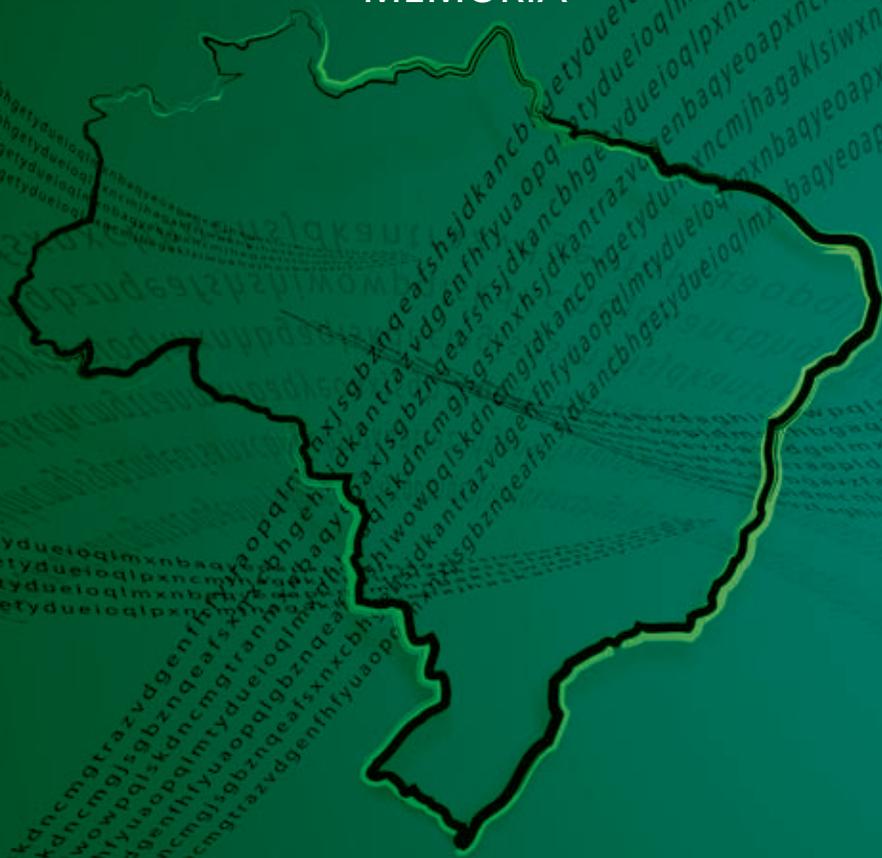


PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

MEMÓRIA



VOLUME 3



Brasília-DF
2012



PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

MEMÓRIA



VOLUME 3

Governo Federal

Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República

Ministro Wellington Moreira Franco



Fundação pública vinculada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiro – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

Presidente

Marcio Pochmann

Diretor de Desenvolvimento Institucional

Geová Parente Farias

Diretor de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais, Substituto

Marcos Antonio Macedo Cintra

Diretor de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia

Alexandre de Ávila Gomide

Diretora de Estudos e Políticas Macroeconômicas

Vanessa Petrelli Corrêa

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais

Francisco de Assis Costa

Diretor de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura

Carlos Eduardo Fernandez da Silveira

Diretor de Estudos e Políticas Sociais

Jorge Abrahão de Castro

Chefe de Gabinete

Fabio de Sá e Silva

Assessor-chefe de Imprensa e Comunicação

Daniel Castro

Ouvidoria: <http://www.ipea.gov.br/ouvidoria>

URL: <http://www.ipea.gov.br>

Socicom – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação



Presidente

José Marques de Melo

Vice-Presidente

Ana Silvia Lopes Davi Médola

Diretora Administrativa

Anita Simis

Diretora Relações Internacionais

Margarida Maria Krohling Kunsch

Diretor de Relações Nacionais

Elias Gonçalves Machado

Site: www.socicom.org.br

Socicom

Federação Brasileira das Associações
Científicas e Acadêmicas de Comunicação
Av. Brigadeiro Luis Antonio, 2050, 3º.

Andar – Bela Vista, SP

CEP 01318-002

E-mail: socicom@hotmail.com

PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2011/2012

MEMÓRIA

Organizadores

Daniel Castro

José Marques de Melo

Editora

Marialva Carlos Barbosa

Editores Associados

Maria Berenice da Costa Machado

Igor Sacramento

VOLUME 3

ipea

Brasília, 2012

Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil / organizadores: Daniel Castro, José Marques de Melo.- Brasília : Ipea, 2012.
4 v. : gráfs., tabs.

Inclui bibliografia.

Conteúdo: v. 1. Indicadores.- v. 2. Flagrantes.- v. 3. Memória.- v. 4. Tendências.
ISBN 978-85-7811-137-3

1. Comunicação. 2. Telecomunicações. 3. Análise Histórica. 4. Brasil. I. Castro, Daniel. II. Melo, José Marques de. III. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

CDD 384.0981

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO7

Periodização do Campo Comunicacional Brasileiro 11
José Marques de Melo

I – HISTÓRIA NACIONAL

História Intelectual25

Marialva Carlos Barbosa

História Institucional.....59

Rosa Maria Cardoso Dalla Costa

História Autoral79

Aline Strelow

História Disciplinar 101

Gisely Valentim Vaz Coelho Hime

História Contextual..... 133

Ana Paula Goulart Ribeiro

Igor Sacramento

II – HISTÓRIA REGIONAL

Região Norte

Memória da História do Campo Comunicacional no Norte do Brasil..... 169

Maria Ataíde Malcher

Suzana Cunha Lopes

Fernanda Chocron Miranda

Vanessa Brasil de Carvalho

Manuella Vieira Reale

Região Nordeste

Notas Introdutórias: um passeio histórico
em torno do campo da comunicação no Nordeste..... 191

Marialva Carlos Barbosa

Criação, Desafios e Inserção dos Cursos de
Comunicação Social no Ceará201
Erotilde Honório Silva
Roberta Manuela Barros de Andrade

Região Centro-Oeste

Centro-Oeste: cinco décadas de ciências
da comunicação215
Bruno Augusto Amador Barreto

Região Sudeste

Cenários e Perspectivas da Pós-Graduação
na Região Sudeste.....231
Maria Cristina Gobbi
Juliana C. G. Betti

Região Sul

A Institucionalização dos Estudos de
Comunicação na Região Sul257
Maria Berenice da Costa Machado

APRESENTAÇÃO

Procurando reconstruir a história do campo comunicacional brasileiro a partir da ideia da repartição do olhar histórico em cinco lugares aonde os sujeitos sociais, atores centrais dessa história fundamental a partir da segunda metade do século XX, se movem, este volume reúne textos que procuram responder a uma pergunta central: quais são os processos de constituição do campo científico da comunicação no Brasil?

Para isso, foi construído a partir de duas lógicas conceituais: na primeira parte, precedida do texto de José Marques de Melo (que procura mapear os antecedentes da história de que este livro se ocupa usando a bipartição do tempo em períodos), os autores procuram construir uma história do campo científico da comunicação a partir de seu desenvolvimento num espaço social determinado: o Brasil. Daí essa primeira história ser enfeixada sob a égide do nome história nacional e subdivida em cinco eixos conceituais: a história intelectual, a história institucional, a autoral, a disciplinar e a contextual.

Claro que essas cinco histórias são indivisíveis e apenas como facilitador de sua interpretação essas dimensões foram consideradas. Esta também é a razão por que alguns processos, aspectos, nomes de pessoas ou instituições por vezes aparecem em mais de um texto. Optamos por deixar expressas essas repetições, por entendermos que a referência em diferentes textos autorais marca também a importância de alguns aspectos e atores dessa história.

Por história intelectual se compreendeu a recuperação da trajetória dos principais intelectuais brasileiros que construíram a partir da década de 1960/70 o campo da comunicação, procurando mostrar as tendências dominantes e a filiação desses autores a diversas correntes teóricas. Por história institucional englobamos a reflexão que procurou mapear as principais instituições que, a partir da década de 1960/70, aglutinaram as pesquisas em comunicação, com ênfase nas pós-graduações e nas sociedades científicas pioneiras, como a Intercom, que foram fundamentais na institucionalização do campo. Já na história autoral procurou-se identificar os principais autores brasileiros da comunicação, enfatizando as teorias que eles desenvolveram. A história disciplinar, por outro lado, procura dar conta da análise do desenvolvimento das disciplinas da comunicação nas universidades brasileiras, mostrando algumas das principais tendências e também os modismos teóricos tão marcantes em termos dos estudos de comunicação, quando muitas vezes sobressaem alguns modelos, teorias e temas ao sabor de ondas momentâneas e sem consistência. E, finalmente, fechando a primeira parte, a história contextual

procura mapear o contexto histórico a partir dos anos 1970/80, relacionando o desenvolvimento do campo teórico da comunicação ao contexto histórico mais amplo. Fazendo uma radiografia precisa do desenvolvimento teórico da comunicação dos anos 1970 aos anos 2010, os autores, nesse capítulo, sintetizam a importância dos estudos de comunicação na duração, mostrando, ao mesmo tempo, o complexo processo de constituição da área como campo científico.

A segunda história que este volume contém, e que constitui a segunda parte, procura descrever alguns cenários singulares, usando a lógica espacial como produtor das análises. Assim, considerou-se que, mesmo em relação ao campo científico da comunicação, há especificidades nos processos que se desenvolvem nas cinco regiões do país. Propositamente, os autores, no caso dessa segunda parte, fizeram seus textos a partir de óticas particulares, cada um tomando como pressuposto um ponto de partida e um ponto de chegada, razão pela qual as regiões são apresentadas a partir de uma multiplicidade de olhares. Enquanto, o texto que faz a radiografia da Região Norte, por exemplo, desenvolve a partir de dados numéricos fundamentais uma análise crítica vigorosa do ensino e da pesquisa naquela região do país, marcada pelas dificuldades decorrentes do lugar político-geográfico que lhe é imposto, o que enfoca o Nordeste particulariza a história dos cursos de comunicação e dos currículos desenvolvidos privilegiando um estado, no caso o Ceará. Já o texto que enfoca o Centro-Oeste analisa com profundidade as pós-graduações da região, oferecendo também um mapa numérico fundamental para a análise crítica contida no capítulo. No caso da Região Sudeste, optou-se por destacar o cenário da pós-graduação, em função, sobretudo, de estar localizado na região o maior número de pós-graduações em comunicação do país e também os mais antigos cursos pós-graduados da área: PUC-SP e USP, em São Paulo, e UFRJ, no Rio de Janeiro. O capítulo que tem por foco a Região Sul se ocupa preferencialmente da institucionalização dos estudos universitários de comunicação nos três estados do sul, fornecendo um mapa atual das instituições aonde esses saberes são exercitados.

Mas a multiplicidade de olhares no caso da história do ponto de vista das regiões poderia produzir lacunas e esquecimentos, como no caso da Região Nordeste, quando a ação fundadora do ensino e da pesquisa em Comunicação em Pernambuco, graças ao pioneirismo de Luiz Beltrão estaria, por exemplo, ausente dessa pesquisa. Esta foi a razão porque a região foi contemplada com uma espécie de capítulo estendido, no qual o panorama do ensino de comunicação no Ceará foi antecedido por notas introdutórias nas quais enfocamos alguns processos históricos mais abrangentes. Optamos por manter o capítulo de destaque ao ensino e pesquisa no Ceará, por ser um viés interpretativo importante, mas também em função da percepção de que histórico é tudo aquilo que do passado chega até o presente. Um presente que é sempre dado a ler pelo pesquisador que

empreende a análise: é assim que, no caso do Nordeste, um estado foi, em certa medida, privilegiado, e no caso da Região Sudeste um ciclo de estudos – o das pós-graduações – figura com destaque na análise.

É, portanto, uma pluralidade de enfoques que constrói, do ponto de vista do campo da comunicação, a interpretação de seus movimentos históricos, na primeira vez em que se realiza de maneira mais sistemática o esforço de historicizar uma área que já tem mais de meio século desde o aparecimento de seu primeiro curso e que até hoje não tinha ainda se dado conta de que possuía uma história. Restava apenas que houvesse pesquisadores dispostos a contá-la. E é isso que os autores desse volume procuram fazer.

Mas ainda há muito a ser feito: essa história precisa ser estendida no sentido da inclusão de outros movimentos teóricos e conceituais, da ampliação do território a ser considerado, das instituições que fizeram esse local de saber-poder. Tudo isso é muito importante, tendo em vista o lugar estratégico que a comunicação ocupa no mundo contemporâneo nessa segunda década do século XXI. E é esse trabalho que constituirá a meta da ALCAR (Associação Brasileira dos Pesquisadores de História da Mídia) nos próximos anos, ao construir uma rede de 200 pesquisadores de todo o Brasil (rede essa já implantada) para construir uma densa história do campo científico da comunicação no Brasil. É uma história que está para ser feita e por ser feita. Agora já temos pesquisadores dispostos a realizá-la. O movimento foi deflagrado. Só resta, então, a partir do marco que é este volume continuar contando essa história.

Os editores

PERIODIZAÇÃO DO CAMPO COMUNICACIONAL BRASILEIRO

José Marques de Melo*

ANTECEDENTES

Enquanto espaço aglutinador de estudos que focalizam as interações simbólicas entre pessoas, instituições e comunidades, a comunicação ainda carece de precisão conceitual, donde surge a dificuldade de estabelecer marcos cronológicos. Mesmo assim, torna-se indispensável esboçar fronteiras para guiar o itinerário das novas gerações.

Quando aparece o campo da comunicação? O objeto de estudo parece evidente no mundo ocidental, através da obra de Marco Fábio Quintiliano, autor de *Institutionis Oratoriae* composta por 12 livros, configurando o “acontecimento intelectual mais importante da última década do século primeiro da nossa era.” (Ortega, 1996, p. 11). Porém a constituição do campo tem sido motivo de controvérsia entre os historiadores.

Jorge Pedro de Sousa (2009, p. 60) credits esse mérito a Tobias Peucer, autor da tese doutoral *De relationibus Novellis*, defendida na Universidade de Leipzig, Alemanha (1690). Armand Mattelart (1995, p. 11) atribui a primazia aos enciclopedistas franceses, argumentando que Diderot, D’Alembert e seus pares legitimaram o novo campo de estudos, catalogando-o como “ciência de comunicar”, tanto no *Discours Préliminaire* (1751) quanto no corpo da *Encyclopedie des sciences, des arts et des métiers* (1772). Por sua vez, Everett Rogers (1995) reconhece Wilbur Schramm como o “verdadeiro fundador do campo”. Sua justificativa enaltece a assessoria que ele prestou à comunidade internacional, respaldando a ofensiva bélica norte-americana para neutralizar a propaganda nazista durante a II Guerra Mundial.

Não faltam, contudo, os que preferem buscar marcos internacionais, simbolizando a constituição de uma comunidade acadêmica, que vem funcionando, há meio século, como ponto de referência para os que pesquisam e produzem conhecimento comunicacional no mundo inteiro. São considerados seus artífices os franceses Jacques Kayser e Fernand Terrou, convidados pela UNESCO para assessorar suas estratégias de comunicação, incluindo a criação da *International Association for Mass Communication Research*, meta alcançada em Paris, 1957.

* Professor emérito da Universidade de São Paulo (USP) e Professor Titular da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Email: marquesdemelo@uol.com.br.

Pertencendo a essa comunidade desde a fundação, o Brasil teve em seu representante, Danton Jobim, uma espécie de “cardeal” do jornalismo, que além desse papel fundador, desempenharia mais tarde uma função-chave na sedimentação do campo da comunicação no próprio país.

PERIODIZAÇÃO

A História do campo comunicacional brasileiro pode ser concebida em três fases que refletem a marcha civilizatória da nossa sociedade. Estruturadas em períodos sintonizados com o tecido da nossa identidade cultural, elas estão descritas, a seguir, no quadro do empirismo comunicacional brasileiro. (Marques de Melo, 2011)

I – Fase do empirismo difuso

1. Período Cabralino – Europeização – desde a chegada de Pedro Álvares Cabral (1500) até a expulsão dos jesuítas (1759), exploradores e missionários percorreram o nosso território, deixando registros sobre os resquícios das sociedades indígenas ou sobre as inscrições atribuídas aos aventureiros que por aqui passaram. O mais preciso roteiro desse período encontra-se no livro de Luiz Beltrão – *Comunicação e Folclore* (São Paulo, Melhoramentos, 1970). Pistas utilitárias para melhor discernir sua fisionomia podem ser encontradas em obras de referência como as de Alfredo de Carvalho – *Pré-História Sul-americana* (Recife, 1910), *Aventuras e aventureiros no Brasil* (Rio de Janeiro, Pongetti, 1920), Sérgio Buarque de Holanda – *Caminhos e Fronteiras* (Rio de Janeiro, José Olympio, 1957), Egon Schaden – *Aculturação Indígena* (São Paulo, Pioneira, 1969). Ainda que ignorando conscientemente o espaço lusitano, vale a pena consultar, para fins comparativos, a antologia organizada por Luis Ramiro Beltrán – *La comunicación antes de Colón* (La Paz, Cibec, 2008).
2. Período Pambalino – Lusitanização – a ascensão do Marquês de Pombal ao comando do governo português (1750) representa de fato o início da colonização portuguesa no Brasil. O conhecimento existente sobre o período focaliza o declínio da “língua geral” (tupi-guarani) e a difusão compulsória da língua portuguesa como código de comunicação ensinado nas escolas públicas instaladas em locais estratégicos do território nacional. Discute também a natureza da comunicação persuasiva instituída nos processos de evangelização das tribos indígenas, bem como o fluxo das ideias que penetravam na população colonizadora, contrabandeadas nos porões dos navios ou introduzidas clandestinamente na bagagem dos visitantes estrangeiros. Esse período está bem delineado na obra pioneira de Carlos Rizzini – *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil* (Rio de Janeiro, Kosmos, 1946) e contextualizado

por Sérgio Buarque de Holanda – *Raízes do Brasil* (Rio de Janeiro, José Olympio, 1948) e por Maria Beatriz Nizza da Silva – *Cultura no Brasil Colonial* (Petrópolis, Vozes, 1981), sendo útil, para entender suas variáveis, a consulta a fontes canônicas como aquelas de autoria de Teodoro Sampaio – *O Tupi na Geografia Nacional* (Salvador, Câmara Municipal, 1955), José Honório Rodrigues – *A vitória da língua portuguesa no Brasil Colonial*, ensaio incluído no livro *História Viva* (São Paulo, Global, 1985, p. 11-48), Barbosa Lima Sobrinho – *A língua portuguesa e a unidade do Brasil* (Rio de Janeiro, José Olympio, 1958), mas também o estudo monográfico de Carlos Guilherme Mota – *A ideia de Revolução no Brasil* (Rio de Janeiro, Globo, 2008).

3. Período Joanino – Brasilianização – Ao proclamar o Brasil como Reino Unido a Portugal, abrindo os nossos portos às “nações amigas” (1808), o Príncipe Regente, logo depois coroado como D. João VI, criava condições para superar o estatuto colonial e caminhar em direção à independência política. O saber acumulado focaliza a nossa autonomia comunicacional, tornando a língua portuguesa um idioma mestiço, ao incorporar palavras e sentidos oriundos das línguas nativas e dos dialetos africanos. Privilegia também o impacto da imprensa na formação da identidade nacional e os embates dos seus editores com a censura governamental. Período rico e extenso, sua compreensão pode ser facilitada pela leitura de obras gerais como as de Maria Beatriz Nizza da Silva – *Cultura e Sociedade no Rio de Janeiro – 1808-1821* (São Paulo, Nacional, 1977) e de Antonio Costella – *O controle da informação no Brasil* (Petrópolis, Vozes, 1970) ou de estudos específicos como os de Isabel Lustosa – *Insultos Impressos* (São Paulo, Cia. das Letras, 2000) e de Maria Beatriz Nizza da Silva – *A Gazeta do Rio de Janeiro (1808-1822): cultura e sociedade* (Rio de Janeiro, EdUERJ).

