argentina e Uruguai vêm fazendo. Esses países se referenciam nos padrões internacionais para rever suas leis sobre o assunto e criar condições mais justas e democráticas de se efetivar o direito descrito no artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos.

Quais os principais entraves que emperram um debate mais amplo sobre a democratização da comunicação no Brasil?

As principais barreiras impostas ao debate de uma comunicação democrática são colocadas justamente pelos grandes grupos empresariais de comunicação. Esses grupos são contrários à criação de um ambiente mais competitivo e plural, pois abrir espaço a novos atores significa perder parte do espaço que possuem hoje.

Desta forma, esses grupos vão confundir o conceito de liberdade de imprensa, definindo em seus noticiários toda proposta de regulamentação de mercado como censura ao conteúdo que produzem. Essa confusão é criada para se impedir que o assunto venha a ser debatido a sério e a fundo, pois ela intimida o governo e qualquer um que toque no assunto com a ameaça de ser considerado como um suposto censor autoritário avesso a críticas.

O Brasil poderia beber da "Ley de Medios" argentina?!

Sim, o próprio Relator Especial da ONU para a Liberdade de Expressão, Frank La Rue, considera a lei argentina uma referência para o continente e para o mundo. Essa le trabalha a comunicação como direito abrindo espaços para a comunicação comunitária e pública. A lei divide em tamanhos iguais o espaço que esses dois tipos de comunicação vão ocupar junto com a comunicação

comercial já existente. Ela cria uma agência independente de fiscalização e uma defensoria do público entre outras medidas democratizantes

Qual o papel da imprensa alternativa nesse processo de contra-hegemonia midiática?

A imprensa alternativa cumpre um papel fundamental nesse contexto. Os grandes grupos empresariais vão tentar impedir o debate, pois terão seus interesses comerciais contrariados. Uma imprensa que não tenha o lucro como principal objetivo pode fazer esse debate com a independência necessária.

Qual a explicação para o governo federal destinar mais de 70% das verbas publicitárias para a imprensa empresarial?

O fato da comunicação nacional estar estruturada em monopólios confere aos grupos empresariais não apenas muito poder econômico, mas também muito poder político. A distribuição de verbas publicitárias é uma das formas de se relacionar com esse poder.

O correto seria não existir publicidade oficial e apenas campanhas de interesse público veiculadas gratuitamente. Considerando o fato de que existe publicidade oficial e de que muito dinheiro é gasto com isso, o governo deveria equacionar melhor a distribuição, pois se for considerar apenas o alcance que a publicidade terá, vai apenas alimentar a lógica de concentração.

Há uma campanha nacional nessa seara do direito à comunicação. Fale um pouco sobre ela.

A campanha "Para Expressar a Liberdade" reúne diversas organizações da sociedade civil, e entre elas o Fórum Nacional Pela Democratização da Comunicação (FNDC). A campanha tem como objetivo justamente organizar a sociedade civil para debater e propor um novo marco regulatório para as comunicações brasileiras. Como o governo federal recentemente declarou que não irá fazer qualquer movimento nesse sentido, a campanha decidiu elaborar um projeto de lei de iniciativa popular e ir às ruas coletar um milhão e quinhentas mil assinaturas para finalmente abrir o debate sobre essa questão ao mesmo tempo tão importante, sabotada e negligenciada em nosso país.



NO SITE Vito Gianotti fala sobre comunicação alternativa, criminalização dos movimentos sociais pela mídia empresarial e democratização da comunicação. http://goo.gl/cr04iT

Democratizar a comunicação para garantir a democracia real

Por Artur Pires Fotos: Rafael Salvador

Os meios de comunicação são atualmente uma ferramenta imprescindível na disputa por posições no campo da hegemonia ideológica e, consequentemente, para a manutenção da ordem simbólica, sócio-econômica e política vigente. No Brasil, a comunicação está nas mãos de um oligopólio formado por grupos empresariais de poucas famiglias, que detêm o controle majoritário da produção, da distribuição e da veiculação do conteúdo midiático nacional. Para completar o quadro de terror, essa mídia ainda dita, à sua maneira mercadológica, padrões culturais e de comportamento atrelados à lógica da supervalorização do dinheiro e do consumo.

