

CARTAS



■■■■ Biodiesel - 1

Como ex-aluno da Unicamp (Faculdade de Engenharia Elétrica e de Computação), sinto orgulho ao ver que a Unicamp está gerando continuamente conhecimento e tecnologia de ponta, e que irá dar ao Brasil muitas alternativas práticas como esta do biodiesel, num momento em que o ecossistema começa a cobrar soluções que salvem a Terra de um desastre [“Unicamp desenvolve e transfere tecnologia para geração de biodiesel”, edição 355]. Soluções como esta são fundamentais para que o futuro seja de otimismo e esperança. Parabéns à equipe que desenvolveu mais esta grande conquista.

Paulo Massayoshi Kubota,
engenheiro eletricista

■■■■ Biodiesel - 2

Mais uma vez a Unicamp sai na frente e oferece à sociedade um produto saído diretamente de seus laboratórios. Meus parabéns a todos que estiveram envolvidos no projeto.

José Roberto Bigelli

■■■■ Bomba de sangue

Nós da Fundação Adib Jatene/Instituto Dante Pazzanese de Cardiologia gostaríamos de elogiar e agradecer a excelente reportagem sobre a bomba de sangue em desenvolvimento. Atenciosamente,

Aron Andrade,
engenheiro do Instituto
Dante Pazzanese de Cardiologia

■■■■ Turismo

Gostei muito da matéria sobre a fraca competitividade do turismo brasileiro [“Entre o amadorismo, o lúdico e o precário”, edição 355]. Como diretor da Federação Brasileira de CVB's, entidade que colabora com o Ministério do Turismo e a Embratur, e como palestrante especializado no tema do turismo como força estratégica, conheço bem as dificuldades e os gargalos do setor. Entretanto, é preciso reconhecer que nos últimos quatro anos muita coisa mudou e as perspectivas para os próximos anos, como muito bem reconheceu a matéria, são as melhores. Hoje já é comum encarar o turismo como um grande impulsionador da economia e gerador de emprego e renda.

A proliferação dos Convention & Visitors

Bureau no Brasil, entidades privadas sem fins lucrativos, que passaram de 10 em 1998 para 72 atualmente, são uma prova de que a iniciativa privada está se organizando e pensando a atividade turística com muito mais profissionalismo. Falta agora, como a matéria informa, resolver as questões de infra-estrutura que formam os gargalos que impedem o crescimento sustentável do setor. Apesar das dificuldades, nós em Campinas já encaramos o turismo como um negócio sério e de grande impacto econômico há muitos anos. Parabéns pela reportagem.

Rui Carvalho,
gerente executivo do
Campinas e Região CVB

■■■■ Parto de cócoras

Fico feliz com o sucesso do médico Hugo Sabatino e com o reconhecimento de seus estudos sobre o parto de cócoras [“Acordo com espanhóis na área de parto de cócoras é renovado”, edição 355]. Tive dois filhos através do parto de cócoras no Caism, o último deles ocorrido na semana passada. Trata-se de um método natural e saudável. Meus dois partos foram muito gratificantes para mim e para meu marido, que se envolveu com o processo desde o início.

Sylvia C. de Azevedo Vitti

■■■■ Mídia - 1

Excelente o estudo que gerou a matéria “Tese revela como mídia infantil forjou cultura evangélica no país” [edição 353]. Gostaria de saber sobre a publicação desta tese, editora e previsão de lançamento.

Valéria Campos,
professora

■■■■ Mídia - 2

Sou estudante do curso de Administração da Universidade de Fortaleza. Tenho 26 anos, sou casado e evangélico. Parece ser muito interessante a pesquisa da historiadora Karina Kosicki Bellotti sobre a influência da mídia evangélica. O estudo parece não tratar da religião em si, mas dos processos e meios para a difusão da “marca de Cristo”.

João Paulo Costa Neto

■■■■ Mídia - 3

Parabenizo a pesquisadora Karina Kosicki Bellotti pelo enfoque dado ao seu estudo. Como evangélico, conheci um pouco mais das origens, no Brasil, da fé professada por mim e por meus familiares.

Rafael C. M. de Souza

■■■■ Mídia - 4

No parágrafo final da matéria “Tese revela como mídia infantil forjou cultura evangélica no país”, há referência a uma suposta contradição por parte das igrejas evangélicas. Mas não há contradição nenhuma. O que essas igrejas condenam (porque a Bíblia também condena) é a adoração de imagens, como se elas fossem a própria divindade. Quando as evangélicas usam a mídia e/ou recursos audiovisuais estão apenas propagando a mensagem bíblica, e não ensinando ou incentivando qualquer adoração de qualquer imagem que seja. Elas estão ensinando e incentivando a adoração apenas ao próprio Deus.

Ricardo Maçola Ferreira

■■■■ Mídia - 5

A afirmação da pesquisadora Karina Kosicki Bellotti sobre a suposta “contradição por parte das igrejas evangélicas que utilizam a mídia para transmitir seus conceitos e doutrinas”, explicada por ela com o fato de “os evangélicos condenarem explicitamente o uso ou adoração de imagens, mas se valerem cada vez mais de recursos audiovisuais para ampliar sua mensagem”, reflete seu desconhecimento a respeito dos princípios e valores dos protestantes. Cremos, sim, que não devemos adorar nada que tenha sido criado, só ao Criador. Ninguém adora o Smilingüido ou qualquer outro personagem. Estes foram inventados para ajudar na transmissão de mensagens cristãs. Para esse fim, os mais variados recursos da mídia são utilizados, como por qualquer outra instituição no Brasil.