II. Fase do empirismo concreto

1. Período Barbosiano – Cognição – Gênese da conversão dos fatos comunicacionais em objeto de estudo sistemático. O lócus desse período é o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, onde o Cônego Januário da Cunha Barbosa os inclui na agenda investigativa (1839), difundindo seus resultados nas páginas da Revista do IHGB ou nos livros publicados pelos sócios. Trata-se de iniciativa que seria continuada, após seu falecimento (1846) pelo Cônego Fernandes Pinheiro, também estudioso da persuasão cristã nas sociedades indígenas, além de se haver interessado pela questão da imprensa, publicando artigo (1859) que provocou celeuma na historiografia nacional. O pano de fundo da historiografia

cultivada pelo IHGB pode ser visto em duas obras escritas em distintos contextos: José Honório Rodrigues faz um inventário da gênese e do desenvolvimento institucional em *A pesquisa histórica no Brasil* (São Paulo, Nacional, 1969), enquanto Astor Antônio Diehl – *A cultura historiográfica brasileira* (Passo Fundo, Ediupf, 1998) realiza uma exegese crítica do pensamento histórico ali estimulado.

2. Período Lacerdiano – Aplicação – A luta pela inclusão do saber jornalístico no sistema educativo, iniciada pelo repórter Gustavo de Lacerda, fundador da Associação Brasileira de Imprensa (1908), converte a ABI em alavanca do conhecimento aplicado à profissão e dos debates sobre as dimensões sócio-culturais ou político-econômicas do jornalismo. Fontes autorizadas para entender o complexo institucional que caracteriza a ABI são os livros de Fernando Segismundo – *ABI, 80 anos* (Rio de Janeiro, Unigraf, 1988) e de Edmar Morel – *A trincheira da liberdade: História da ABI* (Rio de Janeiro, Record, 1985).
3. Período Liberiano – Formação – Ao instituir a primeira Faculdade de Jornalismo do país (1943), o empresário Cásper Líbero (1943) induz o Estado a reconhecer as demandas industriais, fortalecidas pela criação da Escola Superior de Propaganda (1951). Convertido em segmento universitário que se alastrou rapidamente em todo o país, tais unidades de ensino passam a formar especialistas nos ramos emergentes desse setor produtivo. Os cenários desse período estão resgatados na coletânea organizada por José Marques de Melo – *Pedagogia da Comunicação: matrizes brasileiras* (São Paulo, Angellara, 2006).

III – Fase do empirismo abstrato

1. Período Beltraniano – Área de pesquisa - O projeto pedagógico implantado por Luiz Beltrão na Universidade Católica de Pernambuco (1961) tem como alicerce o trabalho de pesquisa, dando novo sentido ao jornalismo, compreendido como disciplina integrante do conjunto das ciências da comunicação. O panorama desse período foi esboçado por José Marques de Melo em *Contribuições para uma pedagogia da comunicação* (São Paulo, Paulinos, 1974).
2. Período Jobiniano – Campo intelectual – Superação do estágio atomizado em que se desenvolveram os segmentos produtivo, associativo e acadêmico para assumir personalidade conglomerada. O ponto de partida foi o congresso nacional de comunicação, liderado por Danton Jobim, estimulando a integração laboral e a interdisciplinaridade investigativa (Rio de Janeiro, ABI, 1971), finalmente reconhecida pelo Estado, pro-

motor da I CONFECOM – Conferência Nacional de Comunicação (Brasília, 2010). Fontes recomendadas: Margarida Kunsch – *O ensino de comunicação* (São Paulo, ABECOM, 1992) e *Ensino de Comunicação* (São Paulo, ECA-USP, 2007), Marques de Melo – *Pesquisa em Comunicação no Brasil* (São Paulo, Cortez, 1983) e Vassalo de Lopes e outros – *Pensamento Comunicacional Brasileiro* (São Paulo, Intercom, 2005)

3. Período pós-Jobiniano – Comunidade acadêmica – A publicação do *Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil – 2000-2010*, em Brasília (IPEA, 2011) sinaliza um novo período do campo, antecipando a inserção soberana do Brasil na comunidade acadêmica da área, como se torna evidente na realização do I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-americana (São Paulo, 2011). Pistas para vislumbrar esse período estão disponíveis na obra coletiva organizada por Marques de Melo – *O campo da comunicação no Brasil* (Petrópolis, Vozes, 2009).

MARCOS HISTÓRICOS

Na expectativa de atrair jovens pesquisadores para a exploração e análise dos indicadores aqui apresentados, vamos incluir algumas notas sobre o protagonismo dos personagens que estão situados nas pontas desta cronologia histórica. Trata-se de figuras que perfilam uma espécie de liturgia do campo comunicacional: no início, dois cônegos que foram convertidos em arautos da nossa Historiografia; no período transicional da última fase, o “cardeal” ungido pela profissão e pela academia para nos representar no cenário mundial.

OS CÔNEGOS DO IHGB

O Cônego Januário da Cunha Barbosa assume a dianteira desse novo campo do saber, promovendo em 1839, na fundação do IHGB, a inclusão dos fenômenos comunicacionais na agenda da instituição. Evidenciados nas edições da Revista do Instituto, tais estudos teriam continuidade com os estudos do Cônego Fernandes Pinheiro e de vários outros intelectuais.

Clérigo prestigiado pela hierarquia eclesial e jornalista combativo respeitado pela elite política, Cunha Barbosa tinha o dom da oratória, tomando parte ativa na campanha pela independência, ao lado de José Bonifácio. Companheiro de Gonçalves Ledo na fundação do jornal *Revérbero Constitucional Fluminense*, foi preso e deportado, só retornando ao país em 1824, quando foi nomeado Capelão Imperial, vindo a participar, como co-fundador, da criação do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, em 1838.

O Relatório lido, no dia 25 de maio de 1839, trata das inscrições rupes- tres existentes na Pedra da Gávea (Rio de Janeiro), cuja autoria fora atribuída a navegadores fenícios que teriam visitado o Brasil antes de Cabral. O parecer do Cônego é taxativo: “os caracteres (...) não apresentam semelhança alguma de uma inscrição Fenícia, Cananea, Cartaginesa ou Grega”. Parecendo “sulcos gravados pelo tempo, entre dois veios de granito”, lembram os historiadores do IHGB que “os fenícios escreviam da direita para a esquerda”. (Costa, 1942, p. 414).

Estudos dessa natureza seriam desenvolvidos, em outros lugares e em outros tempos, por pesquisadores interessados na dinâmica da comunicação pré-cabra- lina. O inventário preliminar feito por Angyone Costa (1942, p. 429/430) sobre “as inscrições lapidares de fundo indígena”, demonstra que alguns pesquisadores pretendem nelas discernir a “ideologia selvagem”. Daí a advertência: cumprindo papéis bem mais prosaicos, tais registros perfilam função diversional - “distração de índio” – ou utilitária – “comunicação de lugar”, quando não se limitam ao âm- bito meramente informativo - “comunicado de acontecimento ou de passagem”.

O legado do Cônego Cunha Barbosa não se limita às inscrições petrográfi- cas, incluindo outras dimensões da comunicação no Brasil pré-cabralino. Enfei- xada no livro *Investigações sobre as povoações primitivas da América* – essa contri- buição balizou o trabalho de outros pesquisadores de sua época, tendo em vista a credibilidade granjeada pelo autor, considerado por José Honório Rodrigues (1969a, p. 38) como o “primeiro teórico e prático da pesquisa histórica” nacional.

Coube-lhe o privilégio de agendar a questão da “colonização do índio”, problematizando a “propagação do cristianismo” e revisando empiricamente as estratégias de catequese empregadas pelos jesuítas. O cônego adota uma linha de conduta caracterizada como “humanismo racional que expressa uma razão antiescravista” (Lindoso, 1990, p. 85), identificando nas festas indígenas, impreg- nadas pela alegria contagiante implícita nos cantos e danças, formas de resistência passiva ao regime de trabalho compulsório e de confinamento educativo imposto pelos colonizadores.

Se a pesquisa sobre inscrições lapidares vai ter continuadores do porte de Alfredo de Carvalho (1910), Ladislau Neto (1885) ou Valle Cabral (1887), o estudo crítico sobre a propaganda jesuítica teria no Cônego Fernandes Pinheiro seu principal herdeiro temático.

Joaquim Caetano Fernandes Pinheiro nasceu no Rio de Janeiro, em 1825. Teve formação eclesiástica, conquistando, por concurso, a cátedra de Retórica do Colégio Imperial de Petrópolis. Exerceu também o jornalismo, tornando-se um dos principais artífices do “ensaísmo histórico”. Publicou volumosa obra literária, sendo um dos pioneiros na produção de obras didáticas que embasaram o preparo intelectual de várias gerações.

Segundo Joaquim Ribeiro (1958: 115), seu principal mérito foi o de “antecipador em relação a diversos aspectos da nossa vida retrospectiva”.

Como era homem douto e de larga erudição, só tomava para estudos aspectos mal interpretados e obscuros de nossa historiografia. (...) Não há dúvida de que abriu caminhos para os historiadores futuros. (...) Versando temas parciais do nosso passado, (...) tornou-se, pelo mérito de suas achegas, uma das fontes fundamentais para a nossa historiografia especializada (p. 100-101)

Trata-se de argumento endossado por Werneck Sodré (1964, p. 326-327):

E não era a literatura tão desinteressante, no tempo, que já não merecesse o exercício da crítica, das reconstituições históricas e biográficas... (...) Nesse sentido, não é possível desmerecer a tarefa de um Fernandes Pinheiro... (...). É digna de atenção, entretanto, a tarefa daqueles iniciadores que reuniram os dados, ordenaram a matéria, estabeleceram paralelos, discriminaram influências – tudo dentro de uma deficiência natural que os levou à parcialidade. (...) Tais trabalhos (...) são indicações precisas de um desenvolvimento literário que exigia um grande esforço dos seus raros cultores.

Ingressando no IHGB em 1834, dois anos depois ele apresenta aos pares a dissertação “Breves reflexões sobre o sistema de catequese seguido pelos jesuítas no Brasil”, publicado na Revista, tomo XIX, 1836, p. 379-397. Trata-se de uma defesa convicta das estratégias de propaganda religiosa praticadas pelos discípulos de Santo Inácio de Loyola no Brasil Colônia. Rejeitando a tese de Varnhagen sobre a natureza da filantropia jesuítica, implantada através de “meios violentos”, o jovem Cônego assegura que a congregação dos inacianos recorria a meios “suavíssimos” para converter os indígenas ao cristianismo, conduzindo-os à civilização.

Sua peroração final não deixa margem a dúvidas a respeito do endosso que o historiador confere aos métodos da catequese jesuítica, cuja interrupção pelo governo pombalino contribuiu, do seu ponto de vista, para a “aniquilação” das comunidades indígenas antes aldeadas. Por isso mesmo, Fernandes Pinheiro diz que a tábua de salvação dos nativos brasileiros seria o resgate das “tradições da catequese jesuítica” naturalmente escoimados os “abusos que nela se haviam introduzido”.

O Cônego voltaria a analisar a questão indígena e outras correlatas em sua vasta bibliografia, que está à espera de um jovem engajado na iniciação científica, disposto a ordenar e selecionar sua fortuna intelectual.

O CARDEAL DA ABI

Os estudos sobre os processos de comunicação se desenvolveram, em nosso país, desde meados do século XIX, mas na verdade a noção de “campo” data dos anos 70 do século XX. Até então, as práticas sociais e os respectivos estudos produzidos

pela academia eram segmentados pelas disciplinas que compõem o universo das ciências da comunicação. Vários fatores convergem para a nova forma de organização do trabalho e do conhecimento.

O detonador desse movimento de reconhecimento nacional foi o então Presidente ABI, que promove no Rio de Janeiro, em 1971, o I Congresso Nacional de Comunicação. Esse emblemático congresso de 1971 foi concebido, convocado e realizado por iniciativa de Danton Jobim, personagem hoje desconhecida das novas gerações.

Figurando entre as principais lideranças jornalísticas da sua geração, sua presença no segmento erudito se dá a partir de 1938. Danton publica seu primeiro livro intitulado *Problemas do nosso tempo*. Nele faz reflexões críticas sobre o jornalismo e a política, distanciando-se do marxismo-leninismo, referencial que marcara sua trajetória política no período 1923-1934.

Lança o segundo livro, denominado *A experiência Roosevelt e a revolução brasileira*, traduzido para o inglês com o título *Two Revolutions*. Publica em 1942 novo livro de jornalismo internacional – *Para onde vai a Inglaterra?* – resultado de sua atuação como repórter e analista do front europeu durante a Segunda Mundial.

Mas sua adesão ao território universitário somente se daria no fim daquela década, período marcado pelo fim do conflito bélico internacional, pela deposição do ditador Getúlio Vargas e pela retomada da vida democrática no território nacional.

Em 1948, ele participa como docente fundador do Curso de jornalismo da Universidade do Brasil, hoje UFRJ. Tinha como assistente seu colaborador no jornal *Diário Carioca*, o jornalista Pompeu de Souza. A dupla Danton-Pompeu transfere para a universidade o cabedal de conhecimentos acumulados no exercício da profissão, com a intenção de formar uma nova geração de jornalistas.

A conquista do status acadêmico foi responsável, em grande parte, pelo reconhecimento internacional que daria relevo à sua trajetória intelectual. Esse itinerário começa em 1952, quando ele recebe o Prêmio Maria Moors Cabot, atribuído anualmente pela Universidade de Columbia a jornalistas latino-americanos que se destacam na luta em defesa da liberdade de imprensa.

No ano seguinte (1953) Danton Jobim é convidado para atuar como Professor Visitante da Universidade do Texas, onde ministra curso sobre jornalismo Latino-Americano. Suas aulas despertam grande interesse dos professores e alunos pelo ineditismo da análise que focalizava a natureza mestiça do jornalismo praticado no Brasil. Ele esboça o perfil singular do jornalismo brasileiro, enraizado na tradição francesa do jornalismo opinativo e atualizado pelas influências do jornalismo

informativo norte-americano, assimiladas intensivamente no pós-guerra, quando a América Latina se converte em satélite da economia e da cultura dos EUA.

Como resultado dessa experiência bem sucedida na Universidade do Texas, ele se converte no primeiro acadêmico brasileiro a publicar artigo na conceituada revista *Journalism Quartely* (vol. 31, n. 1, 1954), p. 61-66, sob o título *French and US Influence Upon the Latin American Press*. Trata-se da síntese de suas preleções, editada pelo renomado pesquisador Robert Desmond, consultor internacional da UNESCO para o campo da comunicação de massa e responsável pela seção de comunicações estrangeiras do referido periódico científico, patrocinado pela Association for Education in Journalism - AEJ.

Contudo a sua consagração acadêmica iria efetivamente ocorrer em 1957, na cidade de Paris. A convite de Jacques Kayser, o mais importante cientista da comunicação da sua época, também assessor da UNESCO, como Desmond, ele atua como Professor Visitante na Sorbonne. Ali publicou o livro *Introduction au Journalisme Contemporain*, com prefácio do famoso Kayser. Nesse mesmo ano, participa, na sede da UNESCO, da já mencionada conferência mundial, reunida com a intenção de fundar a IAMCR – International Association for Mass Communication Research, sendo eleito para compor a primeira diretoria da entidade (Marques de Melo, 2007 e 2008).

Ungido pelo reconhecimento internacional, tanto na França quanto nos Estados Unidos, Danton Jobim assumiria papel decisivo na construção do espaço acadêmico que desaguaria na constituição do campo comunicacional brasileiro.

Esse novo ciclo começa em 1958, quando ele participa, em Quito, Equador, da reunião preparatória para a fundação do CIESPAL – Centro Internacional de Estudos Superiores de Periodismo para América Latina. Jobim chegou a cogitar, em diálogo com as lideranças da UNESCO, a possibilidade desse novo organismo internacional vir a ter sua sede no Rio de Janeiro. Infelizmente, não encontrando muito apoio, desistiu de levar adiante a iniciativa.

Porém, entusiasmado com a boa repercussão de suas ideias jornalísticas no exterior, Danton anima-se a divulgá-las também no Brasil. Em 1960, publica o livro *Espírito do jornalismo* (Rio de Janeiro, Livraria São José), contendo a tradução das suas conferências parisienses e outros ensaios. Reeditado pela EDUSP, em 1992, esse livro integra a coleção “Clássicos do jornalismo Brasileiro”, tendo recebido excelente introdução escrita por Carlos Eduardo Lins da Silva.

Em 1961 ele publica em Quito, Equador, seu livro *Pedagogia Del Periodismo: Métodos de Enseñanza orientados para la Prensa Escrita*, resultado do curso ministrado no CIESPAL no ano anterior. Rapidamente esgotada, por se tratar de obra inédita e ousada, a segunda edição circula em 1964.

Mas a valorização do potencial pedagógico demonstrado internacionalmente por Jobim não produz ecos recompensadores no interior da academia brasileira. Aliás, a própria conjuntura política mostrou-se desfavorável. Com o golpe militar de 1964, as perspectivas de florescimento intelectual no país eram desmotivadoras, quando não assumiam formato nitidamente castrador.

Compreende-se, desta maneira, que o nosso personagem tenha reduzido seu ímpeto acadêmico, buscando compensações no terreno da política, aonde viria a ter um papel relevante na resistência democrática ao crescente autoritarismo que se projetou em todo o Cone Sul da América.

São, portanto, episódicos ou burocráticos os registros de sua participação final no mundo acadêmico. Por exemplo, em 1968, ao ser criada a Escola de Comunicação da UFRJ, a partir da estrutura do primitivo Curso de jornalismo da Universidade do Brasil, ele assume o cargo de Vice-Diretor.

No ano seguinte, afasta-se do cargo de Vice-Diretor da ECO, para assumir seu primeiro mandato de Senador. Danton Jobim permaneceu lecionando na instituição e participando de atividades acadêmicas, na medida do possível, até sua morte em 1978.

Mas tudo indica que quis dar ao seu canto de cisne um sentido público, promovendo o congresso de 1971 para reivindicar do Estado políticas de comunicação capazes de corrigir as distorções remanescentes no sistema nacional.

Pelo menos é isso que transparece no seu discurso de encerramento. Três ideias-chave definiram sua compreensão do evento: juventude, desenvolvimento e democracia. As ideias privilegiadas pelo orador podem ser resumidas da seguinte maneira: 1. Celebrou a maturidade da “juventude” que participou ativamente dos debates; 2. Enfatizou que o “desenvolvimento” só pode ser alcançado com “democracia” e comunicação; 3. Reivindicou uma “política global de comunicação”, para a formulação da qual contribuiriam as teses endossadas pelo congresso.

Proclamado pelo seu idealizador como um “acontecimento histórico na vida da ABI”, o I Congresso Nacional de Comunicação realizou-se na cidade do Rio de Janeiro, no período de 11 a 16 de setembro de 1971, reunindo jovens professores e pesquisadores que ocupariam nos anos seguintes papéis decisivos na constituição do campo acadêmico da comunicação no Brasil. A consulta aos *Anais do 1º Congresso Nacional de Comunicação* (Rio de Janeiro, ABI, 1971) comprova plenamente essa hipótese.

Contudo, a importância política desse congresso está explícita na epígrafe de discurso de abertura proferido por Danton Jobim – “Por uma política nacional de comunicação no Brasil”. Trata-se de do “desafio do seu tempo”, que a seu ver,

a ABI acolhia patrioticamente, argumentando que “deixar a iniciativa a cargo exclusivamente do Governo é até perigoso, porque conduz inevitavelmente à hipertrofia do Estado, em detrimento da democracia”.

FONTES

Carvalho, Alfredo

1910 – *Pré-História Sul-americana*, Recife.

Costa, Angyone

1942 – *Das inscrições lapidares de fundo indígena*, Rio de Janeiro, IHGB.

Lindoso, Dirceu

1993 – O Cônego e a Catequese Indígena, *Anais da Biblioteca Nacional*, n. 110, Rio de Janeiro, Biblioteca Nacional, p. 67-90.

Neto, Ladislau

1885 – Investigações sobre arqueologia brasileira, *Arquivos do Museu Nacional*, v. 6

Marques de Melo, José

2011 – Memória das ciências da comunicação, Recife, Intercom

2008 – *História Política das Ciências da Comunicação*, Rio de Janeiro, Mauad

2007 – *História do Pensamento Comunicacional*, 2ª. ed., São Paulo, Paulus

Mattelart, Armand –

1995 – *La invención de la comunicación*, Barcelona, Bosch.