Para o coordenador executivo da Associação Mundial das Rádios Comunitárias (AMARC- Brasil), João Paulo Malerba, "sem um cenário midiático plural é impossível garantir os pressupostos básicos da democracia". Malerba, que também é jornalista e doutorando em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), defende que "a luta pela democracia envolve a luta por um maior equilíbrio de vozes na sociedade".



De acordo com Raquel Dantas, jornalista e integrante do *Intervozes*, organização formada por ativistas e profissionais de Comunicação Social e outras áreas, com membros espalhados em 15 estados brasileiros e no Distrito Federal, "esse sistema (de comunicação no Brasil) foi formado com grande interferência de poderosos grupos econômicos amparados pelo regime militar nos anos 60. Temos hoje o sistema de radiodifusão controlado por pouco mais de 10 grupos, entre famílias e igrejas".

Obviamente, a mídia empresarial empreende sua tarefa de manter essa concentração de modo obscuro e eficaz: vende diariamente mentiras em seus noticiários contra movimentos sociais, organizações de trabalhadores e iniciativas populares ao tempo em que hipnotiza o grosso da população com programação que atende aos anseios e modos de comportamento da sociedade do espetáculo. "A imbecilidade acha que tudo está claro quando a televisão mostra uma imagem bonita, comentada com uma mentira atrevida. A alienação do espectador em favor do objeto contemplado se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive" (Guy Debord, *A sociedade do espetáculo*).

À menor tentativa de democratizar os meios de comunicação, o oligopólio midiático brasileiro reage enfurecido e acusa os militantes da democratização de serem contra a liberdade de imprensa. O que essa mesma imprensa não fala e faz questão de esconder é que, em diversos países ao redor do mundo, como Reino Unido, Alemanha, França, Espanha, Argentina, Uruguai, Equador, Bolívia, entre outros, há órgãos reguladores de

comunicação, que atuam, principalmente, no combate à concentração e na regulação do conteúdo.

Autor de diversos livros, entre os quais *Comunicação Sindical - Falando para milhões* e fundador do Núcleo Piratininga de Comunicação (NPC), entidade com sede no Rio de Janeiro que promove cursos com foco na democratização da comunicação, Vito Giannotti analisa que a mídia empresarial age dessa forma "porque o seu intento é criminalizar, condenar, pedir o extermínio de todo movimento contestador".

Vale ressaltar que há uma lista disponibilizada com os donos de rádio e TV no Brasil (http://goo.gl/UeN6NF). Nela, 56 deputados e senadores aparecem como sócios ou têm parentes no comando de emissoras de rádio e televisão. De acordo com o coordenador da AMARC-Brasil, "isso contamina toda a discussão sobre a democratização dos meios de comunicação, pois os parlamentares têm todo o interesse que as discussões não avancem e as leis continuem desatualizadas, favorecendo o chamado 'coronelismo eletrônico', poderes locais e regionais garantidos pelo monopólio local dos meios de comunicação".



Outra comunicação é possível

Toda relação de comunicação é também uma relação de poder, disse Bourdieu, teórico francês. Dessa maneira, "é enquanto instrumentos estruturantes e estruturados de comunicação e conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem a função política de instrumentos de imposição e de legitimação da dominação de uns sobre outros, a violência simbólica legitimada" (Pierre Bourdieu, *O poder simbólico*). É o que Weber chamava de "domesticação dos dominados".

Então, o que fazer? "Comunicação é um direito humano. E isso pouca gente compreende como tal. Saúde, educação, moradia são questões recorrentes quando se pensa em direitos. Comunicação quase nunca entra na lista. Por isso o debate sobre o tema é tão complicado", ressalta Raquel.