Cláudia Dourado de Salces

■■■■ Mídia - 6

A pesquisa da doutora Karina Kosicki Bellotti está baseada especificamente em cima de um produto chamado fé. Quem não é convertido, não pode comentar, pois acaba fazendo uma avaliação distorcida. Sua tese deveria fazer uma avaliação geral da influência da mídia sobre a criança brasileira. Não poderíamos ficar de fora, por exemplo, os programas, novelas, seriados e apresentadores que propagam aspectos imorais e a discriminação racial. Penso que também deveria ser feita uma avaliação das “nossas” revistinhas infantis.

Com relação ao censo mencionado na matéria, os números devem estar superados. Pela informação que consta na reportagem, o país tinha 26 milhões de evangélicos em 2000, segundo dados do IBGE. O contingente de fiéis, hoje, com certeza é maior.

Ronaldo Luís de Almeida

■■■■ Mídia - 7

Nota da redação – A pesquisadora Karina Kosicki Bellotti, autora da tese sobre mídia evangélica, responde na carta que segue a questionamentos feitos por leitores.

Caros Ronaldo e Cláudia:

Em primeiro lugar, convido-os a ler minha tese - cujas 320 páginas são difíceis de resu-

mir em uma página de jornal, por melhor que seja esse resumo. Primeiramente, meu objeto de pesquisa foi a mídia evangélica infantil brasileira, e não mídia secular infantil brasileira. Trato a religião como um objeto de estudo, sem questionar pressupostos doutrinários ou teológicos, de forma respeitosa a todas as crenças e às pessoas que as professam. Na minha tese não discuti o “produto” fé, mas o que as pessoas que creem agem conforme essa fé, sem julgamentos de valor nem morais. E sem fazer militância religiosa.

Como historiadora, meu foco é o fenômeno religioso como uma construção humana, no caso o uso da mídia por protestantes, seu histórico, suas transformações e seu inegável impacto sobre a cultura religiosa brasileira. Caso tivesse proposto uma tese sobre a mídia secular, todas as críticas feitas pelo leitor seriam justificadas. Porém, não é esse o caso.

Os trechos destacados da reportagem pela Sra. Cláudia em nenhum momento afirmam que evangélicos adoram o Smilingüido, e em nenhum momento de minha tese afirmo que exista idolatria - até porque esse seria um julgamento moral, fora do âmbito acadêmico. Constatei o crescente uso de uma cultura visual que até os anos 1950 não era comum na tradição protestante brasileira. E mesmo assim, o uso das imagens foi sempre feito acompanhado de textos bíblicos para que a interpretação não fosse distorcida, segundo a própria Márcia D'Haese, co-criadora do Smilingüido.

Atenciosamente,
Karina Kosicki Bellotti

■■■■ Chico Buarque

Fiquei encantada com a matéria sobre a obra de Chico Buarque [“A voz do nodo e dono da voz”, edição 351]. Estou escrevendo uma monografia de conclusão de curso (Letras/Literatura), cujo tema é “A paz na poética de Chico Buarque”. Trabalhei com os alunos de 3º anos do ensino médio a dicotomia paz/ guerra, com as músicas “Meu Guri” e “Meus 12 anos”. Foi maravilhoso. Quanto mais leio sobre Chico Buarque, mais me apaixono. Fiquei feliz de saber um pouco mais sobre o compositor.

T. T. Janete, professora



■■■■ Memória

Como ex-aluna da escola “Orosimbo Maia” de 1969 a 1977, fiquei muito feliz ao saber da recuperação do seu acervo histórico [“Nos bancos da memória”, edição 355]. Foi muito bom estudar numa época em que os alunos se levantavam quando o professor, o diretor ou mesmo a servente (assim era denominada a faxineira) entravam na sala de aula. Emocionada, quero cumprimentar a equipe de pesquisa pela iniciativa e disposição em desenvolver este trabalho. Parabéns.

Vânia A. B. S. Furlan,
Nepo/Unicamp

UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas

Reitor José Tadeu Jorge
Coordenador Geral Fernando Ferreira Costa
Pró-reitor de Desenvolvimento Universitário Paulo Eduardo Moreira Rodrigues da Silva
Pró-reitor de Extensão e Assuntos Comunitários Mohamed Ezz El Din Mostafa Habib
Pró-reitor de Pesquisa Daniel Pereira
Pró-reitor de Pós-Graduação Teresa Dib Zambon Atvars
Pró-reitor de Graduação Edgar Salvadori de Decca
Chefe de Gabinete José Ranali



Elaborado pela Assessoria de Imprensa da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Periodicidade semanal. **Correspondência e sugestões** Cidade Universitária “Zeferino Vaz”, CEP 13081-970, Campinas-SP. **Telefones** (0xx19) 3521-5108, 3521-5109, 3521-5111. **Fax** (0xx19) 3521-5133. **Site** <http://www.unicamp.br/ju>. **E-mail** leitordju@reitoria.unicamp.br. **Coordenador de imprensa** Eustáquio Gomes. **Assessor Chefe** Clayton Levy. **Editores** Alvaro Kassab e Luiz Sugimoto. **Redatores** Carmo Gallo Netto, Isabel Gardenal, Jeverson Barbieri, Manuel Alves Filho, Maria Alice da Cruz, Nadir Peinado, Raquel do Carmo Santos, Roberto Costa, Ronei Thezolin e Hélio Costa Júnior. **Fotografia** Antoninho Perri e Antônio Scarpinetti. **Edição de Arte** Oséas de Magalhães. **Serviços Técnicos** Dulcinéia Bordignon e Edison Lara de Almeida. **Impressão** Prisma Printer Gráfica e Editora Ltda (19) Fone/Fax: 3229-7171. **Publicidade** JCPR Publicidade e Propaganda: (0xx19) 3232-2210. Assine o jornal on line: www.unicamp.br/assineju