Ortega Carmona, Alfonso

1996 – Quintiliano, pensador e educador, In: Quintiliano – *Sobre la formación del orador*, v. 6, Salamanca, Universidad Pontificia, p. 11-37.

Ribeiro, Joaquim

1958 – Joaquim Caetano Pinheiro e a historiografia brasileira, *Revista do IHGB*, v. 240, Rio de Janeiro, 1958, p. 116-126.

Rodrigues, José Honório

1969a – *Teoria da História do Brasil*, São Paulo, Nacional

1969b - *A Pesquisa Histórica no Brasil*, São Paulo, Nacional

Rogers, Everett

1994 – *A History of Communication Study*, New York, MacMillan Inc.

Sodré, Nelson Werneck

1964 – *História da Literatura Brasileira*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

Sousa, Jorge Pedro

2006 – *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media*, Porto, UFP.

Valle Cabral, Alfredo do

1887 – *Inscrições lapidares no Brasil, Relatórios de viagem*, Rio de Janeiro, Seção de Manuscritos, Biblioteca Nacional.

I – HISTÓRIA NACIONAL

HISTÓRIA INTELECTUAL

Marialva Carlos Barbosa*

INTRODUÇÃO

Construir uma história do campo comunicacional no Brasil não é tarefa fácil. Aliás, construir qualquer história nunca é tarefa fácil. Há que se fazer escolha, produzir interpretações, considerar a dimensão interna e externa envolvidas nos recortes que propomos e generalizar as conclusões a partir de estudos esparsos, singulares e episódicos.

No texto que abre esta coletânea, que denominou Periodização do Campo Comunicacional Brasileiro, José Marques de Melo procura localizar autores que deixaram marcas ao longo dessa história e demarca um ano (1971) como momento axial para começarmos a produzir reflexões e aglutinações em torno da construção de certa organicidade do campo da comunicação, como saber validado, reconhecido e orgânico, produzido no Brasil.

A partir daí, seguindo também a proposta de José Marques de Melo, este volume foi concebido como uma obra que interpretaria a história a partir de segmentos. A história do campo comunicacional foi dividida no que denominou História Intelectual, Institucional, Autoral, Disciplinar e Contextual. Mas, a rigor, essas cinco “histórias” são indivisíveis, já que não é possível considerar o texto (no caso de nossa análise o campo da comunicação) apartado do contexto. Além disso, o objeto considerado (o campo da comunicação) apresenta na sua dimensão orgânica uma complexidade intrínseca em relação aonde autores produzem e divulgam suas produções (as instituições), são identificados como balizares, na luta pelo reconhecimento do campo, produzem ações e reações, que no caso de uma área de conhecimento se materializam em produções educacionais o que remete às construções das disciplinas.

Ao propor a divisão, Melo inspira-se na proposta de Löblich & Scheu (2011, p. 1): a chamada história intelectual se ocuparia, assim, das “correntes de pensamento”; a segunda história, biográfica, daria relevo ao caráter autoral das produções; a terceira, a institucional, se ocuparia das ações das entidades basilares

* Vice-Presidente da Intercom. Doutora em História pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Email: mcb1@terra.com.br.

na conformação do campo; a quarta denominada disciplinar enfocaria o caráter estatutário presente na constituição dos saberes disciplinares; e a última, a contextual, da conjuntura em que tais movimentos se realizaram (Melo, 2011, p. 38).

Como essa história já comporta 50 anos de seu percurso inicial era necessário uma intensidade de pesquisa que um só pesquisador não seria capaz de produzir. Assim, foi fundamental a divisão de tarefas. Talvez tivesse sido mais prudente ter realizado a análise por períodos fechados de tempo – já que a temporalidade é a dimensão primeira da história que cria um tempo particular, o histórico, submetido às ingerências do calendário.

A ampliação do número de cursos de comunicação na década de 1970; a criação da primeira sociedade científica da área, em 1977, a Intercom, cuja meta também era aglutinar saberes produzidos de maneira esparsa e dispersa; e a centralidade estratégica cada vez mais reconhecida para a comunicação foram acontecimentos singulares que fizeram dos anos 1970 o tempo privilegiado de um novo campo que se anunciava. A década seguinte, caracterizada pela explosão dos cursos de comunicação, pela emergência de tecnologias de comunicação que prenunciava uma mudança radical do cenário midiático e pela produção da velha dicotomia entre o mundo teórico e o mundo da prática, levou ao que poderíamos demarcar como momento de disputas de sentido entre a academia e o mercado. Dois grandes movimentos marcariam a área da comunicação nos anos 1990: a expansão dos estudos pós-graduados, com a criação de oito novos Programas, se considerarmos também os dois surgidos no final da década de 1980 (UNICAMP e UFBA); e a explosão do que podemos denominar subcampos da comunicação e que teria como uma das suas conseqüências, sobretudo, na década seguinte a criação de novas associações científicas que representam e aglutinam pesquisadores dessas áreas.

Até o final dos anos 1980 existiam na área de comunicação apenas os programas pioneiros, isto é, USP (1972), UFRJ (1972), UnB (1974), PUC-SP (1976) e UESP (1978). No final da década de 1980 vieram se juntar a esta lista o mestrado em Comunicação da UNICAMP (1987) e o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da UFBA (1989). A década de 1990 assiste a primeira expansão das pós-graduações com o surgimento de novos cursos no Rio Grande do Sul (PUCRS, 1995; UFRGS, 1996; UNISINOS, 1997), em Minas Gerais (UFMG, 1996) e no Rio de Janeiro (UFF, 1997). Em 2000, havia, segundo o documento de área 2009 da CAPES, 14 programas em comunicação, ainda que a maioria concentrada nas regiões sudeste e sul do país.

A inclusão de novos pesquisadores e a formação de novos doutores na área se, por um lado, levaram à gradual expansão teórica, com a inclusão de novas temáticas e abordagens conceituais, por outro tornou presente a disputa por es-

paços de reconhecimento e visibilidade de novos pesquisadores que desejavam afirmar sua liderança. A criação de novas sociedades científicas que passaram a representar os pesquisadores a partir de segmentos do mundo da comunicação pode ser interpretada como exemplo da consolidação da comunicação como área de saber, mas pode também ser vista como sintoma da necessidade de criação de espaços de reconhecimento, legitimação e visibilidade, que em certa medida funcionam também como instâncias de consagração (BOURDIEU, 1989).

Não por acaso, novas sociedades científicas começam a proliferar no alvorecer dos anos 1990: depois da criação, em 1996, da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - COMPOS, “inicialmente como um fórum dos programas de pesquisa e pós-graduação do campo da comunicação” (BRAGA, 2010, p. 54), surge, no mesmo ano, a Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual - SOCINE; a Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em jornalismo (SBPJor), em 2003; a ULEPICC, União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, em 2004; a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP), em 2006; a ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, também em 2006; a Associação Brasileira dos Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR), em 2008; a Sociedade Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing político (POLITICOM), também em 2008, entre outras.¹

Na primeira década do século XXI vimos uma explosão ainda mais representativa dos estudos pós-graduandos em comunicação. Se no triênio 2004-2006, a área era constituída por 24 Programas de Pós-Graduação em Comunicação (11 mestrados e 13 programas de mestrado e doutorado), no triênio 2007-2009, era formada por 38 Programas (o 39º foi aprovado 2010), distribuídos em 23 cursos de mestrado e 15 Programas com mestrado e doutorado, com um aumento em relação ao triênio anterior de 58% (CAPES Documento de área 2009). Apesar do crescimento expressivo, o mesmo documento aponta o desequilíbrio na distribuição pelas regiões do país: dos 41 Programas aprovados pela CAPES e em funcionamento, em 2011, 21 estão localizados na região Sudeste (53,8%); oito na região Sul; seis na região Nordeste; quatro na região Centro-Oeste e dois na região Norte.

Se considerarmos a produção científica da área materializada em dissertações e teses defendidas, de 1996 a 2009, foram produzidas 4.991 dissertações de mestrado e 1.719 teses de doutorado, totalizando 6.710 produções². A questão

1. Para o histórico das sociedades científicas em comunicação cf. Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil. Vol. 2, Daniel Castro, José Marques de Melo e Cosette Castro (org), Brasília: Ipea, 2010.

2. <http://trienal.capes.gov.br/wp-content/uploads/2011/02/RELATÓRIO-DE-AVALIAÇÃO-2010-CSA-1.pdf>. Acesso em 19/09/2011.

que nos interessa diante da grandiosidade desses números é como identificar nesse universo as tendências em termos de opções teóricas, conceituais e metodológicas? Como identificar diante do gigantismo dessas produções projetos intelectuais hegemônicos?

Chegamos ao início do século XXI, com a comunicação consolidada cientificamente como um dos mais importantes campos de estudos da área das humanidades. Como disse recentemente não precisamos mais ter medo do contágio das outras disciplinas. A clareza do nosso objeto, de nossas temáticas e de nossos problemas de pesquisa permite-nos aproximar dos chamados “bons vizinhos da comunicação”. Definida a nossa fatia no bolo da ciência, delimitado o nosso universo de pesquisa e conhecimento, não há mais por que nos afastarmos de outros campos de saberes (BARBOSA, 2011).

Hoje não temos dúvida de que as reflexões da comunicação se direcionam para duas grandes questões que funcionam como espécies de balizas teóricas: estudamos processos e sistemas comunicacionais. Processos que se materializam nas análises daquilo que emana, sob os mais variados aspectos, dos meios de comunicação: sejam seus discursos, suas práticas, sua dimensão institucional, sua dimensão pragmática ou dos atores nas dinâmicas da comunicação. Estudamos também sistemas de comunicação que dialogam com as práticas em nosso cotidiano. Esses sistemas podem ser pensados, tal como fez Barbero (2004, p. 230), como um mapa que se movimenta sobre dois eixos: um histórico de longa duração, tensionado entre as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais – e outro sincrônico, dando conta das Lógicas de Produção em sua relação com o que chama Competências de Recepção e Consumo. Essa é uma das razões por que os estudos não se reduzem aos objetos mais evidentes da comunicação (jornais, emissoras de rádio, televisão etc.), nem aos atos dos produtores ou consumidores, mas à processualidade dos fazeres e dizeres comunicacionais.

Portanto, se tivéssemos optado pela divisão temporal para “contar essa história” estaríamos mais confortáveis para produzir a interpretação que envolve qualquer análise histórica. Mas se dividir a história do campo em módulos que se relacionam a espacialidades simbólicas trouxe dificuldades, também permitiu que se pensasse essa história a partir de múltiplos pólos: o institucional, o autoral, o disciplinar e o contextual, desaguando todos eles no que aqui foi denominado história intelectual.

EXPLICANDO O RECORTE

Entendendo história intelectual como o conjunto de formas de pensamento que permite a apreensão dos universos intelectuais num determinado espaço-tempo, propomos, então, não a análise das ideias comunicacionais nos últimos 40 anos,

mas a *visualização do campo a partir de tendências dominantes*, no qual o contexto intelectual de produção se relaciona ao contexto político no qual se desenvolve. A história intelectual da comunicação relaciona o campo de produção de textos, os autores, as principais instituições aonde estes se movem, procurando compreender a circulação das ideias e conceitos num espaço-tempo: no caso dessa análise, considerando a importância desses autores desde a institucionalização do campo, isto é, a partir da década de 1970, num espaço geopolítico e cultural que denominamos Brasil.

A história intelectual se transveste assim na história das ideias comunicacionais que, por sua vez, se materializa na análise das tendências dominantes do mundo das ideias em torno das teorias e reflexões sobre as práticas e processos comunicacionais. Para isso é necessário se referir há pelo menos dois contextos: o contexto intelectual de produção e o contexto político no qual esses saberes afloraram.

Portanto, a história intelectual comunicacional no Brasil procura mapear a produção de saberes específicos de determinados autores num lugar social (as instâncias de consagração e reconhecimento desses autores), no qual estabelecem relações entre uma mesma comunidade (no caso, os pesquisadores/professores de comunicação) que habita um determinado espaço (a comunidade acadêmica) e partilham determinados códigos, não sem conflitos, disputas e barganhas.

Para adquirirem e partilharem determinado capital simbólico (BOURDIEU, 1989), tendo reconhecida sua produção, produzindo-se como autoridades é preciso que sejam reconhecidos como intelectuais/autores, que produzem conhecimento em uma área de investigação acadêmica (isto é, a comunicação). Para isso, são indispensáveis instâncias de consagração e reconhecimento. No caso do campo comunicacional, algumas instituições exerceram papel chave na identificação, aglutinação, promoção e divulgação desses saberes. Este foi o caso da Intercom, pioneira na área da comunicação, surgida em 1977, em São Paulo e que se constituiu a partir daí na principal sociedade científica da área no país. Outras instâncias de produção do saber legitimado e reconhecido foram as Escolas de Comunicação, sobretudo a partir do aparecimento e proliferação dos estudos pós-graduados.

Portanto, a história intelectual do campo da comunicação, não é uma história dos “luminares” da área, nem a análise das ideias que foram emitidas e circularam forjando determinadas ideologias. Não é meramente uma história das ideias da comunicação. Será apenas uma interpretação de como determinados agentes que se destacaram no campo constituíram ao longo de quase meio século saberes validados e reconhecidos da comunicação como área de conhecimento. A questão central é como escolher esses agentes? Que critérios usar? Como pensar

essa interpretação particular sem produzir conflitos, já que habitamos numa areia movediça de vaidades?

O intelectual sempre se define em referência a uma herança, pertencendo a uma geração que se reconhece como participante de uma mesma comunidade. Neste sentido, os atores sociais que vamos citar serão prioritariamente da geração que recebeu a distinção da “maturidade acadêmica”³. Outro critério de escolha diz respeito ao sistema de citação. A incidência com que são referenciados nas revistas acadêmicas da área, em congressos e em teses e dissertações foram determinantes para a escolha dos nomes que aqui funcionam como *intelectuais símbolos do campo científico da comunicação* e das correntes de pensamentos que se articulando entre percepções individuais e coletivas produzem fenômenos de circulação, impregnação e enraizamento desses pensamentos (SIRINELLI, 2003). O que procuramos é compreender a difusão do pensamento de autores que são distinguidos, pelo cruzamento desses dois critérios (a *distinção* da maturidade acadêmica e o *reconhecimento* do sistema de citações), num grupo específico, isto é, aqueles que pertencem ao campo científico da comunicação.

Para Bourdieu (2002) um campo é onde se move agentes (que possuem propriedades de posições e relações) dotados de propriedades distintas, portadores de um *habitus* socialmente construído e que se constitui como campo de poder. Nesse campo, assume-se uma posição (de intelectual, por exemplo) em consonância com os grupos que dão a outorga para que alguns ocupem este lugar. O campo da comunicação é, portanto, um lugar social aonde se nutre o projeto de professores/pesquisadores que lentamente foram construindo esse lugar de fala e empreenderam lutas sem trégua (com avanços estratégicos, recuos, barganhas políticas etc.) para que tivessem este lugar de fala legitimamente reconhecido não só pelos pares, mas por outros atores que ocupam lugares homólogos em outros campos de saberes.

Dois lugares foram fundamentais para a institucionalização do campo, construindo arenas para a movência dos atores, sedimentando discursos em uníssono em torno de um projeto comum: a Intercom, como a primeira sociedade científica da área e que aglutinou (e continua aglutinando) saberes plurais e as Universidades, sobretudo com o advento das pós-graduações, como já enfatizamos. Assim, na história que vamos contar esses dois lugares como universos da produção das ideias científicas serão também privilegiados.

3. Criado em 1997, o Prêmio Luiz Beltrão na categoria maturidade acadêmica é concedido anualmente ao “pesquisador sênior que tenha obtido reconhecimento nacional ou projeção internacional pelo conjunto de sua obra” (Gobbi, 2004, p. 25). Para a lista completa dos que receberam a “distinção”, no sentido que dá a palavra Bourdieu (1989), cf. o Quadro II - INSTÂNCIA DE CONSAGRAÇÃO E RECONHECIMENTO PRÊMIO LUIZ BELTRÃO – Categoria Maturidade Acadêmica, presente neste capítulo.

Escolhidos os lugares aonde os saberes se deixam ver e são consagrados, como definir os projetos intelectuais hegemônicos que materializam tendências dominantes em termos de produção teórico-conceitual? A *distinção* foi um dos critérios escolhidos, como já enfatizamos: assim, os projetos intelectuais hegemônicos a serem analisados são, prioritariamente, aqueles de pesquisadores a quem vem sendo outorgado, desde 1997, o título de “Maturidade Acadêmica” pela Intercom no Prêmio Luiz Beltrão. Além disso, escolhemos também como intelectuais símbolos, aqueles que são os mais citados na área de comunicação, a partir de dois estudos bibliométricos (LOPES e ROMANCINI, 2010 e KUNSCH, 2009) ⁴.

UMA LONGA TRAJETÓRIA DE PRODUÇÃO DE SABERES

A história intelectual pode optar por aglutinar os personagens que fazem parte de um movimento de ideias em determinado momento e lugar sob a égide de um nome: “pensamento” (ALTAMIRANO, 2005, p. 16). Seguindo essa tendência, o pensamento comunicacional brasileiro pode ser dividido a partir do espaço social no qual ele foi produzido desde a sua lenta consolidação em torno dos programas de pós-graduação de maneira específica e das universidades de maneira mais geral.

Nesse sentido, podem-se identificar como intelectuais símbolos dos anos 1970/1980, alguns nomes que perduraram na duração, sendo ainda hoje os mais citados na área de comunicação, a maioria deles, não por acaso, também distinguidos com o Prêmio Luiz Beltrão, na categoria maturidade acadêmica⁵. Ao cruzar a distinção com o sistema de citações, alguns nomes mais recentes no cenário dessa história aparecem referenciados e, por esta razão, também figuram no universo dessa história intelectual.

Para facilitar a apresentação da “literatura de ideias” (ALTAMIRANO, 2005, p. 19) produzida por esses autores basilares, dividi o chamado pensamento comunicacional brasileiro em áreas geográficas mais restritas, agrupando-o pela lógica da repartição do país em unidades de federação, ou seja, os estados.

Do *Rio de Janeiro* - aonde foi realizado o Congresso da ABI, em 1971 - em torno, sobretudo, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro emerge um projeto intelectual que produz uma reflexão complexa da

4. O cruzamento desses dois critérios (outorga do Prêmio Luiz Beltrão e incidência de citações, considerando-se também a recorrência que esses autores aparecem nos dois estudos) foi fundamental para a determinação dos teóricos que citamos no texto. Entretanto, raramente outros critérios foram considerados, tais como: a característica pioneira na conformação do campo, a relevância na formação de pesquisadores, o destaque em determinada sub-área do campo da comunicação.

5. Um dos problemas que a utilização dos dados bibliométricos produz para uma reflexão que se propõe a ser histórica é o esquecimento numa área em que os autores também se movem ao sabor das preferências temáticas de pesquisa, que só recentemente se constituem de maneira mais orgânica. Assim, autores fundamentais nas primeiras décadas de institucionalização das pós-graduações em comunicação, isto é, nos anos 1970, como foi Décio Pignatari, então referência teórica obrigatória, não são referenciados, mas não poderiam estar ausentes, nem que seja através de uma breve referência, de qualquer história intelectual do campo da comunicação no país. Sobre Pignatari cf. Melo, Gobbi e Santos (2000).

comunicação na sua dimensão filosófica e discursiva. Três nomes destacam-se, desde o início da década de 1970, na conformação do campo científico/acadêmico da comunicação no país, originários da Escola de Comunicação da UFRJ, e que formaram centenas de pesquisadores que, hoje, reverberam seus ensinamentos em torno de múltiplas correntes teóricas da comunicação. O mais representativo de todos é, sem dúvida, **Muniz Sodré de Araújo Cabral**, o pesquisador da comunicação mais citado tanto nas teses e dissertações produzidas no país, como também em artigos publicados em revistas científicas e o teórico brasileiro de maior visibilidade no exterior, uma vez que seus livros estão traduzidos na Itália, na Espanha e na Argentina ⁶.

Nesse mesmo grupo não podemos deixar de citar dois outros nomes, tanto pela importância que tiveram na formação dos pesquisadores brasileiros de comunicação, como pelas suas ações no início de institucionalização do campo: Milton José Pinto e Emmanuel Carneiro Leão⁷.