A Argentina, com a *Ley de Medios*, aprovada ainda em 2009, e vigorando integralmente desde o ano passado, mos-

trou que é possível caminhar no sentido de democratizar a comunicação, de desbaratar oligopólios, de dar voz a diversos setores sociais historicamente marginalizados do processo comunicacional. Um dos principais objetivos da nova legislação argentina é criar mecanismos para combater a concentração midiática. O processo democrático da construção da lei de comunicação argentina foi referendado, inclusive, pela relatora especial sobre Liberdade de Expressão da Comissão Interamericana de Direitos Humanos da Organização dos Estados Americanos (CIDH/OEA), Catalina Botero, e pelo relator especial sobre Liberdade de Expressão e Opinião da ONU, Frank La Rue.

No Brasil, após inércia de mais de dez anos dos governos Lula e Dilma nessa seara, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) está à frente da campanha "Para Expressar a Liberdade" (paraexpressaraliberdade.org.br), que pretende enviar ao



Congresso um projeto de lei de iniciativa popular que verse sobre democratização da comunicação a partir do recolhimento de um milhão e meio de assinaturas, no mesmo molde de como surgiu a Lei de Ficha Limpa.

Vale ressaltar também que, no final de abril, após forte pressão e mobilização de entidades e ativistas que militam pelo direito à comunicação, a presidenta Dilma Rousseff sancionou o Marco Civil da Internet, igualmente chamado de "Constituição da web", com a garantia da neutralidade da rede (ou seja, os provedores que ofertam o serviço não podem fazer diferenciação entre os internautas, no estilo "quem paga mais, tem mais velocidade de acesso").

À parte a luta dentro dos limites institucionais e legalistas, outra saída para a democratização da comunicação no país é fortalecer a imprensa alternativa e comunitária. Para Malerba, "as mídias comunitárias surgem como uma possibilidade de que novos sentidos sejam agenciados nas esferas de negociação do poder: indivíduos historicamente

excluídos do processo comunicacional têm a chance de que suas demandas passem a circular na sociedade através de suas próprias enunciações". Giannotti é taxativo: "É preciso perder as ilusões de ter um espaçozinho na 'grande mídia' e criar todo um mosaico de instrumentos de comunicação, do rádio à tevê, do jornal ao cinema, das músicas à revista. Usar tudo: camisetas, broches, bandeiras, faixas e todo o arsenal da internet, da página ao blog, do boletim eletrônico ao Facebook, de um filme no Youtube a um festival de samba, rock ou funk. Tudo".

Segundo Raquel, a importância da imprensa independente se dá também porque ela "dificilmente irá repetir discursos, porque essa comunicação surge justamente da necessidade de algo que não se diz, algo que não se discute, outros olhares que não são oferecidos. A comunicação pode desencadear grandes revoluções: culturais, políticas, sociais. É dar ao povo o que deveria ter sido dele desde o princípio". Oxalá!





Artigo

O que faremos do que fizeram de nós

Por Mário Albuquerque Ilustração: Rafael Salvador 1964 definitivamente passa a figurar como data-marco da história da formação (ou deformação) do Brasil como país, fazendo companhia a 1500, 1808, 1822, 1889, 1930 e 1988, independentemente dos juízos de valor que se tenha a respeito, que não são poucos, como é comum a acontecimentos alicerçantes como foi 64.

E por quê? Porque a intervenção estatal durante a ditadura que sobreveio ao golpe foi de tal magnitude que talvez tenhamos perdido para sempre a possibilidade do Brasil ainda vir a ser o país sonhado pelos seus melhores pensadores e formuladores, como Anísio Teixeira e Darcy Ribeiro, para ficar só nesses exemplos, para quem, no caso do segundo, o Brasil "não deu certo". Não deu certo para o seu povo, fique claro, pois tem dado maravilhosamente certo para os "ganhadores de dinheiro", que é o que são os "nossos capitalistas", da agora cada vez mais modernizante "Casa Grande & Senzala".

É, talvez 64 tenha sido a última atualização desse esquema "modernizante conservador" pela via bonapartista à brasileira. Será que os tempos vindouros nos farão olhar 64 com outros olhos

menos repulsivos? Sim, porque a esquerda, ou sua parte hegemônica, parece não ter propostas para além do receituário popular. E os liberais, que poderiam ser uma saída interessante, sempre terminaram reféns da direita tupiniquim, que, sabemos, começa com a versão chimpanzéinteligentzia (em 64 com Castelo, Geisel e Golberi) e terminam na versão gorila-porrada (com perdão dos gorilas ditos animais), dos Médicis, Silvios Frotas, Miltons Tavares e outros muitos da mesma espécime (vide "Planeta dos Macacos", uma boa livre-leitura zoológica dos golpes militares latino-americanos).

É, porque o povão, cansado de tanto descaso desde a "libertação" dos 300 de escravidão, parece que encontrou seu caminho, para desgosto da nossa "boa esquerda", caminhos em tudo assemelhado aos nossos "ganhadores de dinheiro" (recuso chamar essa gente de "elite"), que dão o exemplo desde cima aos de baixo.

Aqui retomo, para fechar: será que os tempos vindouros nos farão olhar 64 com outros olhos menos repulsivos? Sim, porque se você analisar bem, aqueles caras mais filhos da puta de 64, à direita e à esquerda, tinham uma proposta salvacionista para o

país, por caminhos tronchos pra cacilda, mas tinham. E agora, o que temos, senão descaminhos de um livre mercado liberticida que se transforma em genocida, em país da periferia do sistema como o nosso, ou de um mero distribuidor assistencialista das migalhas, a ponto de um programa reformista de João Goulart fazer corar de vergonha o MST?

Nesses 50 anos do golpe civil-empresarial-militar e de ditadura militar, devemos buscar respostas para a clássica questão: o que vamos fazer do que fizeram de nós? Um país metido a cem varas num modelo econômico voltado unicamente para servir aos interesses do capital financeiro internacional baseado na produção de bens supérfluos e de alto luxo? Diferentemente do que pensávamos nos anos 60, tudo pode acontecer. Ou nada.

Mario Albuquerque é ex-preso político e consultor em memória da Associação 64/68 — Anistia



NO SITE Alexandre Mourão (Aparecidos Políticos) fala sobre memória, verdade e justiça para os manifestantes do presente e dos que viveram a ditadura brasileira. http://goo.gl/tVSLDW

A AFBNB ao lado dos trabalhadores!

Gestão Autonomia e Luta 2014/2016 Luta Autonomia Confiança Coerência Desenvolvimento Isonomia Participação

OAFBNE Dignidade Companheirismo

Companheirismo Igualdade Justica Compromisso Transparência Respeito Ética Vitória



Isonomia de tratamento
Fim do assédio moral
Fim do trabalho gratuito
Reposição das perdas salariais
Dignidade previdenciária e de saúde
Recuperação do Plano BD (Capef)
Revisão do Plano de Cargos e Remuneração
PLR linear

Convocação dos concursados
Fim das terceirizações
Reintegração dos demitidos
Contra as medidas abusivas da Camed
Aumento do Capital Social do BNB
Novas fontes de recursos para o BNB
Reafirmação do BNB como
instituição de desenvolvimento





A violência legitimada e a seletividade midiática

Por Artur Pires

Anote aí: ainda hoje, em qualquer noticiário midiático, de qualquer parte do Brasil, você, leitor/ouvinte/telespectador/internauta, tomará ciência de mais um caso da violência que assola o país. As consequências da guerra civil que impera no cotidiano brasileiro são diariamente retratadas na mídia burguesa, que conta ainda com a espetacularização e a "venda" dessa tragédia nos programas policialescos.

Mas e as causas? Sim, e as causas dessa violência desenfreada? Ah, essas são propositalmente escanteadas. Não é do interesse da mídia empresarial discutir os porquês da escalada da violência no país, uma vez que se se propusesse a levantar o debate em torno dessa questão, se chegaria à conclusão de que o maior responsável pela barbárie social brasileira é o modo de produção baseado no dinheiro e no consumo, que aprofunda desigualdades e cria duas realidades sociais: a dos que têm e a dos que não têm.