Nascido em Porto Alegre, **Milton José Pinto** lecionou na Escola de Comunicação da UFRJ até sua aposentadoria, em 2008. Formado pela PUC-Rio, em 1973, com mestrado e doutorado pela UFRJ, foi orientador de diversas dissertações e teses de pós-graduação. Referência na análise de textos midiáticos, a partir da noção de semiologia dos discursos sociais, Milton José Pinto atuou na área desde a década de 1970, quando apresentou aos leitores brasileiros as análises estruturais da narrativa, baseadas na teoria dos discursos, aonde procurou mostrar “o lugar e a vez da mensagem narrativa (que também se poderia denominar efeito narrativo)” (PINTO, 1973, p. 7) numa epistemologia estruturalista. Especialista em Michel Foucault, Norman Fairclough e Mikhail Bakhtin, seus trabalhos se tornaram referência para a análise semiológica dos textos a partir das marcas estruturais de enunciação.

Quarto ganhador do Prêmio Luiz Beltrão, na categoria maturidade acadêmica, em 2001, Muniz Sodré de Araújo Cabral, ou simplesmente, **Muniz Sodré** trouxe contribuição decisiva para os estudos de comunicação no Brasil, produzindo reflexões fundamentais sob a égide da relação cultura e comunicação.

6. Em pesquisa realizada por Lopes e Romancini (2010, p. 19), entre os “autores nacionais de maior relevância para os estudos da comunicação no Brasil” (Tabela 10), Muniz Sodré aparece em primeiro lugar na lista com 114,8 pontos. Em segundo lugar, 61,1 pontos figura Arlindo Machado, de quem nos ocuparemos mais adiante neste texto. Ver Anexo I, ao final do capítulo.

7. Emmanuel Carneiro Leão, aluno de Heidegger, foi responsável pela ampliação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, o segundo mais antigo do país, fundado em 1972, pelo professor José Simeão Leal, primeiro diretor da Escola de Comunicação, criada em 1968 por Danton Jobim. Natural de Pernambuco seguiu inicialmente a carreira religiosa, optando desde o início pelo magistério de filosofia. Doutorado-se pela Universidade de Roma e ao regressar ao Brasil, no começo da década de sessenta, tornou-se professor do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, aonde atuou e foi também coordenador por vários anos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura.

Teórico maduro, Sodré defende o fato de as teorias da comunicação se constituir como provas de um grande progresso no entendimento da própria comunicação. Para ele o problema central da comunicação está na noção de vínculo (e não na de relação), o que “implica pressupor que (1) não existe qualquer garantia de sujeitos estáveis e prontos; (2) a comunicação não é coisa nenhuma sem a compreensão, que é uma disposição anterior tanto à consciência individual quanto ao comportamento dos sujeitos; (3) a vinculação é a condição *sine qua non* para uma teoria compreensiva da comunicação (...)”. O vínculo se dá “nas regiões da consciência e do inconsciente” e estudá-lo significa “pesquisar as regiões profundas da sociabilidade, tanto do comum em sua radicalidade (a comunidade, não o comunitarismo) quanto em suas manifestações políticas, econômicas e psíquicas” (SODRÉ, 2004. In: GOBBI e HOHLFELDT, 2004).

Como bem remarcou Raquel Paiva (2004), ao escrever o perfil intelectual de Sodré, o seu “projeto teórico desenha-se como o de um ‘pensamento de aproximação das diferenças’, para o que se torna imprescindível uma teoria compreensiva da comunicação, isto é, uma concepção comunicacional que não se limite às relações sociais hegemonicamente instituídas”. Assim, remarca a necessidade de perceber a “ambivalência da vinculação humana, que leva em conta o consciente e o inconsciente, o histórico e o mítico, o racional e o sensível”. É neste sentido que o campo da sensibilidade “onde se alinham a literatura, a poesia, a narrativa em todas as suas formas, a música e as formas míticas de existência” para Sodré é tão ou mais importante do que a “descrição racionalista das formas técnicas de instalação das tecnologias da informação e da comunicação” (PAIVA, In: GOBBI e HOHLFELDT, 2004, p. 199).

Produzindo uma complexa teoria em torno dos modos de comunicação, Sodré propõe em seus estudos a articulação da teoria com a vida cotidiana. Traduzindo a cultura e os territórios (incluindo aí o território do sensível) em termos do entendimento do mundo social, adensado por dizeres e fazeres comunicacionais, procura, ao deixar inscrita definitivamente sua marca como produtor de conceitos inesgotáveis e sempre renovados, compreender o mundo a sua volta, marcado por afetos e ausência de políticas públicas, traduzindo sua época em conceitos.

São Paulo concentra o maior número de teóricos ganhadores do prêmio maturidade acadêmica e também aqueles que figuram com mais recorrência nas citações das teses e dissertações produzidas no país, bem como nas revistas científicas da área e nos trabalhos apresentados nos principais congressos científicos do país⁸.

8. No estudo bibliométrico realizado por Kunsch (2009), os cinco autores mais citados da área, considerando teses e dissertações e trabalhos apresentados nos congressos da Intercom e da COMPOS, são: Lucia Santaella (PUCSP), Arlindo Machado (PUCSP), Muniz Sodré (UFRJ), José Marques de Melo (USP e UMESP) e André Lemos (UFBA).

Alguns personagens dessa história, para além da importância da teoria que emana da longa construção de seus saberes, tiveram papel singular na institucionalização do próprio campo da comunicação no país. Este é o principal legado de **José Marques de Melo** que construiu ao longo de mais de 40 anos de trajetória na área todas as principais instituições que aglutinam pesquisadores de várias gerações. Incansável na institucionalização de instituições científicas da área da comunicação, Marques de Melo foi, além do criador da Intercom, responsável pelo fortalecimento da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP); pela instalação do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP); pela instalação da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional na UESP; pela rearticulação da ALAIC, no final da década de 1980; pela inspiração e criação da Rede Alfredo de Carvalho que constituiu o início da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR); e pela idealização e criação da SOCICOM, Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação, reunindo 16 Associações Científicas da área da Comunicação, e pela integração de todas as sociedades científicas brasileiras no movimento de criação da Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (CONFIBERCOM), criada em 2009 e com a adesão imediata de 12 entidades ibero-americanas⁹.

Do ponto de vista teórico, as reflexões de Marques de Melo aglutinam-se em torno dos saberes originários das práticas e processos jornalísticos, referendados pelo fato de ter sido o primeiro doutor em jornalismo no país. Nesse sentido, sua trajetória de produção de saberes orienta-se em direção à reflexão crítica sobre o jornalismo em diversos aportes conceituais: desde o livro pioneiro que procura identificar, numa perspectiva histórica, os fatores que retardaram a implantação da imprensa no Brasil, até estudos mais recentes que aprofundam a questão da relação forma e conteúdo nos estudos de jornalismo. Neste sentido, seu trabalho continuado em torno da questão dos gêneros jornalísticos no Brasil merece destaque.

Sousa (2010, p. 44) ao analisar o pensamento do autor, realça sua “devção à causa do jornalismo como objeto de estudo científico”, tendo sempre mantido o jornalismo enquanto campo científico e técnico-profissional específico no seu horizonte de pesquisa. Brittes (2004) ao classificar o conjunto de suas contribuições agrupa-as em dois grandes eixos: midiologia comparada, englobando estudos midiológicos e estudos midiáticos, e a articulação entre comunicação e educação. Sob a égide dos estudos midiológicos estão “teorias e metodologias sobre os processos de geração (pesquisa) e transferência (ensino/extensão) de conhecimentos relativos aos fenômenos comunicacionais mas-

9. Sobre a Socicom e o contexto de criação da CONFIBERCOM, cf. MÉDOLA, 2010, p. 29-33.

sivos e suas interligações com os fenômenos da comunicação interpessoal ou grupal”. Já os estudos midiáticos aglutinam reflexões sobre os “processos de produção, difusão, recepção e retro-alimentação de mensagens mediadas por tecnologias de longo alcance ou de porte industrial” (BRITTES, 2004, p. 91). Em relação ao último eixo, ou seja, a relação comunicação e educação, esta deriva tanto da história pessoal de Melo, quando ainda nos anos 1960 trabalhou com o projeto de alfabetização de Paulo Freire, quanto da sua trajetória como dirigente de instituições de ensino e de sociedades científicas, o que o levou a refletir sobre os processos, métodos e sistemas relacionados com a formação de profissionais da comunicação, com ênfase no jornalismo.

Também de São Paulo, destaca-se entre os personagens síntese da geração e produção de conhecimento na área de comunicação, seja pelo papel de pioneiros, seja pela relevância dos estudos que desenvolveram três outros nomes citados a seguir: Lucia Santaella e Arlindo Machado, ambos docentes da PUCSP, e Ismail Xavier, da USP¹⁰.

Lucia Santaella, ganhadora do Prêmio Luiz Beltrão na categoria maturidade acadêmica, em 2010, destaca-se pela sua produção na área de semiótica, tendo sido presidente de algumas das mais importantes associações mundiais da área. Segundo suas próprias palavras “não é novidade para ninguém que cunhei os estudos da comunicação com o selo da semiótica”. Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUCSP desde 1976, Santaella destaca também sua formação em linguagens e artes visuais a partir dos novos cursos intersemióticos que propunha no programa de pós, da mesma forma que remarca a sua percepção, ao contrário do que pensava no passado, de que as teorias semióticas sozinhas não são capazes de “dar boa conta dos estudos de comunicação”. “Foi assim que pude chegar à constatação de que, não obstante a relevância da semiótica, as facetas pelas quais a comunicação pode ser abordada são muitas, cada uma delas com sua própria sustentabilidade. Desde então, os laços que passei a estabelecer entre a comunicação e a semiótica são mais alertas e plurívocos” (2010, p.272).

Arlindo Machado, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUCSP, desenvolve pesquisas no universo das chamadas “imagens técnicas”, ou seja, as imagens produzidas através de diversas mediações tecnológicas, como fotografia, cinema, vídeo, mídias digitais. Realizando seus es-

10. No estudo realizado por Kunsch (2009, p. 90), Santaella figura em primeiro lugar entre os autores mais citados da comunicação, tanto nos trabalhos apresentados nos congressos da Intercom, como nos da COMPÓS e nas teses e dissertações. Arlindo Machado vem em segundo lugar e Muniz Sodré em terceiro. Já no estudo realizado por Lopes e Romancini (2010, p. 19), entre os autores de maior relevância para os estudos de comunicação, Arlindo Machado aparece em segundo lugar, seguido de Maria Immacolata Vassalo Lopes, Ismail Xavier, Renato Ortiz, André Lemos e José Marques de Melo. Santaella aparece em 11º lugar nessa pesquisa.

tudos pós-graduados nos anos 1980, tendo sido orientado por Lúcia Santaella, tanto no mestrado como no doutorado, Machado dedica-se mais recentemente a pesquisar a enunciação cinematográfica em novos regimes de subjetividades instaurados no ciberespaço (MACHADO, 2007). Referências importantes na sua produção são também seus estudos sobre televisão e vídeo.

Também no campo das imagens, a produção de **Ismail Xavier** em relação aos estudos de cinema se constitui numa das mais importantes da América Latina. ganhador do Prêmio Luiz Beltrão, na categoria maturidade acadêmica, em 2010, aborda o cinema como “forma de conhecimento e crítica do mundo contemporâneo” (MENDES. In: GOBBI, 2010, p. 237). Interpretando filmes, considerando as conexões entre história, cinema e ideologia, Xavier, segundo Mendes, em toda a sua obra procura ampliar “um tipo de crítica integral aplicada ao cinema, um tipo de crítica que conjuga teoria e análise cerrada, dando ensejo a uma interpretação da história” (p. 237). Principal autor brasileiro na elaboração crítica das teorias do cinema, as pesquisas de Xavier são apresentadas também na longa linhagem de tradição crítica brasileira, de que Antonio Candido e Roberto Schwarz são nomes fundamentais.

Figurando como referências recorrentes nos estudos da comunicação desde os anos 1970/80, Sodré, Melo, Santaella e Pignatari constituem, assim, pilares dessa história intelectual na duração. Já outros nomes, como Machado e Xavier passam a ser referenciados com mais intensidade, sobretudo, a partir dos anos 1990. Este também é o caso de **Maria Immacolata Vassallo de Lopes**, ex-presidente da Intercom, e que realiza estudos continuados sobre ficção televisiva. Destacam-se também suas reflexões sobre pesquisa e metodologia, na conformação de um saber epistemológico do campo da comunicação. Desde os anos 2000 vem se dedicando à implantação da rede internacional de pesquisas Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva – OBITEL, que objetiva estudar de maneira sistemática e continuada “os sentidos da teleficação nos planos nacional, regional e internacional”.

Outro teórico fundamental para a sistematização dos estudos de comunicação em torno de questões mais específicas, como as particularidades de uma economia política da televisão, e cujos estudos se constituíam em lugares de citação obrigatória para os que estudavam os meios nessa perspectiva, nas décadas de 1980 e 1990, é **Sérgio Capparelli**, segundo ganhador do Prêmio Luiz Beltrão, na categoria maturidade acadêmica em 1999.

Segundo Stumpf (2004), três obras expressam sua contribuição para o pensamento comunicacional brasileiro: *Comunicação de Massa sem Massa, Televisão e Capitalismo no Brasil* e *Ditadura e Indústrias Culturais no Brasil, na Argentina e no Chile e no Uruguai*, todos publicados na década de 1980. A trajetória científica de Capparelli demarca, em certo sentido, a expansão das reflexões teóricas para

além do eixo Rio-São Paulo, já que o autor foi o criador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em 1996, parte integrante do processo de expansão dos estudos brasileiros de comunicação e que no sul do país se iniciara um ano antes com a criação da pós-graduação da PUCRS¹¹.

Os estudos em torno da relação comunicação, política e ideologia marcam as produções da área no final da década de 1970, inaugurando uma década em que novas abordagens são acopladas às reflexões de um campo que começa a se expandir teoricamente. Entre as novas temáticas dos anos 1980 há os estudos que realizam as articulações entre comunicação e classes sociais, o início das reflexões em torno das novas tecnologias midiáticas; as abordagens da comunicação popular e alternativa e o adensamento dos estudos teóricos em torno da indústria cultural, com um viés crítico mais acentuado em direção às abordagens da Escola de Frankfurt. Já os anos 1990 caracterizam-se pela expansão dos estudos pós-graduados em comunicação, o que representou também a entrada em cena de inúmeros autores e a ampliação de reflexões que, em certa medida, já tinham se anunciado na década anterior.

As análises sobre os novos cenários midiáticos dos anos 1990, com a expansão das tecnologias da comunicação e da informação, constituem uma espécie de ponto de partida para a complexificação das pesquisas em torno daquilo que, mais tarde, seria conhecido com estudos de cibercultura, e que resultaria inclusive na criação da ABCiber, em meados dos anos 2000, reunindo pesquisadores que desenvolvem estudos específicos nesta área. A criação da sociedade científica, como outras surgidas também na alvorada do novo século, indica duas tendências: a multiplicação de estudos específicos na área de comunicação, constituindo sub-campos teóricos; e a complexificação desses estudos, o que leva a necessidade de reflexões em torno de fenômenos mais específicos. Expressa também, como não poderia deixar de ser, o desejo de criação de espaços para a apresentação e visibilidade dos estudos que estão sendo desenvolvidos, cada vez mais necessários tendo em vista a expansão intensa da área.

Emerge, então, no campo da comunicação como uma “literatura de ideias” em franca expansão a partir dos anos 1990, os estudos de cibercultura, desenvolvidos em linhas de pesquisa de quase todos os programas de pós-graduação do país. Diversos autores poderiam ser citados como representantes desse novo lugar de fala, mas seguindo o recorte que escolhemos, **André Lemos**, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Bahia, figura como representante deste movimento teórico em torno de pesquisas que

11. Em estudo realizado sobre a constituição do campo científico da comunicação no sul do Brasil, entre os autores brasileiros mais citados em dissertações produzidas entre 1998 e 2000, Sérgio Capparelli figura em primeiro lugar, seguido de Arlindo Machado e José Marques de Melo. Cf. CAREGNATO e VANZ, 2007, p. 9-10.

se dedicam a estudar as relações entre o espaço urbano na confluência com novas tecnologias de comunicação. As referências ao seu nome como pesquisador da área nos estudos bibliométricos usados como parâmetros neste trabalho, aparecem referenciada a partir dos anos 2000, ano da publicação de seu primeiro livro, uma coletânea organizada junto com Marcos Palacios, denominada *Janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cultura*. As referências a Lemos também demarcam, em certo sentido, a expansão da visibilidade dos saberes de comunicação em torno de novos programas de pós-graduação surgidos na década de 1990 e o pioneirismo da Bahia neste sentido, ao criar, em 1989, o primeiro programa do Nordeste. O Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da UFBA manteve-se sozinho na produção da pesquisa no espaço pós-graduado do Nordeste até 1998, quando surgiu o segundo programa da região, na Universidade Federal de Pernambuco.

PENSAMENTO COMUNICACIONAL BRASILEIRO E "LITERATURA DE IDEIAS"

Até aqui procuramos mostrar, a partir da divisão do país em unidades menores aonde são produzidos os saberes, nomes que funcionam como símbolos do campo científico da comunicação e das correntes de pensamentos que se articularam em produções acadêmicas que circularam no território brasileiro, em maior ou menor escala e por longos períodos de tempo ou em momentos mais contemporâneos.

Observando-se a lógica geracional em relação a esses atores, há que se remarcar a permanência do pensamento científico de alguns desses pesquisadores, que desde a década de 1970 são continuamente citados como teóricos de referência. Esse é o caso de Muniz Sodré e José Marques de Melo, não por acaso pertencentes à geração que iniciou a expansão teórica da comunicação em seus aspectos geográficos e conceituais, ao ampliar o escopo e a tipologia das suas abordagens, introduzindo estudos singulares e inovadores. Situa-se neste diagnóstico, por exemplo, do livro pioneiro de Sodré, *A Comunicação do Grotesco*, cuja primeira edição é de 1972; e *Comunicação Social Teoria e Pesquisa*, de José Marques de Melo, editado pela Vozes em 1970, entre outros.

Num grupo intermediário, cuja formação se deu ao longo dos anos 1970/1980, figuram representantes da segunda geração da expansão teórica dos estudos de comunicação, processo que se dá nas duas décadas seguintes (1980-1990). São representantes dessa tendência Lúcia Santaella, Ismail Xavier, Sérgio Capparelli, Arlindo Machado e Maria Immacolata Vassallo de Lopes. E como representante da terceira geração, cuja produção aparece de maneira mais representativa a partir do início do século XXI, podemos situar André Lemos.

Se considerarmos que o intelectual se define também em referência a uma herança, pertencendo a uma geração que se reconhece como participante de uma mesma comunidade observa-se que o critério geracional agrupa também os pesquisadores pela maneira como formulam suas teorias. A primeira geração procura definir os seus saberes num conjunto articulado de proposições conceituais em consonância com a crítica ao ensino da área, mas produzindo uma reflexão propositiva, apontando caminhos para a mudança do mundo social de onde emanam as reflexões da comunicação. A longa linhagem de formação de discípulos, alguns dos quais ocuparão lugares-chaves na chamada segunda e terceira gerações, contribuindo para a formação pós-graduada no país é outra característica do grupo que assim foi, também neste aspecto, responsável direto pela ampliação reflexiva do campo comunicacional.

Já a segunda geração, articula a sua produção de conhecimento com a divulgação sistemática dessas ideias em torno de comunidades interpretativas focais (Grupos de Pesquisa, Redes de Pesquisadores etc.), produzindo uma crítica dos processos comunicacionais de forma menos holística. Caracteriza-a, também, a ampliação das reflexões em torno das questões imagéticas, com uma nítida acentuação da produção em torno dos estudos de cinema, da articulação comunicação e economia política da televisão, da reflexão em torno das narrativas da ficção seriada e da produção reflexiva em torno das “imagens” de maneira abrangente. Insere-se nesse contexto a luta emblemática pelo reconhecimento da articulação da comunicação com os estudos semióticos como sendo própria do campo da comunicação, e nessa luta Lucia Santaella ocupou lugar destacado.