A sociedade brasileira legitimou e, pior ainda, naturalizou a mais cruel das violências: a da exclusão. Nesse exato momento, enquanto se lê essas linhas, há milhões de brasileiros morando em barracos de pau, papelão e lona nas inúmeras favelas que grassam pelo país; milhões de brasileiros dormindo em cima de papelões, embaixo de marquises e viadutos; milhões de brasileiros catando lixo para comer e sobreviver, disputando seu café-da-manhã, almoço e janta com gatos e cachorros em feiras, praças e calçadas. O mais aterrador de tudo isso: esses brasileiros são vistos diariamente nas ruas, sinais de trânsito e praças das grandes cidades, mas ainda assim permanecem invisíveis aos olhos dessa sociedade marcada por contrastes. Esta mesma sociedade que, quando muito, dá um trocado para o pretinho que faz malabarismos com bolinhas no semáforo e em seguida ruma para casa convicta de que fez sua "boa ação".

A tragédia da exclusão, da desigualdade e da miséria é escandalosamente ignorada pela mídia empresarial. Quando vem à tona, emerge sob a forma da criminalização da pobreza. Para a mídia burguesa, o bandido no Brasil tem cor, classe social e residência: é preto, pobre e mora na periferia. Ao Partido da Imprensa Golpista (PIG), é necessário construir este estereótipo do criminoso para sombrear a real causa da violência. É por isso que mídia e sociedade civil aplaudem quando a PM invade favelas e mata traficantes – muitos destes já rendidos - e extermina à revelia moradores que não têm participação nenhuma nessa guerra. É por este mesmo motivo que mídia e sociedade cantam loas à invasão de morros cariocas pela Polícia e pelas Forças Armadas.

Agora, dizem eles, essas comunidades "viverão em paz e libertas do tráfico". Primeiro, paz sem voz, não é paz, é medo, já diria o Rappa. Segundo, libertas do tráfico? Ora, o tráfico continua a existir abertamente, com a diferença de que agora a PM abocanha parte generosa do lucro da atividade, que antes era exclusivo aos traficantes. Mas isso, ah, isso não é motivo de pauta para a mídia vendida. À imprensa burguesa, é bem mais pertinente aplaudir as UPPs e referendar a domesticação das comunidades invadidas aos padrões do *status quo* vigente.

Enquanto se lê essas linhas, centenas – quiçá milhares – de brasileiros que moram em favelas, principalmente jovens negros, estão sendo mortos, seja por disputas entre gangues rivais, seja pela PM (a polícia brasileira é a que mais mata no mundo; mais do que o Exército fascista de Israel e o governo sírio juntos). É como diz o Racionais MC's, "assustador é quando se descobre que tudo dá em nada e que só morre o pobre". Esses jovens são, ao mesmo tempo, causa e conseqüência de uma violência legitimada pelo Estado e endossada pela sociedade. Mas ninguém os vê. Afinal, eles estão lá, no outro Brasil, aquele da miséria, da indignidade, da invisibilidade. A sociedade não se importa com o banho de sangue diário, com a tragédia cotidiana pintada em vermelho nas periferias brasileiras. Não há comoção nacional para esses casos.

Mas experimente um desses jovens se revoltar com sua realidade miserável e violenta, resolver enfrentar o estado das coisas e partir para o confronto direto, armado. Experimente esse jovem assaltar e, pelo calor das circunstâncias, matar um classemediano. Ah, certamente a mídia, com seu moralismo reacionário e seletivo, dedicará editoriais e mais páginas de seus veículos para denunciar a violência no Brasil, usando, como exemplo, o caso do "bandido" que assassinou o "trabalhador". O caso se transformará rapidamente em comoção nacional. Pessoas comentarão nas ruas, nas paradas de ônibus, à espera do metrô e, assim, a criminalização da pobreza será cada vez mais incorporada ao ideário e ao imaginário coletivo da sociedade brasileira.