A ampliação das pesquisas em direção a objetos mais restritos, o que permite, ao mesmo tempo, maior complexidade e densidade das análises parece acompanhar o processo de proliferação dos estudos pós-graduados da área e que irá se refletir na temática elencada por muitos dos representantes da chamada terceira geração. Nesse cenário, a eclosão dos estudos em torno do cotidiano da comunicação em consonância com os novos cenários midiáticos, nos quais a ampliação dos processos resultantes da nova paisagem tecnológica se sobressai, indica a preponderância dos interesses temáticos, sobretudo, na primeira década do século XXI. Essa década é também marcada pela explosão dos atores que configuram o campo teórico da comunicação, com a multiplicação de temáticas, muitas vezes ao sabor dos modismos passageiros, de certa instrumentalização da área, através da construção de associações científicas que procuram dar organicidade mais evidente ao campo, ao mesmo tempo em que criam espaços para a divulgação de reflexões que não param de se adensar pelo menos no aspecto quantitativo.

QUADRO I
Personagens sínteses do campo comunicacional – 1970/2000

Personagem	Espaço Geográfico	Espaço Institucional	Espaço Teórico	Pesquisador Nível	Distinções	Geração
Muniz Sodré	Rio de Janeiro	UFRJ – Programa de Pós-Graduação	Estudos de Comunicação e Cultura	1 A CNPq	Prêmio Luiz Beltrão	1ª
Milton José Pinto	Rio de Janeiro	UFRJ – Programa de Pós-Graduação	Estudos de Discurso	-	Coordenador de GT Compós	1ª
José Marques de Melo	São Paulo	ECA-USP/ UMESP Programa de Pós-Graduação	Estudos de jornalismo	-	Ex-Presidente da Intercom	1ª
Lucia Santaella	São Paulo	PUCSP Programa de Pós-Graduação	Estudos de Semiótica	1 A CNPq	Prêmio Luiz Beltrão	2ª
Arlindo Machado	São Paulo	PUCSP Programa de Pós-Graduação	Estudos de Imagens	1 A CNPq	Coordenador de NP da Intercom	2ª
Ismail Xavier	São Paulo	ECA-USP Programa de Pós-Graduação	Estudos de Cinema	1 A CNPq	Prêmio Luiz Beltrão	2ª
Maria Immacolata V. Lopes	São Paulo	ECA-USP Programa de Pós-Graduação	Estudos de Ficção Seriada	1 A CNPq	Ex-Presidente da Intercom	2ª
Sergio Caparelli	Rio Grande do Sul	UFRGS Programa de Pós-Graduação	Estudos de Políticas de Comunicação (Televisão)	-	Prêmio Luiz Beltrão	2ª
André Lemos	Bahia	UFBA Programa de Pós-Graduação	Estudos de Ciberultura	1 B CNPq	Ex-Presidente da COMPOS	3ª

OBS.: A escolha dos nomes para composição do quadro foi feita, sobretudo, a partir de dois estudos bibliométricos (KUNTSCH, 2009 e LOPES e ROMANCINI, 2010) que figuram como Anexo I. Como critério mais geral, incluímos como personagens privilegiadas os cinco primeiros nomes da lista de Kunsch (2009).

Analisando de forma mais detida o Quadro I, verificamos, em primeiro lugar, que os personagens singulares dessa história intelectual são em sua totalidade professores de programas de pós-graduação, mostrando o lugar estratégico das universidades na produção científica da área. Em segundo lugar, observa-se a concentração de pesquisadores, sobretudo, no eixo Rio - São Paulo, lugar que aglutina o maior número de pós-graduações e onde surgiram os programas pioneiros, ainda na década de 1970, já que com exceção da UnB, cuja pós-graduação foi criada em 1974, todos os outros funcionavam ou no Rio de Janeiro ou em São Paulo.

Em relação à tipologia dos estudos desenvolvidos, a ampliação temática e a introdução recorrente de reflexões em torno de questões imagéticas já na última década do século XX, por um maior número de pesquisadores, indicam o movimento de reflexões em torno dos processos audiovisuais, num primeiro momento e, num segundo instante, a inclusão de estudos em torno dos processos colocados em cena pelas tecnologias de comunicação e de informação.

No que diz respeito aos lugares institucionais ocupados, há que se fazer referência ao fato de a maioria ter sido reconhecida pelos próprios pares como pesquisadores dignos do título de “maturidade acadêmica” pela relevância de sua produção científica no campo da comunicação. Embora no quadro anterior somente quatro dos nove elencados tenham recebido a distinção, há que se considerar que, por força do regulamento, os ex-presidentes da Intercom estão automaticamente excluídos do Prêmio. Há se considerar ainda que José Marques de Melo foi o idealizador e o criador do Prêmio Luiz Beltrão. No quadro a seguir reproduzimos os ganhadores do Prêmio, na categoria maturidade acadêmica.

QUADRO II
INSTÂNCIA DE “CONSAGRAÇÃO” E RECONHECIMENTO¹²
 PRÊMIO LUIZ BELTRÃO – Categoria Maturidade Acadêmica

Premiado	Instituição*/Estado	Ano Premiação
Moacir Pereira	UFSC – Santa Catarina	1998
Sérgio Capparelli	UFRGS – Rio Grande do Sul	1999
Sérgio Mattos	UFBA - Bahia	2000
Muniz Sodré	UFRJ – Rio de Janeiro	2001
Antonio Costella	UNIFIAM – São Paulo	2002
Carlos Eduardo Lins da Silva	São Paulo	2003
Ana Arruda Callado	Rio de Janeiro	2004
Murilo Cesar Ramos	UnB - Brasília	2005
Adisia de Sá	UFC - Ceará	2006
Antonio Hohlfeldt	PUCRS – Rio Grande do Sul	2007
Marialva Carlos Barbosa	UFF – Rio de Janeiro	2008
Ismail Xavier	USP – São Paulo	2009
Lucia Santaella	PUCSP – São Paulo	2010
Luiz Maranhão	UNICAP - Pernambuco	2011

(*) Considerou-se a instituição na qual o premiado estava filiado no ano em que o prêmio foi concedido.

OS ANOS 1970 E 1980: TEMPOS UTÓPICOS E HERÓICOS

Nesta penúltima parte do texto, interessa-nos visualizar a historicidade do campo comunicacional, nas décadas de 1970 e 1980, articulando a produção brasileira a partir de tendências dominantes com a realidade dada a ver pelo contexto no qual esta produção se desenvolveu. Na última parte, na seqüência, analisaremos brevemente o cenário dos anos 1990/2000.

12. Estamos utilizando o termo consagração no sentido empregado por Bourdieu (1989).

Desde os anos 1970, intelectuais produziram suas pesquisas (que passam a resultar em aportes teóricos inovadores), sobretudo, nas pós-graduações em comunicação que começam a funcionar naquela década.

Mas dispersão dos saberes, a produção intelectual desfigurada, como resultado direto do isolamento e fragmentação da área, em parte em decorrência do contexto político dos anos 1960, quando se procurou promover um aniquilamento intelectual, sob a égide do estado ditatorial, levou os próprios pesquisadores a realizarem um movimento para a organização de seus quadros, fora do âmbito das universidades. É assim, que é criada, no final dos anos 1970, a primeira associação científica destinada a reunir pesquisadores de comunicação de todo o território nacional. A partir da constituição da Intercom, em 1977, o campo acadêmico da comunicação tomaria outros rumos, no qual a organicidade e a explosão da pesquisa na área parecem ser as características dominantes. A pluralidade com que a Intercom marca o início de suas ações faz com que sob sua égide se reúnam pesquisadores das mais variadas tendências, escolas teóricas e matrizes culturais, construindo um campo que se caracteriza pela diversidade. Em suma, organizar os pesquisadores brasileiros em torno do fenômeno da comunicação foi desde o início o objetivo mais visível da sociedade científica pioneira.

Se procurarmos alinhar essa referência focal dos intelectuais que constituíram desde a década de 1970 o campo acadêmico da comunicação ao contexto no qual essa produção se inseriu, observamos outros movimentos iniciados ainda na década anterior. Nos anos 1960 se intensifica a crítica aos meios de comunicação enxergados em sua quase totalidade a partir da revisitação dos conceitos da Escola de Frankfurt e da percepção da manipulação das sociedades de massa em meio ao processo de ampliação das escolas de comunicação. Marcuse tornava-se referência teórica e política dos estudiosos da comunicação, destacando-se nas reflexões, a partir dessa filiação, um padrão cultural comunicacional marcado pelo individualismo e pelo amálgama dos sujeitos que constituíam a sociedade de consumo. No mesmo período, a explosão teórica de Marshall McLuhan amplia o debate em torno dos meios eletroacústicos, percebidos como extensões cognitivas do homem.

Nos anos 1970, a tarefa inicial dos teóricos da primeira geração de pesquisadores foi dar a ler textos básicos de comunicação e cultura, possibilitando interpretações da chamada vanguarda internacional, na qual se destacava como literatura de ideias o movimento estruturalista. Nesse contexto se localiza a edição da coleção *Novas Perspectivas em Comunicação* pela editora Vozes, cujo número 1 é dedicado a *Análise Estrutural da Narrativa*, com revisão crítica e texto introdutório de Milton José Pinto, e que divulga opções teóricas da análise estruturalista da narrativa, na perspectiva de Roland Barthes, Tzvetan Todorov e Gérard Genette, entre outros. O segundo volume da coleção, que

compila textos da revista francesa *Communications*, era dedicado à articulação Semiologia e Lingüística. Na mesma perspectiva Luiz Costa Lima organiza o clássico *Teoria da Cultura de Massa*, em 1978, cuja primeira edição é também da Vozes, reunindo textos de Lazarsfeld e Merton, Riesman, McLuhan, Adorno e Horkheimer, Benjamin, Marcuse, Baudrillard, Kristeva, Barthes e Panofsky.

Quase que concomitantemente a este movimento, ainda no início dos anos 1970, os pesquisadores brasileiros começam a publicar estudos específicos sobre a indústria cultural. É nessa perspectiva que é produzido *Fotonovela e Indústria Cultural* de Angeluccia Bernardes Habert, professora da PUCRio, editado em 1974, os estudos sobre quadrinhos, de autoria de Moacy Cirne, então professor da Universidade Federal Fluminense, e, sobretudo, a *Comunicação do Grotesco*, de Muniz Sodré. No prefácio da primeira edição, Sodré sintetiza o espírito do tempo, marcado, segundo ele, pelo transplante de teorias de outras realidades culturais e que não davam conta da especificidade do que chamava a nossa realidade. E vaticinava: “sem a instauração do processo teórico necessário à sua constituição definitiva como ciência, a comunicação corre o risco de converter-se numa técnica de recursos gigantescos destinada à promoção e à perpetuação dos objetos e símbolos da sociedade de consumo ocidental”. E acrescentava: “uma ciência não progride sem uma ideia precisa de sua natureza e de seus meios de desenvolvimento, o que só pode ser conseguido por árduo esforço teórico” (SODRÉ, 1972, p. 5-6).

A mesma crítica ao fato de os estudos de comunicação transplantarem teorias provenientes de espaços estrangeiros, ampliada por certo deslumbramento existente em relação às ideias forasteiras, foi inúmeras vezes proferida por José Marques de Melo que empreende luta sem tréguas para o reconhecimento e divulgação do pensamento comunicacional latino americano. Para isso publica, sobretudo, nos últimos anos, com uma voracidade ímpar e reveladora do desejo de amplificar os aportes teóricos e conceituais desse pensamento, inúmeras coletâneas que transcrevem textos fundamentais dos que desde os anos 1970 vêm construindo o campo acadêmico da comunicação. São emblemáticas, neste sentido, as obras *Vozes da resistência e combate: o legado crítico da comunidade acadêmica*; *Comunicação Latino-Americana, o protagonismo feminino*; *Valquírias Midiáticas* e, sobretudo, *Pensamento Comunicacional Uspiano*, editado em dois volumes, em 2011, entre outros.

A partir da análise dos dois volumes dessa última coletânea, observa-se que, no caso de São Paulo, e especificamente do pensamento comunicacional oriundo da Universidade de São Paulo, a sua divulgação, nos anos 1970, se fazia via revista *Comunicação e Artes*, editada pela Escola de Comunicação (ECA-USP). Mas já a partir dos anos 1980 Jean-Claude Bernardet, Anamaria Fadul, Bernardo Kucinski, Margarida Kunsch, Maria Immacolata V. Lopes, Ciro Marcondes

Filho, Cremilda Medina, Maria Dora Mourão, Carlos Eduardo Lins da Silva, Ismar de Oliveira Soares, Mauro Wilton de Souza e Ismail Xavier encontram espaços para divulgação de seus aportes teóricos em diversos livros editados, sobretudo, em São Paulo.

No diagnóstico que fez do panorama brasileiro da pesquisa em comunicação, em meados dos anos 1980, José Marques de Melo foi cáustico em relação ao que foi produzido a partir da metade década de 1960 até a metade dos anos 1970. Diagnosticava que as mutações ocorridas nos meios de comunicação e o impacto que tinham perante a sociedade despertavam o interesse dos pesquisadores, num ambiente marcado pelas limitações impostas pela ditadura inaugurada, em 1964, com o Golpe. “Os estudos que se fazem nesse período oscilam entre o deslumbramento em face dos novos fenômenos (a multiplicação dos *comics*, a explosão da telenovela, a modernização dos jornais, o sucesso das revistas especializadas, etc.) e o receio apocalíptico diante de sua expansão vertiginosa (massificação cultural, destruição da cultura popular, deseducação das crianças, alienação política, etc.)” (MELO, 1986, p.115).

Em relação aos modelos de análise adotados, Melo listava: “é um período rico, que se orienta por modelos absorvidos dos CECMAS (Paris), da Escola de Frankfurt, do núcleo de semiótica de Milão (Humberto Eco)”. Diagnosticando a intensa difusão desses padrões europeus e também norte-americanos (contracultura), em meio à cobertura que a televisão e a imprensa davam à época a esses pólos da pesquisa acadêmica, Melo identifica neste comportamento o “modismo da comunicação”, neste momento qualificado por ele como sendo ao mesmo tempo do “deslumbramento” e do “apocalipse” (*Idem*, p. 115).

Numa conjuntura de esgotamento do regime militar, derrotado nas edições legislativas de 1974 e 1978 nos grandes centros urbanos, e que inaugura já no Governo Figueiredo uma “abertura lenta, gradual e irrestrita” (anistia, retorno dos exilados, tolerância aos partidos clandestinos, convocação de eleições diretas nos estados, etc.), os pesquisadores das escolas de comunicação intensificam “a análise dos fenômenos peculiares aos processos de reprodução cultural, de natureza industrial ou de feição artesanal, rústica, popular” (*Idem*, p. 116). Os estudos realizados, sobretudo nos programas de pós-graduação das três universidades pioneiras (USP, UFRJ e UnB), estavam ainda ligados metodologicamente, segundo Melo, às matrizes das ciências humanas. As dissertações daqueles que obtiveram então o título de Mestre em Comunicação Social reproduziam quadros teóricos das disciplinas as quais a Comunicação constituiu nesses primórdios dos estudos pós-graduados como os seus “bons vizinhos”: Sociologia, Psicologia, Antropologia, História e Linguística. Na opinião de Melo, este foi o caminho encontrado para que as teses elaboradas e defendidas obtivessem o reconhecimento da comu-

nidade acadêmica nacional. A comunicação era assim mero objeto de estudo, sem tratamento teórico e metodológico específico. Aliás, esse diagnóstico acoplado aos tempos iniciais se constituiu no grande debate da área em relação aos seus estudos pós-graduados ainda por várias décadas.

No final da década de 1970, surgem dois novos programas de pós, o da PUCSP e o da UMESP, em São Bernardo do Campo (SP). Ambos com a indicação de novas propostas pedagógicas: o primeiro estabelecendo claros vínculos com a semiologia e o segundo voltado para os estudos de comunicação não-hegemônica, a cultura popular, a comunicação alternativa e de resistência.

No contexto de retomada de participação política dos anos 1980, no qual a reconquista do direito de greve dos trabalhadores é o momento símbolo de mobilização política da sociedade civil, dois aspectos devem ser considerados como marcas fundamentais da história do campo acadêmico da comunicação. O primeiro foi o rompimento dos pesquisadores com a filiação exclusiva ou aos padrões conservadores do funcionalismo norte-americano ou à crítica radical preconizada pela opção teórica da Escola de Frankfurt. Nos anos 1980, o referencial marxista é descoberto pelos estudiosos da comunicação e as análises passam a ser cada vez mais inspiradas em Antonio Gramsci, Raymond Williams, Lucien Goldman, Louis Althusser, Nicolas Pulantzas e Armand Mattelart. De outro lado, a teologia da libertação, com a influência, sobretudo, de Paulo Freire, passa a exercer certo fascínio em uma parcela não desprezível de pesquisadores. E o segundo, sem dúvida o mais importante e decisivo para conformação do campo comunicacional nas décadas seguintes, foi a criação da Intercom, já no final dos anos 1970.

A década de 1980 foi, para alguns autores (FESTA, 1995), no âmbito da pesquisa em comunicação em consonância com o contexto no qual esta se realizava um tempo de utopias e, ao mesmo tempo, de racionalidade. A polaridade dava-se entre a construção de um *lôci* libertário (motivado pelos processos revolucionários centro-americanos e cubanos), o desenvolvimento e a crítica ao novo período marcado pelos autoritarismos e pelos liberais. Segundo a autora, a partir das utopias de mudança, da contestação e da reivindicação emergiram na América Latina “os mais inovadores processos comunicativos”. Toda essa efervescência da chamada “década perdida” em termos de estudos no campo da comunicação significou a multiplicação de análises dos meios impressos, eletrônicos, manifestações culturais, entre outros objetos. Sobressaem nesses estudos três vieses: o da comunicação popular e alternativa; o da crítica aos processos da indústria cultural sob a égide dos aportes frankfurtianos; e o da amplificação de reflexões que, cada vez mais, se distanciavam da prática (*op.cit.*, 126-131).

Para outros autores, como Melo (1983), a década de 1980 significa para os estudos de comunicação o momento da sua legitimação acadêmica. Segundo ele, somente nesse momento as agências governamentais de fomento à pesquisa reconheceram a existência de “um campo de conhecimento possuidor de contornos próprios, voltado para a produção, difusão e consumo de bens simbólicos”. E continuava: “nas próprias universidades, a área de comunicação social começa a romper o isolamento e a subalternidade e a que foi submetida, lutando pela ocupação do espaço que lhe cabe, não apenas no plano pedagógico e científico, mas, sobretudo, nas estruturas de poder e nos meandros das engrenagens orçamentárias” (*Idem*, p. 8).

É nesse contexto de dispersão de saberes aliado à relevância cada vez maior dos espaços midiáticos que surge a Intercom, como resposta dos próprios pesquisadores à necessidade de uma ação acadêmica e política para o desenvolvimento do campo. E, de fato, sua ação nos anos subseqüentes criaria condições para minimizar a dispersão existente entre os pesquisadores, no final dos anos 1970, como resultado da crise que se abatia então entre o intelectual e o Estado no seio das universidades. Diante do poder do Estado autoritário que retirou da universidade o que de mais significativo havia (com a cassação de pesquisadores, o fechamento de institutos de pesquisa, a desarticulação dos projetos acadêmicos, adensados pelo clima de terror e medo), era necessária a articulação dos intelectuais sob outros parâmetros e em outros canais de manifestação coletiva.

Nesse sentido, os avanços dos estudos de comunicação na década de 1980 são possíveis também graças à ação decisiva da sociedade científica fundada em São Paulo, em 1977. Criando condições para romper com o isolamento dos pesquisadores, em parte decorrente das características geográficas do país, permitindo a troca entre posições teóricas muitas vezes divergentes, a Intercom se organiza, desde o início, com o objetivo de ser “pluralista, democrática e ativa”. Pluralista por que “aberta a todas as correntes teóricas, metodológicas, políticas e regionais; democrática, e, portanto, aberta à participação de todos os cientistas (...); e, sobretudo, ativa, realizando projetos editoriais, documentais e pedagógicos” de forma a aglutinar os pesquisadores em comunicação numa perspectiva interdisciplinar (MELO, 1986, p. 118).