Vale deixar bem claro aqui (muito claro mesmo!) que não se está defendendo a morte de quem quer que seja, seja ele rico, pobre, preto ou branco. Ou, muito menos, fazendo-se apologia ao crime. O que se traz à reflexão e se tenta desconstruir é esse discurso midiático altamente seletivo e moralizador, que filtra por classe social e etnia as mortes que quer mostrar, bem como seleciona, também por classe social e etnia, os "bandidos" que quer apresentar à sociedade. A morte de pobre apenas é destaque na imprensa convencional quando morrem, de uma vez só, mais de cinco. E sabe por quê? Porque chacina rende audiência, chacina "vende". Ou então quando é integrante de algum programa global...

Enfim, é fundamental que paremos de pensar a violência no Brasil presos ao padrão global, à la Capitão Nascimento, ou à hipocrisia dos lixos televisivos policialescos. É importante que analisemos essa questão a partir do profundo fosso social que aparta os inseridos a essa sociedade dos marginalizados por esse mesmo tecido social. Há, na verdade, bem antes dos atos violentos que tomamos conhecimento no noticiário, uma violência e uma omissão simbólicas, mas também reais, brutais e devastadoras, praticadas todos os dias contra o povo pobre - legitimadas pelo Estado e assinadas embaixo pela sociedade civil. A questão da violência vai muito além do maniqueísmo "mocinho(a)" da classe média x "bandido(a)" da favela, que a mídia, a todo momento, nos impõe. Como diria a sabedoria popular, o buraco é mais embaixo! E como é!



NO SITE Artur Pires lembra das várias vidas violentamente interrompidas em comunidades carentes, e indaga sobre o porquê de ninguém se importar. http://goo.gl/V3MlBj

Berrare humanum est

Por João Ernesto

nossos pais cegaram nossa geração de forma sorrateira trocaram nossas dúvidas por certezas e nos deixou certos de quase nada

nossos pais chegaram tarde pra compreender as nossas reais necessidades.

Compraram o direito de cobrança eterna amém.

Cobraram que fôssemos aceitos pelo contrário nada seríamos.

Quiseram a nossa aceitação por uma maioria transtornada

e às avessas.

Não podia dar outra.
Implodimos e fomos o outro,
o berro,
o oposto dos ourives ordinários.
O contrário
do contente acomodado.

Formal é o mote A poesia é o bote.

O que a gente acredita que é poesia é justamente o contrário. Qualquer certeza sobre ela, de onde ela vem, pra onde ela vai, é inútil. A poesia é a não certeza das coisas. Deepoesia, o mergulho no profundo, no que nos afasta e nos aproxima dos outros animais. Poesia pode querer dizer alguma coisa, pode também não dizer nada e ao mesmo tempo dizer tudo. O número da poesia é um oito deitado. Quando ela quer dizer a mesma coisa que está no papel, ou quando ela vem pra nos agradar, o silêncio é de melhor grado.Poesia, no mínimo, é 1+1=3. Discursem os políticos, os apresentadores de televisão e os doutores, esses nunca serão poetas. A concordata dos acomodados é o silêncio ou o discurso dos contentes. O berro é justamente a vontade de espernear, de sair da eterna zona de conforto que tentam nos impor como o normal. Poesia sendo o espaço que existe entre o nosso umbigo e o mundo. Que o mundo seja sempre muito maior do que nossa imaginação, que a troca de ideias seja sempre mais importante do que qualquer ideia, que os poetas tenham a possibilidade de esculpir no mais duro coração de pedra uma dúvida... de Zé Pelintra a Torquato Neto, que os poetas abram caminhos ao invés de ladrilhar estradas



Cultura

Papo de bêbo

A mesa de bar e o que ela nos traz

É na mesa de bar que nos desnudamos inteiramente, mais do que em qualquer divã ou motel. Porque quando estamos lá, a cada gole, tiramos uma peça de roupa das amarras invisíveis que nos prendem. A cada trago goela abaixo, vamos nos revelando mais autênticos, mais livres, mais... nus!

É com este objetivo – que fiquemos cada vez mais nus! -, que a *Berro* traz para vocês uma despretensiosa listinha com quatro bares que julgamos rochedas e que merecem uma visitinha! Degustem! Pode ser que na próxima edição a gente traga mais alguns outros. Agora, dá licença que o Bode Berro já está aqui nos cutucando pra tomar umas! Tin-tin! Saúde!