A simples enumeração das temáticas dos Ciclos de Estudos da Intercom¹³, nos seus primeiros 15 anos, permite estabelecer a perspectiva dominante em termos de “literatura de ideias” no campo da comunicação.

13. Somente em 1986, é que os Ciclos de Estudos passaram a ser formatados como congressos, permitindo a ampliação do número de participantes, com eventos paralelos que atendessem “as novas necessidades surgidas no campo da pesquisa em comunicação”, nas palavras de KUNSCH (1989). Até 1988, todos os congressos foram realizados em São Paulo e somente naquele ano, como parte de uma política de descentralização territorial, a Intercom realizou um congresso em outro estado do país, inaugurando a iniciativa na Universidade Federal de Viçosa, em Minas Gerais.

QUADRO III
Temáticas dos Congressos da Intercom (1978 – 1993)

Ciclo de Estudos	Ano	Tema
I Ciclo de Estudos	1978	Estratégias para o Ensino da Comunicação
II Ciclo de Estudos	1979	Modos de Comunicação e classes subalternas
III Ciclo de Estudos	1980	Estado, populismo e comunicação no Brasil
IV Ciclo de Estudos	1981	Comunicação, hegemonia e contra-informação
V Ciclo de Estudos	1982	Impasses e desafios da pesquisa em comunicação
VI Ciclo de Estudos	1983	Novas Tecnologias de Comunicação: implicações políticas, impacto sócio-econômico.
VII Ciclo de Estudos	1984	Comunicação e Transição Democrática
VIII Ciclo de Estudos	1985	Comunicação e Educação – Caminhos Cruzados, hoje e amanhã.
IX Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação	1986	Comunicação para o Desenvolvimento
X Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação	1987	Comunicação, Democracia e Cultura
XI Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação	1988, Viçosa (MG)	Comunicação Rural
XII Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação	1989, Florianópolis (SC)	Indústrias Culturais e os Desafios da integração latino-americana
XIII Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação	1990, Rio de Janeiro (RJ)	40 anos de TV no Brasil
XIV Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação	1991, Porto Alegre (RS)	Sistemas de Comunicação e Identidades na América Latina
XV Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação	1992, São Bernardo (SP)	Comunicação e Meio Ambiente
XVI Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação	1993, Vitória (ES)	Transformações da comunicação: ética e técnica.

Relacionadas a uma problemática política dominante no contexto de sua realização as temáticas abordadas nos congressos colocam em evidência, por exemplo, a questão do meio ambiente na efervescência da Conferência Internacional Rio-92, em que o meio ambiente passava a ser ator central nas discussões da sociedade civil. Do mesmo modo, anos antes, quando a transição em direção à nova ordem democrática estava no centro das discussões, a temática colocada em cena pelo Ciclo de Estudos de 1984 foi Comunicação e Transição Democrática.

Durante toda a década de 1980, a ação da Intercom direcionou-se para possibilitar a troca científica em um campo que se alargava paulatinamente, ainda sem saber ao certo que aportes teóricos e conceituais eram próprios do seu lugar de fala. Procurava, apesar dos percalços, construir a hegemonia dos saberes comunicacionais definidos pelos interesses e contextos do território latino americano. Mas uma nova década se enunciava e com ela mudanças fundamentais na construção teórica e no reconhecimento do campo científico da comunicação.

Ao completar 15 anos, havia a constatação de que talvez a Intercom tivesse permitido libertar as ciências da comunicação da hegemonia das ciências sociais, na medida em que “hoje já se constata um desenvolvimento de áreas de pesquisa com clara delimitação de objetos, de problemas e de métodos” (FADUL, In: FARO, 1992, p. 104). Se naquele momento ainda havia certa incerteza em relação a esta tarefa desempenhada pela Sociedade, hoje, passados 20 anos daquela afirmação ainda cercada de dúvidas, não há mais como negar: a comunicação ingressa no século XXI como a mais importante área de conhecimento das chamadas humanidades em face de um mundo que se move sob a égide de processos comunicacionais cada vez mais fluidos, complexos e que promovem alterações significativas na relação homem/mundo. E para que esse cenário fosse possível, o papel da Intercom foi decisivo.

RUMO AO NOVO MILÊNIO: BREVE PAINEL DOS ANOS 1990

A proliferação dos estudos pós-graduados de Comunicação no Brasil na década de 1990 trouxe como consequência mais imediata a adoção de comportamentos menos conservadores nas análises dos processos e práticas comunicacionais. Utilizando muitas vezes novos marcos teórico e metodologias menos ortodoxas, assiste-se também no período a abertura na direção dos estudos culturais, o que permitiu, ao longo da década, a ampliação das reflexões em torno de linguagens e a inclusão de novas temáticas.

As pesquisas em torno das estratégias do público englobadas ou não sob o rótulo de estudos de recepção, os estudos em torno da ficção seriada, das práticas comunicacionais do cotidiano, da dimensão cultural e dos padrões narrativos revelam um cenário de abordagens inovadoras que contribuíram para o avanço do conhecimento.

Mas esse movimento não se fez sem recuos, polêmicas, discussões e conflitos. Ao procurar definir qual era o seu bolo na ciência, numa luta sem tréguas para engessar os estudos dentro do que alguns consideravam ser a “verdadeira comunicação”, produziu-se muitas vezes uma pesquisa utilitária e, sobretudo, sem relação com o papel político emanado da prática científica. Temas sem densidade conceitual e muitas vezes sem a preocupação com uma reflexão que fosse também transformadora do mundo social, criaram, por vezes, um cenário supérfluo de pesquisas efêmeras e que procuravam negar os aportes teóricos mais abrangentes.

A luta maior dos anos 1990 foi pela definição do que seria próprio da área de comunicação. Para isso, havia naquele momento que se afastar das ciências sociais e das humanidades de maneira geral. Era como se o saber comunicacional não tivesse diálogo com outros universos conceituais, por mais estranho que isso possa parecer, uma vez que o diálogo deveria ser a marca mais evidente do campo

da comunicação. Assim, a necessidade de delimitar claramente do que tratavam as pesquisas na área (por uma questão de natureza política) levou a idiosincrasias, como aquelas que inicialmente procuraram afastar da comunicação os diálogos sempre vigorosos e históricos com outras disciplinas.

Também no início da década foi criada a COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, que passou a congregiar como associados os programas de pós-graduação em comunicação de instituições de ensino superior, públicas e privadas no Brasil. Num texto em que explicita o momento de criação da associação, Braga (2010, p. 53) afirma que “o contexto acadêmico da área, no início dos anos 1990, era favorável a iniciativas de aproximação e intercâmbio”. A criação COMPÓS se inseria num contexto de movimentação do campo que ocorria naquele momento em função do planejamento de novos programas de pós-graduação, dominados até então por poucas instituições. “O programa mais recente entre os sete existentes, completa Braga, o da UFBA, tinha chegado ao grupo com uma dinâmica voltada para o intercâmbio e para o desenvolvimento e consolidação da área de conhecimento” (*op.cit.*, p. 53). Paralelamente, “os programas estabelecidos também buscavam, em sua maioria, rever processos e construir novos contatos. A COMPÓS foi resultante direta dessa movimentação – e se implantou no momento eficaz para representar e articular os esforços, estimulando sua convergência e ampliação” (*op.cit.*, p. 53-54).

Identifica-se na fala de Braga uma luta geracional, do ponto de vista institucional, e a disputa por lugares de reconhecimento e falas autorizadas, o que acabou sendo, em certa medida, produtivo para a área, pois se iniciava aí um processo que culminaria, já nos anos 2000, com a expansão exponencial do campo da comunicação e com o definitivo reconhecimento pelas agências de fomento e pelas áreas científicas mais tradicionais do papel estratégico das pesquisas em comunicação para a compreensão de diversos fenômenos contemporâneos.

Apesar dos avanços, localizados na produção de diálogos comuns das pós-graduações, na ampliação das temáticas, nas ações no sentido de construir um arcabouço teórico e metodológico reconhecido, no final dos anos 1990, esquecendo muitas vezes o passado, muitos estudos ainda repetiam temáticas, abordagens, pressupostos, como se fossem absolutamente singulares, uma vez que por um vício presentista não se valorizava o que fora construindo antes.

No alvorecer do novo século, no momento em que se dava o crescimento das pós-graduações em comunicação no país, com a criação de novos programas no Rio de Janeiro, em Minas Gerais, no Rio Grande do Sul, em São Paulo e no Paraná, como já remarcamos, observamos também a abertura do leque temático das pesquisas na área de comunicação e certo apagamento da marca política inicial dos estudos da área.

No final dos anos 1990, do ponto de vista das temáticas, os pesquisadores passaram também a dar ênfase à questão do poder e da cultura, envolvendo os processos de produção interna e os contextos econômicos externos nos quais os meios de comunicação operavam. Com isso, perderam terreno as teorias sobre dominação e os pesquisadores abandonaram o tom retórico e o debate ideológico em favor de métodos de investigação como estudos de campo, análises de políticas de comunicação e dos efeitos da mídia, entre outros.

Havia nos anos 1990 mais dúvidas do que certezas. Alguns pesquisadores advogavam a necessidade de se realizar análises menos holísticas e que levassem em conta as especificidades das sociedades latino-americanas. Ainda que os modelos teóricos pudessem ser universais, havia que se considerar a realidade multifacetada e complexa dessas sociedades e, sobretudo, a historicidade dos processos e sistemas de comunicação que se constituíram em territórios simbólicos específicos (BARBOSA, 2002).

Christa Berger, no diagnóstico que produziu sobre a área no último ano da década, enfatizava a mutação do campo em direção a uma proposta menos densa. Nos anos 1990, diagnosticava, “os centros de pesquisa se transformam em instituições administrativas que lutam por sobreviver, as disputas de ideias vão sendo substituídas por disputas de espaço, o intelectual crítico dá lugar ao especialista técnico, e a política como ponto de vista privilegiado de reflexão sobre a comunicação é trocada pelo marketing como instrumento de atuação eficiente” (1999, p. 9-10).

Realmente, os anos 1990 viram surgir em muitas universidades e em muitas pós-graduações uma pesquisa utilitária, com temáticas que se perdiam em modismos sem densidade e onde se observava o que Berger chamou de “desideologização” do discurso acadêmico. O perigo era os pesquisadores darem as costas aos problemas sociais, passando a comprometer-se apenas com as demandas propostas pelo mercado (BERGER, 1999, p. 11). Mas o que se observou foi ainda mais drástico: a proliferação da pesquisa pela pesquisa, certa espetacularização dos temas, ignorando-se muitas vezes que a pesquisa possibilita sempre uma interpretação transformadora que começa invariavelmente pela compreensão dos fenômenos do mundo.

Mas não foi só esta tendência que marcou as pesquisas de comunicação no final do século XX. De modo positivo, observamos também a emergência, ou melhor, o acoplamento da questão cultural às temáticas da comunicação o que resultou na complexidade dos olhares, no alargamento dos temas de análise e na compreensão mais precisa dos fenômenos comunicacionais. A introdução do paradigma cultural significou também a adoção de uma abordagem teórica mais sofisticada, ampliando-se o leque das pesquisas, sobretudo a partir da reinterpretção do conceito de dominação cultural, no âmbito das pesquisas sobre

audiência, telenovelas, fluxos da informação. O conceito de resistência tão caro aos historiadores e antropólogos nos anos 1990 se transformou no âmbito da comunicação nos estudos que incluíam o público como ator multifacetado e ativo dos processos de comunicação.

Refazer o percurso que possibilita contar uma história, como este que fizemos neste texto, significa, também, se referir a uma última ação contextual, procurando entender a sua dimensão político-institucional: a criação da Socicom, em 2008, reunindo inicialmente 12 associações de pesquisadores da área de comunicação.

Ainda que enxergada por algumas lentes míopes como uma ação particularista, a criação da Federação das Associações Científicas em Comunicação se insere num esforço de união de todos os pesquisadores da área de comunicação, já que há o risco de, a partir da proliferação das associações científicas, repetirmos o cenário do início dos anos 1970, no qual a falta de diálogo entre os pesquisadores produziu isolamentos, que resultaram numa produção científica que não avançava como um conjunto orgânico.

Mesmo que seja desejável a proliferação de espaços associativos, não se pode com essa ação criar nichos específicos, aonde a pluralidade e a diversidade sejam substituídas pela aglutinação dos saberes comunicacionais em lugares teóricos restritos. Se isso acontecer, a área como um todo estará ameaçada. E para definir-se como forte (o que leva naturalmente a amplificação da sua voz frente ao Estado, o que significará maior reconhecimento das instituições da sociedade civil e política, incluindo aí as agências de fomento, responsáveis também pela liberação de verbas específicas para o desenvolvimento da ciência), há que promover ações políticas no sentido de explicitar para fora de seus próprios domínios a organicidade e a importância do campo da comunicação. E é, sobretudo, com este propósito que, mais uma vez graças a visão institucional de José Marques de Melo, a Federação foi criada.

Como uma última observação, convém remarcar que esta tentativa de interpretação dos caminhos percorridos pelos agentes responsáveis pela formulação das ideias dominantes no campo da comunicação é tributária de muitas limitações, inclusive a do uso de fontes que permitissem uma visão mais abrangente. Mas, pelo menos serviu para que localizássemos a possibilidade de, num futuro próximo, realizar outra tentativa menos parcial. E, para isso, as sínteses produzidas pela Intercom¹⁴ durante as três décadas que está à frente da comunidade científica da comunicação serão fundamentais.

14. Entre essas sínteses citamos: os índices remissivos de assuntos, a memória dos Ciclos de Estudos e dos Congressos da Intercom, os opúsculos *Quem é quem na pesquisa em Comunicação*, a pesquisa Inventário da Pesquisa em Comunicação no Brasil (1883-1983), o índice remissivo de assuntos do Boletim da Intercom e da Revista Brasileira de Comunicação, entre outros.

FONTES CITADAS OU CONSULTADAS

ALTAMIRANO, Carlos (2005). **Para un programa de historia intelectual y otros ensayos**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.

ALTAMIRANO, Carlos (2007). Ideias para um programa de história intelectual. In: **Tempo Social**. Revista de Sociologia da USP, vol. 19, nº 1, p. 9-17, junho 2007.

BARBERO, Jesús Martin (2004). **Ofício de cartógrafo**. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola.

BARBOSA, Marialva (2000). Comunicação: a consolidação de uma interdisciplina como paradigma da construção do campo comunicacional In: **Anais do V Congresso da Associação Latinoamericana de ciências de Comunicação, 2000**, Santiago. Anais do V Congresso da ALAIC.

BARBOSA, Marialva (2002). Conceitos, armadilhas, olhares: apontamentos metodológicos para a consolidação de um campo transdisciplinar. **Anais do VI Congreso latinoamericano de investigadores de la comunicacion, 2002**.

BARBOSA, Marialva (2011). A pesquisa em comunicação no Brasil: não precisamos ter mais medo do contágio. In: BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando J. de (org.). **Quem tem medo da pesquisa empírica?** São Paulo: Intercom.

BARBOSA, Marialva (org.) (2007). **Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro: as contribuições da Intercom (1977-2007)**. Coleção Verde Amarela, vol. 1. São Paulo: Intercom.

BERGER, Christa (1999). Crítica, perplexa, de intervenção e de denúncia: a pesquisa já foi assim na América Latina. In: **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 6, p. 1-15, julho/dezembro 1999.

BOURDIEU, Pierre (1989). **O poder simbólico**. Lisboa: Difel.

BOURDIEU, Pierre (2002). **Campo de poder, campo intelectual**. Buenos Aires: Editorial Montessor.

BRAGA, José Luiz (2010). A história da COMPÓS – lógicas e desafios. In: CASTRO, Daniel, MELO, José Marques de e CASTRO, Cosette (org.). **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Vol. 2. Brasília: IPEA.

BRITTES, Juçara (2004). José Marques de Melo: perfil intelectual. In: HOHLFELDT, Antonio e GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da Comunicação: antologia dos pesquisadores brasileiros**. Porto Alegre: Sulina.

CAPES. Relatório de Avaliação 2010 CSA I. Capes: Brasília: 2010.

CAREGNATO, Sonia Elisa e VANZ, Samile Andréa de Souza (2007). A constituição do campo da comunicação no sul do Brasil a partir da prática de comunicação cinética discente. In: **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 16, p. 1-19, jan./jun. 2007.

CASTRO, Daniel, MELO, José Marques de e CASTRO, Cosette (org) (2010). **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Vol. 2 e Vol. 3. Brasília: IPEA.

COSTA LIMA, Luiz (1982). **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

DENKER, Ada e KUNSCH, Margarida (1992). Índice remissivo de assuntos 1978-1992. **Revista Brasileira de Comunicação**. São Paulo, vol. XV, nº 2-A, jul/dez. 1992.

FADUL, Anamaria. Las Ciencias Sociales em La Enseñanza y La Investiacion de la Comunicacion. **Revista DIA-LOGOS** de la Comunicación. Fasciculo 32. Lima: Peru, 1992.

FARO, J. S. (1992). **A universidade fora de si**: a Intercom e a organização dos estudos de comunicação no Brasil. São Paulo: Intercom.

FESTA, Regina (1995). Elementos para uma análise da comunicação na América Latina: perspectivas para os anos 90. In: PERUZZO, Cicilia Maria K. (org.). **Comunicação e Culturas Populares**. Coleção GT's Intercom. São Paulo: Intercom.

GOBBI, Maria Cristina (2004). Contribuições brasileiras para os estudos comunicacionais. In: HOHLFELDT, Antonio e GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da Comunicação**: antologia dos pesquisadores brasileiros. Vol. 1. Porto Alegre: Sulina.

GOBBI, Maria Cristina (2010). Panorama da produção de conhecimento em comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel, MELO, José Marques de e CASTRO, Cosette (org). **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Vol. 3. Brasília: IPEA.

GOBBI, Maria Cristina (org.) (2008). **Ciências da Comunicação no Brasil Democrático**. Coleção Verde Amarela vol. 4. São Paulo: Intercom.

GOBBI, Maria Cristina (org.) (2010). **Teoria da Comunicação**: Antologia de Pensadores Brasileiros. Vol. 2. São Paulo: Intercom.

HABERT, Angeluccia Bernardes (1974). **Fotonovela e indústria cultural**. Petrópolis: Vozes.

HARLAN, David (2000). A história intelectual e o retorno da literatura. In: RAGO, Margareth; GIMENEZ, Renato Aloizio de Oliveira (org.). **Narrar o passado, repensar a história**. Campinas, UNICAP, p. 15-62.

KUNSCH, Margarida M. K. (coord.) (2009). **O campo da comunicação em suas referências**: experimento metodológico para a produção de indicadores bibliométricos. Vol. 1 e 2. Relatório de pesquisa, CNPq – Edital Universal.

KUNSCH, Margarida Maria K. e FERNANDES, Francisco Assis (org.) (1989). **Comunicação, Democracia e Cultura**. São Paulo: Edições Loyola/Intercom.

LÖBLICH, Maria e SCHEU, Andrean (2011). Writing the History of Communication Studies, **Communication Theory**, 21 (1): 1-22.

LOPES, Maria Immacolata V. e ROMANCINI, Richard (2010). **Pesquisa de percepção de relevância de revistas e autores**: referências do campo da Comunicação. Resultados do *survey* de nov./dez.2009. São Paulo: Centro de Estudos do Campo da Comunicação, USP.

MACHADO, Arlindo (2007). **O sujeito na tela**: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço. São Paulo: Paulus.

MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi (2010). Socicom: associações científicas e acadêmicas em torno do papel estratégico da Comunicação. In: CASTRO, Daniel, MELO, José Marques de (1970). **Comunicação Social Teoria e Pesquisa**. Petrópolis: Vozes.

MELO, José Marques de (1986). **Comunicação**: direito à informação. Campinas: Papirus.

MELO, José Marques de (1991). **Comunicação e Modernidade**. São Paulo: Loyola.

MELO, José Marques de (2007). **Entre el saber y el poder**. Pensamiento comunicacional latinoamericano. México: UNESCO.