Churrasquim da Lenusa

Rua Enfermeiro Joaquim Pinto, 179 — Cidade dos Funcionários

Não é mais novidade para ninguém a proliferação de churrasquinhos pela cidade. Tem para todos os gostos! Do siamês ao angorá, do persa ao pé-duro, o fato é que em tudo que é canto de Fortaleza você pode se deparar com um churrasquinho de gato em alguma esquina. A concorrência é dura, mas o Churrasquim da Lenusa, na Cidade dos Funcionários, entra na nossa respeitável e despretensiosa listinha pelos seus diferenciais: mesas e cadeiras no meio da rua, uma vizinhança mó limpeza, cerveja "véu de noiva" estupidamente gelada e um baião de dois divinamente saboroso. Sem falar que você escolhe a música que quer ouvir: é só levar seu pen drive com as musgas e esperar sua vez. À parte o churrasquim, que funciona de quinta a sábado, a Lenusa está aberta diariamente, a partir das 6 horas da manhã, já com caldim de caridade, canja, tapioca, panelada, marujim, lasanha... Vale a conferida!

Caribe

Rua Frederico Borges, 430 - Varjota

Esse está na nossa listinha porque já salvou muita gente no fim de noite. Quando a noitada está acabando e os primeiros feixes de sol anunciam o novo dia - e ainda assim você quer continuar na bebedeira, o Caribe é sal! Também conhecido como bar dos bruxos, lá você ainda pode se deliciar com um brega ou um forró vindo diretamente dos teclados. A cerveja quase sempre é geladinha. De rango, a *Berro* não se julga apta a indicar nenhum, até porque nas vezes em que estivemos por lá, a última coisa que queríamos era comer, se é que nos entendem! Vida longa ao Caribe! Há anos salvando noites!

Bar do Ferro Velho Rua Confúcio Pamplona, 352 — Benfica

Coexistem no Benfica os ambientes universitário e boêmio. O segundo consequente do primeiro e, diríamos até, inerente. E se é pra falar de universidade e boemia tem que chamar o Ferro Velho pra conversa. O bar tem como atrativo paralelo à cerveja gelada e à comida boa e barata, a hospitalidade e intimidade que ele gera em quem pisa por lá. Poucos bares completam o Benfica como esse, em tempo integral, sempre pronto pra oferecer um baião de dois, uma moela, ou uma moqueca de arraia magníficos na hora do almoço, ou a cervejinha sentado nas mesas ao ar livre no final da tarde ou até, para os autênticos boêmios, a cervejada acompanhada do burrim noite adentro. Desde a simpatia dos gueridos donos do espaço, dona Leide e seu Paulo, passando pelo garçom mais limpeza da galáxia, o Tom, ao impecável cardápio com preco acessível aos assíduos - e lisos - frequentadores universitários, o bar proporciona o que todo mundo procura depois de um dia de aula ou trabalho desgastante: conforto, tranquilidade e boas vibrações. Para quem quer conhecer a energia benfiquense, não pode deixar de passar nesse aconchego de lugar!

Gato Preto

Rua Instituto do Ceará, 7 - Benfica

Situado no Benfica, o Gato Preto é daqueles bares que, à primeira vista, pode parecer descuidado ou *underground* demais. Mas quem disse que ele não é? Aliás, é exatamente esse ar de "não tô nem vendo ó" que faz dele um dos melhores bares da cidade pra conhecer gente boa, escutar músicas rochedas e tomar uma cerveja gelada. É um aconchego só! Sem falar que tem também o diferencial de se poder beber no meio da rua, ao ar livre, e sempre a poucos metros para se escorar em algum canto e torrar um. Vale dizer também que o dono, o Mansuelo, com seu jeitão tranquilo, é dez anos! (Depois dessa, o Bode Berro está pedindo uma conta vitalícia, hein?).

Berro HO!

Bode Berro e sua primeira entrevista de emprego

Argumento e RoteiroArtur Pires e Rafael Salvador

Arte

Rafael Salvador

