MELO, José Marques de (2011). “Memória do campo acadêmico da comunicação: estado da arte do conhecimento de natureza historiográfica”. In: BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando J. de (org.). **Quem tem medo da pesquisa empírica?** São Paulo: Intercom.

MELO, José Marques de (org) (2011). **Pensamento comunicacional uspiano**. Vol. 1 e 2. São Paulo: ECA/USP; SOCICOM.

MELO, José Marques de e ASSIS, Francisco de (org.) (2010). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte e Ciência.

MELO, José Marques de e MORAIS, Osvando J. de (org.) (2010). **Vozes da resistência e do combate**: o legado crítico da comunidade acadêmica. São Paulo: Intercom.

MELO, José Marques de Melo (Coord.) (1983). **Pesquisa em Comunicação no Brasil**. Tendências e perspectivas. São Paulo: Cortez/Intercom; Brasília: CNPq.

MELO, José Marques de, GOBBI, Maria Cristina e BARBOSA, Sérgio (org.) (2003). **Comunicação latino-americana**: o protagonismo feminino. São Bernardo do Campo: UESP; Adamantina; FAI.

MELO, José Marques de, GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli Teresinha dos, Gobbi e Santos (2001). **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**: Décio Pignatari, Muniz Sodré e Sérgio Capparelli. São Bernardo do Campo: UESP.

MENDES, Adilson (2010). Ismail Xavier: perfil intelectual. In: GOBBI, Maria Cristina (org.). **Teoria da Comunicação**: Antologia de Pensadores Brasileiros. Vol. 2. São Paulo: Intercom.

MORAIS, Osvando J. de (org.) (2008). **Tendências atuais da pesquisa em comunicação no Brasil**. Coleção Verde Amarela, vol. 3. São Paulo: Intercom.

PAIVA, Raquel (2004). Muniz Sodré: perfil intelectual. In: HOHLFELDT, Antonio e GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da Comunicação**: antologia dos pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina.

PINTO, Milton José (1973). A mensagem narrativa. In: **Análise estrutural da narrativa**. Perspectivas semiológicas. Coleção Novas Perspectivas de Comunicação/I. Petrópolis: Vozes.

Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo, Ano XI, n. 58, jan/jun. 1988. 10 anos da Intercom.

Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo, Vol. XVIII, nº 2, jul/dez. 1995.

Revista de Cultura Vozes. n. 4/1972; n.7/1972; n. 4/1973. Petrópolis: Vozes.

SANTAELLA, Lucia (2010). Depoimento. In: **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, vol. 33, n. 2, p. 265-272, jul./dez. 2010.

SIRINELLI, Jean-François (2003). Os intelectuais. In: RÉMOND, René (org.). **Por uma história política**. Rio de Janeiro: FGV.

SODRÉ, Muniz (1972). **A comunicação do grotesco**. Petrópolis: Vozes.

SODRÉ, Muniz (2004). Entrevista. In: PAIVA, Raquel. Muniz Sodré: perfil intelectual. In: HOHLFELDT, Antonio e GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da Comunicação**: antologia dos pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina.

SOUSA, Jorge Pedro (2010). José Marques de Melo: Teórico do jornalismo. In: HOHLFELDT, Antonio (org.). **José Marques de Melo, construtor de utopias**. São Paulo: Intercom.

STUMPF, Ida Regina (2004). Sérgio Caparelli: perfil intelectual. In: HOHLFELDT, Antonio e GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da Comunicação**: antologia dos pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina.

ZANOTTO, Gizele (2008). História dos intelectuais e história intelectual: contribuições da historiografia francesa. In: **Biblos**. Rio Grande, 22 (1): p. 31-45.

ANEXO I**Estudos bibliométricos¹⁵****Listas dos autores nacionais e estrangeiros com mais citações no *corpus* geral e lista detalhada com citações a todos os docentes dos PPGCOM**

Autores/Âmbitos	Compôs		Intercom		Teses/ Dissertações		Total	
	Cit.	Trab.	Cit.	Trab.	Cit.	Trab.	Cit.	Trab.
Santaella, Lúcia	8	6	64	47	385	144	457	197
Machado, Arlindo	13	9	42	34	188	98	243	141
Sodré, Muniz	8	7	41	35	161	88	210	130
Mello, José Marques de	1	1	46	35	149	62	196	98
Lemos, André	6	5	31	20	110	57	147	82
Marcondes Filho, Ciro	6	3	25	24	105	65	136	92
Xavier, Ismail	2	2	16	12	116	55	134	69
Ortiz, Renato	6	5	34	25	89	61	129	91
Orlandi, Eni P.	5	3	34	21	80	39	119	63
Freire, Paulo	-	-	40	16	71	36	114	52

Fonte: KUNSCH, 2009. Anexo VI, Vol. 2, p. 294.

OBS: Consideramos apenas os dez primeiros nomes da lista apurada por Kunsch (2009) que contém centenas de nomes. Para visualização completa de todos os citados cf. <http://sites.google.com/site/cecomeca/indicadores/VOLUME2.pdf>

15. Estes estudos bibliométricos foram considerados a base para a escolha dos nomes do que qualificamos como "intelectuais símbolos" da história intelectual na duração.

TABELA 10
Autores nacionais de maior relevância para os estudos em comunicação no Brasil (respostas ponderadas)

Autores nacionais/ Cate- gorias informantes	Prof./ Pesq. (PG-Grad)										Total infor- mantes (n)	Total de informantes na amostra (%)
	Bols. PQ 1A (pontos)	Bols. PQ 1B (pontos)	Bols. PQ 1C (pontos)	Bols. PQ 1D (pontos)	Bols. PQ 2 (pontos)	Não bols PQ (pts)	Prof. Pesq. (Grad.) (pontos)	Estud. PG (pontos)	Outro (pontos)	Total ponderado (pontos)		
Muniz Sodré	2,3	3,0	2,0	3,7	13,8	39,4	10,0	36,9	3,7	114,8	128	41,0
Arlindo Machado	1,5	2,0	-	3,0	7,6	21,3	6,0	17,7	2,0	61,1	68	21,8
Maria Immacolata Vassallo de Lopes	1,5	2,0	2,8	3,5	7,4	18,0	3,6	18,9	2,7	60,4	69	22,1
Ismail Xavier	2,3	-	2,0	0,7	8,6	19,7	2,0	16,6	1,0	52,9	60	19,2
Renato Ortiz	0,8	-	-	1,0	10,2	16,9	7,6	13,3	2,8	52,6	59	18,9
André Lemos	-	0,8	-	1,8	1,0	16,9	10,6	16,3	2,5	49,9	56	17,9
José Marques de Melo	-	2,8	3,0	0,8	2,8	19,6	5,6	14,6	-	49,2	56	17,9
Ciro Marcondes Filho	1,5	2,0	-	1,7	2,8	18,7	7,6	12,3	2,0	48,6	57	18,3
José Luiz Braga	1,5	-	2,8	1,8	7,2	11,8	4,0	14,1	1,5	44,7	52	16,7
Milton Santos	0,8	2,0	-	1,4	3,6	14,8	1,8	17,8	-	42,2	49	15,7
Lucia Santaella	1,5	0,8	-	1,8	3,2	16,0	7,0	10,8	0,7	41,8	52	16,7

Fonte: LOPES E ROMANCINI, 2010, p. 19.

HISTÓRIA INSTITUCIONAL*

Rosa Maria Cardoso Dalla Costa**

No início da segunda década do século XXI, ainda é comum a referência ao pouco tempo de história da área da comunicação no cenário brasileiro de produção científica. Se tal história é decorrente da presença e popularização dos meios de comunicação no país (VASSALO DE LOPES, 1994), seus marcos são apontados como sendo do período pós Segunda Guerra Mundial. Anos caracterizados pela fuga massiva do campo para a cidade, do acelerado processo de industrialização e de inserção de vários países latino americanos na economia mundial, na discutível posição de países fornecedores de matéria prima e consumidores de produtos industrializados e, portanto, “dependentes”, segundo uma das principais teorias que fundamentam as primeiras pesquisas na área (DALLA COSTA, 2006, p.100).

Ao propor um texto para esboçar a história da pesquisa em comunicação a partir da sua institucionalização, depara-se com um primeiro questionamento que diz respeito ao próprio conceito de institucionalização, que por sua vez remete ao conceito de instituição. Proveniente do termo latino *Institutione*, significa o “ato de instituir” ou “coisa estabelecida”, ou ainda “associação ou organização de caráter social, educacional, religioso etc.”.¹⁶ Falar da institucionalização da pesquisa em comunicação é falar da forma como foi organizada, legitimada, reconhecida e divulgada no âmbito científico nacional bem como a maneira como se relaciona com as instituições internacionais. Trata-se, portanto, de analisar a maneira pela qual foram sendo criadas as organizações e instituições que configuram o campo da comunicação, partindo do pressuposto que essa história é resultado de um processo e de um contexto mais amplo, por sua vez determinado pelas características de desenvolvimento da sociedade brasileira.

Se por um lado entende-se que a institucionalização se insere numa complexidade social que extrapola os limites da comunicação, por outro, reconhece-se a necessidade de aprofundar a reflexão procurando identificar justamente o que o campo comunicacional brasileiro tem de mais específico. Segundo autores como Vassalo de Lopes (1994), Marques de Melo (1998) entre outros, uma dessas especificidades é justamente o fato de o marco inicial da pesquisa em comunicação no Brasil estar diretamente relacionada à criação dos cursos superiores da área.

* A autora sugeriu o título “A história institucional da Pesquisa em Comunicação no Brasil”.

** Doutora em Comunicação em Ciência da Informação e da Comunicação pela Universidade Paris VIII. Professora Associada no Departamento de Comunicação, no Programa de Pós-Graduação em Educação e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: rmdcosta@uol.com.br.

16. FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Novo Dicionário da Língua Portuguesa. Editora Nova Fronteira, s/d., p. 771.

O presente texto está organizado a partir deste marco. Na sua primeira parte, analisa, ainda que brevemente, alguns dos principais dados da história da comunicação no Brasil, considerando sua importância para o objeto proposto. Em seguida, trata da institucionalização da pesquisa da área, descrevendo historicamente a criação e evolução dos cursos superiores, das associações e entidades científicas e finalmente, mencionando alguns movimentos e organizações que, ainda que indiretamente, estão ligadas à consolidação da pesquisa comunicacional.

MUITO ANTES DA SEGUNDA GUERRA

Na perspectiva de falar da história da pesquisa em comunicação no Brasil como um processo inserido num contexto mais amplo e complexo, considera-se relevante destacar que a história dos meios de comunicação no Brasil está diretamente ligada à condição de colonização do país e a miscigenação cultural decorrente da ocupação do seu território. Isso fez com que a história da imprensa no Brasil sempre tenha sido determinada pelas características de uma sociedade dependente de um modelo político e econômico externo, e ao mesmo tempo, elitista e libertária. Assim, embora as organizações e realizações dos homens de imprensa deste país não sejam reconhecidas como científicas, o fato de terem existido e a maneira como se constituíram ainda que indiretamente, contribuíram para a institucionalização da pesquisa da área, tal como se tem hoje.

Se não é apenas no Brasil que a história da imprensa se confunde com a história do desenvolvimento capitalista e, conseqüentemente, com a luta pela liberdade de imprensa e sua relação direta com o Estado democrático, cabe identificar que contornos e características lhe são peculiares aqui. Werneck Sodré (1983) faz, no seu *História da Imprensa no Brasil*, a descrição do desenvolvimento da imprensa brasileira, do período colonial em que o livro era pecado, ao que denomina de crise na imprensa, que coincide justamente com o período do surgimento dos primeiros cursos de comunicação, na metade do século XX. Neste longo período a constituição da comunicação enquanto objeto de pesquisa passou por diferentes fases. Primeiro, defendia-se a circulação de livros e o acesso às ideias de um mundo que se abria para o novo. Em seguida, buscava-se através dos primeiros periódicos, criar uma identidade nacional em prol da independência. Finalmente, chega-se à imprensa diária – que embora acessível apenas às camadas letradas da população, então minoritárias no país – é um marco na futura configuração da área da comunicação social.

Ao definir quatro fases na história das Ciências da Comunicação na América Latina, Marques de Melo (1998) chama a primeira delas, a compreendida entre os anos de 1873 e 1940, como a do desbravamento, pois neste período a imprensa tornou-se objeto de pesquisa. Do ponto de vista da organização social, foi neste período que a imprensa se institucionaliza nos moldes do que já ocorrera na Europa a partir

da Revolução Francesa, transformando-se num espaço democrático de livre expressão de ideias, imprescindível para o Estado Republicano recém-criado. Em termos de empresa jornalística, é o período de ouro dos jornais impressos e da criação dos grandes periódicos do século XX, tais como *O Estado de São Paulo*, *Jornal do Brasil* e o *Globo*.

Uma imprensa diária produzida a partir das regras do capitalismo industrial precisava de uma associação para defender os interesses da nova categoria profissional. Assim, em 7 de abril de 1908 é criada a ABI – Associação Brasileira de Imprensa – que se torna a partir de então, uma das principais instituições do Estado democrático de direito. Esses 50 primeiros anos do século XX são determinantes na consolidação do campo da comunicação no Brasil. Nele a imprensa se consolida como uma instituição necessária e influente na sociedade. Além dos jornais diários, impressos, a sociedade passa a ter acesso ao rádio, que automaticamente inclui no debate público as camadas analfabetas da população. Passam a existir também, ainda que apenas nos grandes centros urbanos, outras possibilidades de entretenimento massivo, como o cinema.

Tamánhas mudanças exigem a criação de regras de controle e o país passa a ter sua primeira regulamentação de radiodifusão. Bolaño e Brittos¹⁷ iniciam a descrição histórica do modelo brasileiro de regulação das comunicações e do audiovisual apontando “a existência de um complexo jogo de atores sociais, que se articulam tradicionalmente em torno de duas perspectivas gerais (conservadora e progressista), às quais se somará, na fase mais recente, uma terceira (liberal)...”

Ao contrário do que ocorre com outros setores e até mesmo em relação à imprensa escrita, o Brasil sempre foi um dos pioneiros pelo menos na América Latina, na utilização dos meios eletrônicos de comunicação. Até os anos de 1930 as experiências com o rádio no Brasil assemelham-se às existentes na Europa e nos Estados Unidos: as poucas emissoras existentes se “dedicavam a transmissões de cunho lítero musical e se sustentavam com contribuições voluntárias de seus ouvintes”¹⁸. É a partir da década de 1930 que com o fim da proibição da publicidade comercial nas estações de rádio, que surge um novo modelo de exploração dos serviços de rádio, que por sua vez, acaba resultando, segundo Oliveira (1991), na publicação do primeiro diploma legal importante dedicado especificamente ao assunto: o Decreto nº 21.111, de 1931. Nele, previa-se a liberação da venda de 10% do horário disponível das emissões para a veiculação de publicidade, a criação da primeira agência regulatória federal para a fiscalização das transmissões radioelétricas, incluindo a radiodifusão e o poder de outorga da necessária licença de transmissão para as estações de rádio.

17. BOLANÕ, César Ricardo Siqueira; BRITTO, Valério Cruz. **A Televisão Brasileira na Era Digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007, p.129.

18. OLIVEIRA, Denilson. **Estado & Mercado**: Telecomunicações no Brasil. Curitiba: Prephacio, 1991, p. 68.

O cenário começa a mudar e durante a década de 1930 o rádio começa, de fato a se transformar em um veículo de massas. Oliveira relata que em 1933, é fundada, no Rio de Janeiro, a Confederação Brasileira de Radiodifusão e no ano seguinte a Federação Paulista das Sociedades de Rádio¹⁹.

Outro marco a ser enfatizado no breve histórico da regulamentação dos meios de comunicação no Brasil é a criação em 1937 do DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda – órgão da Presidência da República, criado no “Estado Novo” para vigiar e censurar as estações de rádio existentes naquele período.

Oliveira afirma que é neste Estado Novo, cuja vigência se dá entre os anos de 1937 e 1945, que se verificam as primeiras tentativas de um maior ordenamento jurídico do setor por parte do empresariado de radiodifusão. Diz ele²⁰:

Até então, aquela atividade era regulamentada por toda uma série de portarias, normas e regulamentos produzidos pela CTR. Tal profusão normativa, frequentemente arbitrária e contraditória, sujeitava os proprietários de estações de rádio a uma situação de permanente insegurança, tornando-os dependentes da boa vontade do poder central.

Os interesses do empresariado da radiodifusão só vão ser atendidos com a aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), promulgado em 1962 após uma aliança com setores militares interessados na modernização das comunicações e uma ampla mobilização política da categoria dos radiodifusores.

Segundo Werneck Sodré (1983) nesta primeira metade do século XX, principalmente a partir dos anos de 1940, há uma grande concentração da imprensa, que faz com que desapareçam vários jornais e revistas. Diz ele:

A época é das grandes corporações que manipulam a opinião, conduzem as preferências, mobilizam os sentimentos. Campanhas gigantescas, preparadas meticulosamente, arrasam reputações, impõem notoriedades, derrubam governos (WERNECK SODRÉ, 1983, p. 388).

É neste cenário – que antecede a explosão do fenômeno de comunicação de massa – das décadas seguintes, que vão surgir os primeiros cursos de Comunicação no Brasil.

O ENSINO DE COMUNICAÇÃO: DA PROFISSIONALIZAÇÃO À PESQUISA

Em 1947 é criada primeira escola de jornalismo no Brasil, na Faculdade de Comunicação Social, Cásper Líbero. Na década de 1950 são criadas as escolas de cinema e publicidade, mas segundo Marques de Melo (2007, p. 34) é a expansão da indústria midiática nas regiões mais desenvolvidas do país que faz com que as

19. *Ibid*, p. 69.

20. *Ibid*, p.70

faculdades de comunicação comecem a surgir nos anos de 1960²¹, incluindo além dos cursos mencionados, as áreas de relações públicas, editoração, rádio e televisão.

Esse ensino superior em ascensão teve as bases da sua institucionalização em décadas anteriores, quando Getúlio Vargas criou o Ministério da Educação e da Saúde, em 1930; o Conselho Nacional de Educação em 1931 e o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais – INEP, em 1938 (MOURA, 2002, p. 35). Os cursos de comunicação social se multiplicam pelo país devido ao vertiginoso crescimento da indústria audiovisual da informação e do entretenimento, mas também inseridos no contexto de desenvolvimento mais amplo do ensino superior e das universidades. Neste processo tardio, em relação a outros países da América Latina, começam a ser criadas as legislações específicas tanto para o exercício profissional²² de algumas áreas, como os currículos mínimos na serem ministrados nos cursos superiores que passam a formar esses novos profissionais.

É importante salientar aqui, que toda a institucionalização da pesquisa em comunicação vai direta ou indiretamente estar ligada a essas regulamentações tanto profissionais quanto educacionais que, por sua vez, vão direcionar recursos financeiros e apoios imprescindíveis para a consolidação da área. Segundo Castro (*apud* Kunsch, 2008, p. 30) a pesquisa associada ao ensino e à extensão, na universidade brasileira, só seria institucionalizada oficialmente a partir da reforma universitária de 1968, que através da Lei 5.540/68, implanta os cursos de pós-graduação com os objetivos de preparar pessoal para alta qualificação e estimular estudos e pesquisas que sirvam ao desenvolvimento do país. Para o autor, pode-se falar em três ciclos na pós-graduação brasileira: o primeiro dos anos de 1950 e 1970, voltado para a formação de pessoal; o segundo de 1970, marcado pela criação de cursos e o terceiro a década de 1980, como o período de consolidação desta pesquisa. Neste cenário, destaca ainda a criação da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), e do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), em 1951, que garantem a afirmação do sistema brasileiro de pós-graduação (CASTRO *apud* KUNSCH, in: MOREIRA, 2008, p. 30).

21. Na década de 1960 foram também criados os cursos de jornalismo da Universidade Federal do Paraná, em 1964, da Universidade de Brasília em 1966, do então Instituto de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal de Goiás em 1968 e da Universidade Federal do Ceará em 1969. Outras escolas são a Escola de Comunicações e Artes (da USP), a Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp), a Escola de Comunicação da UFRJ (1968), o Centro de Comunicação e Letras (da Universidade Presbiteriana Mackenzie), o Departamento de Comunicação Social (da Universidade de Taubaté) o Instituto de Artes e Comunicação Social (da UFF), a Fabico (da UFRGS), o Centro de Comunicação (da UFSC), a Faculdade de Comunicação Social da UERJ, o Curso de jornalismo da UFMS fundado em 1989, a Faculdade de Comunicação Social (da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro PUC-Rio), a Faculdade de Filosofia, Comunicação, Letras e Artes da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e a Faculdade de Comunicação Social da ESAMC.

22. O exercício profissional de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda são regulamentados respectivamente pelos decreto-lei nº972, de 17 de outubro de 1969; lei nº5377, de 11 de dezembro de 1967 e lei nº 4680, de 18 de junho de 1965. (MOURA, 2002, p. 14-15).

OS PRIMEIROS PASSOS DA PESQUISA

Em termos de pesquisa em comunicação, Marques de Melo destaca que a criação do IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) em 1940 marca o início de estudos regulares de audiência, sobretudo de rádio e televisão, cujos resultados passaram a ser vendidos a empresas de comunicação e anunciantes. Essas pesquisas, embora de caráter mercadológico, marcam a substituição gradativa das decisões intuitivas da área, pelas decisões fundamentadas em informações científicas (MARQUES DE MELO, 1998, p. 35).

Essa dinâmica de transformações históricas dava impulso à pesquisa comunicacional não apenas no Brasil. A partir da Segunda Guerra Mundial, os principais países da América Latina passaram por um acelerado processo de industrialização e urbanização, que levou para as cidades grandes contingentes populacionais oriundos de uma zona rural pobre, sem tecnologia e completamente marginalizada do sistema econômico mundial. Ao mesmo tempo em que a sociedade de consumo começava a tomar forma em centros urbanos com destaque para cidades como México, São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires, Santiago e Lima, intensificavam-se as diferenças sociais.

Nos centros urbanos, a população pobre, majoritariamente analfabeta e até então isolada dos principais acontecimentos do mundo, passou a ter contato diário com o rádio e, em seguida, com a televisão, que catalisou o fortalecimento de uma indústria cultural calcada em grande parte no *american way of life*. É esse acesso aos meios de comunicação eletrônicos sem um contato prévio com os meios impressos, em sociedades altamente excludentes e sem tradição democrática, que molda o fenômeno da comunicação massiva na América Latina e que determina, em boa medida, os rumos que a sua pesquisa seguiria ao longo dos anos seguintes.

A CRIAÇÃO DO CIESPAL

A Unesco, agência da Organização das Nações Unidas para a educação e a cultura, destacou-se como uma grande fonte de estímulo aos debates sobre os meios de comunicação na América Latina. A sua iniciativa mais notável, e que acabou por se constituir em um marco para a pesquisa comunicacional no continente, foi a criação, em 1959, do Ciespal, o Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina.

Sediado em Quito, no Equador, o Ciespal tinha como objetivo propor um novo modelo e sugerir conteúdos para o ensino universitário na área através do treinamento de professores e jornalistas da América Latina por especialistas europeus e norte-americanos. Com isso, disseminaram-se inicialmente dois modelos de pesquisa no continente: estudos de morfologia e conteúdo da imprensa e

estudos sobre o comportamento do público consumidor dos meios de comunicação (GOMES, 1995, p. 22).

No final da década de 1960, um grupo de intelectuais chilenos e brasileiros, entre eles o sociólogo Fernando Henrique Cardoso e o economista Celso Furtado, fez uma oposição ainda mais firme ao difusionismo através de seu trabalho na Comissão Econômica para a América Latina, a Cepal. Surgiu assim a histórica *Teoria da Dependência*, segundo a qual os países industrializados formavam o centro de um modelo de exploração dos países subdesenvolvidos localizados na periferia. A base desse modelo – o desequilíbrio permanente entre o centro e a periferia e a relação de dependência mútua entre os dois pólos – foi aplicada por acadêmicos desenvolvimentistas como o paraguaio Juan Diaz Bordenave e o boliviano Luiz Beltrán, entre outros (HERSCOVITZ, 1995, p. 116).

A Teoria da Dependência foi, durante alguns anos, a sustentação da chamada escola crítica na América Latina, que também foi influenciada pela Teologia da Libertação e seus pressupostos de mobilização e participação popular e, ainda, pelo estruturalismo europeu. O que predominava no continente, entretanto, ainda eram os métodos importados dos Estados Unidos – fato reconhecido pelos participantes do primeiro encontro de pesquisadores latino-americanos da Comunicação promovido na Costa Rica, em 1973, pelo Ciespal. Nele, propôs-se formalmente, pela primeira vez, a busca de soluções latino-americanas para os problemas latino-americanos, com destaque para o papel da comunicação na educação e também na organização e mobilização popular (GOMES, 1995, p. 24).

Essa tentativa de buscar alternativas teórico-metodológicas autóctones, contudo, esbarrou nas limitações epistemológicas de muitos pesquisadores e, diversas vezes, conduziu a formas de militância política confundidas com inovações científicas. Buscando teorias e métodos alternativos gerados “por latino-americanos e para latino-americanos”, alguns pesquisadores incorporaram elementos da política, da economia e da cultura regionais, voltando-se para modelos europeus marxistas e semiológicos e também para o engajamento em organizações partidárias (HERSCOVITZ, 1995, p. 117).

Em meados da década de 1970, quando já se combinavam os ingredientes que resultariam, no decênio seguinte, em fortes estremecimentos econômicos como a falência de bancos no México (1982) e a moratória da dívida externa no Brasil (1985), em grandes mobilizações populares que exigiam a volta da democracia e o fim dos regimes militares em diversos países do continente, teve início aquilo que se pode chamar de terceira fase da pesquisa comunicacional latino-americana. Nela, firmaram-se três linhas fundamentais de estudo: a comunicação transnacional, a comunicação popular e alternativa e a ideologia presente nos meios massivos.

No balanço de Marques de Melo, o saldo dessa trajetória foi positivo, já que permitiu a passagem de um estágio de completa dependência teórica e metodológica em relação aos Estados Unidos e à Europa para outro, no qual a consciência dessa subordinação aos modelos externos permitiu o fortalecimento de um processo que levaria à tentativa de uma autonomização investigativa tendo como ponto de partida a nossa própria realidade (GOMES, 1995, p. 25).

Essa passagem, entretanto, ocorre num contexto de forte disputa político-ideológica. O surgimento dos primeiros cursos de pós-graduação acontece em pleno regime militar, no qual todo pensamento contrário ou divergente à ordem estabelecida era proibido, censurado e punido. Assim, é importante destacar o papel que a Igreja, sob a luz da Teologia da Libertação, desempenha na década de 1970 em termos de organização da área da comunicação social.

A UCBC- União Cristã e Brasileira da Comunicação – criada em 1970, passa a reunir em congressos anuais, estudantes, professores, jornalistas, comunicadores e pesquisadores em geral, para debater temas relacionados à comunicação, cultura e sociedade (GOMES, 1991). Além dos congressos criava projetos como o de Leitura Crítica da Comunicação, que mobilizava a sociedade para o debate de questões como a influência da mídia na formação do espírito crítico dos cidadãos.

A PÓS-GRADUAÇÃO

A Pós-Graduação no Brasil começa a ser organizada na década de 1960, com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, que no seu artigo 69 menciona dois níveis: o de mestrado e o de especialização. A ideia desses cursos tinha o propósito de fomentar o desenvolvimento da pesquisa científica e tecnológica, necessária para a modernização pretendida pelo regime Militar. Segundo Gomes, Pinto e Escosteguy (2010, p. 64) apesar das limitações à liberdade de pensamento impostas por tal regime, o Sistema Nacional de Pós-Graduação consolidou-se e de 1965, quando foi aprovado o Parecer nº 977/65 e reconhecidos 11 cursos de doutorado, passou para 149 cursos dez anos depois e desde então, não parou mais de crescer.

Na área da Comunicação, o primeiro mestrado foi criado, segundo dados da CAPES, em 1970, pela PUC-SP, em Comunicação e Semiótica, seguido pelo da USP e da UFRJ, dois anos depois. Até o ano de 1990 já eram sete os programas de mestrado e três os de doutorado. A partir daí, a área passa por um crescimento vertiginoso, de tal forma que em 2011, constam da relação da CAPES, 40 Programas de Pós-Graduação, sendo destes, 25 cursos de mestrado e 15 cursos de doutorado recomendados. Não há nenhum mestrado profissional na área.

QUADRO I
Mestrados e Doutorados

IES	Curso	Área De Concentração	Ano Criação mestrado	Ano Criação doutorado
PUC-SP	Comunicação e Semiótica	Signo e Significação nas Mídias	1970	1978
UFRJ	Comunicação	Comunicação e Cultura	1972	1983
USP	Ciências da Comunicação	Teoria e Pesquisa em Comunicação Estudos dos Meios e Produção Mediática Interfaces Sociais da Comunicação	1972	1980
UnB	Comunicação	Comunicação e Sociedade	1974	2003
UMESP	Comunicação Social	Comunicação e Sociedade	1978	1995
Unicamp	Multimeios		1986	1998
UFBA	Comunicação e Cultura Contemporânea	Comunicação e Cultura Contemporânea	1990	1995
PUC/RS	Comunicação Social	Práticas e Culturas da Comunicação	1994	1999
Unisinos	Ciências da Comunicação	Processos Midiáticos	1994	1999
UFMG	Comunicação Social	Comunicação e sociabilidade contemporânea	1995	2004
UFRGS	Comunicação e Informação	Comunicação e Informação	1995	2000
UFF	Comunicação	Comunicação	1997	2002
Unimar	Comunicação	Mídia e cultura	1997	
Unip	Comunicação	Comunicação e Cultura Midiática	1997	
UTP	Comunicação e Linguagens	Processos Comunicacionais	1999	2009
UFPE	Comunicação	Comunicação	2001	2007
Unesp/Bauru	Comunicação	Comunicação Midiática	2001	
UERJ	Comunicação	Comunicação Social	2002	
PUC-RIO	Comunicação	Comunicação Social	2003	
Facasper	Comunicação	Comunicação na Contemporaneidade	2006	
UFSM	Comunicação	Comunicação Midiática	2006	
ESPM	Comunicação e Práticas de Consumo	Comunicação	2006	
Uniso	Comunicação e Cultura	Comunicação e cultura	2006	
UAM	Comunicação	Comunicação Contemporânea	2006	
PUC/MG	Comunicação Social	Interações Midiáticas	2007	
UFJF	Comunicação	Comunicação e Sociedade	2007	
UFG	Comunicação	Comunicação, Cultura e Cidadania	2007	
UFSC	Jornalismo	Jornalismo	2007	
UEL	Comunicação	Comunicação Visual	2008	
UFSCAR	Imagem e Som	Imagem e Som	2008	
UCB	Comunicação	Processos Comunicacionais	2008	
UFPB	Comunicação e Culturas Midiáticas	Comunicação e Culturas Midiáticas	2008	

(Continua)

(Continuação)

IES	Curso	Área De Concentração	Ano Criação mestrado	Ano Criação doutorado
UFC	Comunicação	Comunicação e Linguagens	2008	
UFAM	Ciências da Comunicação	Ecossistemas comunicacionais	2009	
USCS	Comunicação	Comunicação, Inovação e Comunidades	2009	
UFRN	Estudos da Mídia	Comunicação Midiática: Práticas Sociais e de sentido	2009	
USP	Meios e Processos Audiovisuais	Meios e Processos Audiovisuais	2009	
UFFPR	Comunicação	Comunicação e Sociedade	2009	
UFPA	Comunicação, Cultura e Amazônia		2010	

Fonte: adaptado de: Gomes, Pinto, Escosteguy, 2010, p. 66 e p.71-74.

Esse crescimento verificado, especialmente nos últimos dez anos, provoca toda uma mudança no cenário nacional do ensino e da pesquisa em comunicação. Considerando-se que hoje são formados em média, 141 doutores e 439 mestres por ano, pode-se ter uma ideia do que isso representa em termos de qualificação de professores que atuam no ensino superior, bem como o aumento dos grupos de pesquisa e a necessidade da criação de novos recursos e infraestrutura para viabilizá-los.

Há um aumento do número de professores atuando nestes programas, e, conseqüentemente, nos de graduação. Embora ainda haja um desequilíbrio dos programas por região do país – 21 dos 40 existentes estão na região Sudeste²³ – há um crescimento e uma multiplicação das possibilidades de pós-graduação, que acaba resultando em uma melhor qualidade de ensino em todos os níveis e, gradativamente, em todos os estados brasileiros. Moura afirma em seu texto sobre a pesquisa em comunicação e o elo entre a graduação e a pós-graduação, que existe uma integração entre esses níveis à medida que ocorre a elaboração de projetos de investigação, o exercício da docência com reflexão, as orientações de trabalhos de conclusão de curso e o planejamento de eventos para divulgar a produção acadêmica, sempre envolvendo professores e alunos (MOURA in: MOREIRA, 2008, p. 121).

O aumento do número de programas e cursos de pós-graduação, bem como o de professores e pesquisadores, fez crescer também a organização de grupos de pesquisas, que passam a ser institucionalizados pelo próprio CNPq, onde são feitos os registros. É através dos registros desses grupos de pesquisa que são feitas as avaliações e as concessões de recursos e bolsas para pesquisa e participação em eventos no exterior.

23. Nota dos editores: após a conclusão desse texto foram criados mais dois programas de pós-graduação em Comunicação, enquanto um obteve nota 2, estando em processo de descredenciamento. Esta é a razão por que o número geral de pós-graduação difere neste texto em relação a outros neste mesmo volume que citam um total de 41 programas no final de 2011. Optamos por deixar a totalização da autora.

Outra repercussão causada pelo aumento do número de grupos de pesquisa é a criação de novas entidades representativas, que dêem conta de subáreas e das especificidades da comunicação.

A HORA E A VEZ DAS ORGANIZAÇÕES CIENTÍFICAS

A primeira delas, a Intercom, reúne, desde o final da década de 1970, comunicadores, estudantes, pesquisadores e professores das várias subáreas da comunicação, realizando anualmente um congresso nacional.

Fundada em 12 de dezembro de 1977, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), marca o início da legitimação e consolidação da pesquisa comunicacional no Brasil. Segundo um de seus fundadores e principais idealizadores, Marques de Melo (2010, p. 47) a Intercom “surge e progride no quadro de consolidação das ciências da comunicação como área científica, decorrente também da atuação de outras associações científicas e acadêmicas fundadas no apagar das luzes dos anos sessenta e limiar dos anos setenta do século passado”.

No seu relato a primeira entidade que reúne os pesquisadores de comunicação no Brasil é a Associação dos Amigos do Icinform, Instituto de Ciências da Informação, criado por Luis Beltrão, no final da década de 1960, em Brasília. Em seguida, foi criada em São Paulo, a UCBC, acima mencionada. Em 1972 é criada a Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Comunicação (ABEPEC), que acabou se desgastando pelas disputas entre professores e donos de escolas. Cinco anos depois, ainda segundo Marques de Melo, a Abepec perde sua legitimidade e é substituída por duas entidades nacionais: a Intercom e a Abecom – associação de escolas e faculdades, fundada em 1984, mas desativada nos anos seguintes.

A Intercom, criada em 12 de dezembro de 1977, é reconhecida como instituição de utilidade pública pela Lei Municipal nº 28.135/89 e se integra gradativamente às principais redes internacionais de Ciências da Comunicação, como a ALAIC – Associação Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación, a IAMCR – International Association for Media and Communication Research, a IFCA – International Federation of Mass Communication Associations e a LUSOCOM – Federação Lusófona de Ciências da Comunicação.

Como maior entidade científica da área da comunicação no Brasil, organiza anualmente um congresso nacional, que aglutina uma média de quatro mil participantes, além de cinco congressos regionais, que agrupam por sua vez cerca de mil pessoas cada um.

A partir da década de 1980, os estudos em Comunicação se multiplicaram e se diversificaram não apenas no Brasil, mas em toda a América Latina, na esteira de transformações que levaram, em vários países, à retomada das eleições diretas,

ao restabelecimento da liberdade de imprensa, ao crescimento da indústria da comunicação dirigida por companhias privadas, à adoção de uma economia de mercado fortemente apoiada em vínculos internacionais (inclusive dentro do próprio continente) e ao uso de novas e sofisticadas tecnologias nos meios de comunicação.

Muitos pesquisadores, fortalecidos pelos programas de pós-graduação das universidades começam a participar e a criar novas associações científicas, principalmente a partir da década de 1990, como pode ser constatado no quadro abaixo.

QUADRO II - Instituições Científicas Brasileiras na área da Comunicação

Entidade	Sigla	Ano de criação
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação	Intercom	1977
Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação	Compós	1992
Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual	Socine	1996
Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação	Folkcom	1992
Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual	Forcine	2000
Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia	Rede Alcar	2001 (!)
Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo	SBPJor	2003
União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura	Ulepicc	2004
Fórum Nacional de Professores de Jornalismo	FNPJ	1994
Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas	Abrapcorp	2006
Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura	ABciber	2006
Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político	Politicom	2008
Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Científicas de Comunicação	Socicom	2008

Fonte: Criação da autora a partir de Gobbi, 2010, p.26-27.

Nota dos editores!: A ALCAR como sociedade científica só passou a existir em 2008. Em 2001 foi constituída como uma rede de pesquisadores, sem o estatuto de sociedade científica.

A criação dessas entidades reflete e ao mesmo tempo é consequência da multiplicação dos cursos de graduação e de pós-graduação da área, bem como da sua maior profissionalização. Desse conjunto de entidades, pode-se destacar a Intercom, a Compós e a Socicom, como sendo as que agrupam pesquisadores da área da comunicação no seu sentido mais amplo. A primeira, Intercom, reunindo pesquisadores, estudantes e professores de todos os níveis de formação. A Compós, reunindo programas, alunos e professores de pós-graduação e a Socicom, agrupando todas as entidades da área, num esforço de fortalecer, consolidar e legitimar os trabalhos desenvolvidos por todas elas, cada uma em sua especificidade²⁴.

24. Mais informações sobre as associações científicas e acadêmicas brasileiras são descritas no volume 2 do **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**, organizado por Daniel Castro, José Marques de Melo, Cosette Castro. Brasília: Ipea, 2010.

A INTERNACIONALIZAÇÃO DA PESQUISA BRASILEIRA

Além dos esforços para o desenvolvimento e divulgação da pesquisa científica em comunicação em todo território nacional, o que num país com a dimensão do Brasil não é tarefa das mais fáceis, os pesquisadores brasileiros em comunicação sempre buscaram participar de eventos e associações internacionais de pesquisa, na América Latina e em todo o mundo.

A criação da ALAIC – Associação Latino Americana de Pesquisadores em Comunicação – para representar o pensamento comunicacional nos debates sobre a Nomic e retomada a partir do final dos anos 1980, como uma entidade acadêmica que realiza congressos bianuais, entre outras atividades, é um desses esforços no sentido de ampliar as fronteiras da pesquisa nacional. Vários pesquisadores brasileiros se revezam na diretoria da entidade, bem como nos seus grupos de pesquisa e na organização de suas publicações.

Outra iniciativa no sentido da internacionalização da pesquisa da área é a realização pela Intercom de colóquios binacionais, que desde a década de 1990 tem possibilitado o intercâmbio de forma sistematizada e regular entre grupos de pesquisa do Brasil e de países como a França, Itália, Argentina, Portugal, Dinamarca e EUA. Organizados com entidades científicas representativas da área da comunicação nestes países, os colóquios binacionais tem proporcionado a circulação e a publicação de autores brasileiros em outros países.

Finalmente, também através dessas entidades representativas e com apoio de alguns órgãos de fomento, a comunidade acadêmica brasileira tem aumentado sua participação em Congressos de entidades internacionais como os realizados anualmente pela ICA. Nestas inserções, pesquisadores brasileiros têm proposto temas e teorias que apontam o amadurecimento científico da área e o seu reconhecimento.

O pesquisador belga, Armand Mattelart, em entrevista concedida ao pesquisador Edgar Rebouças²⁵ afirma que a primeira região a levantar o problema da internacionalização foi a América Latina. Segundo ele, ainda que as teorias levantadas possam ser criticáveis, como a da Teoria da Dependência, tais teorias são pioneiras na construção de um campo de estudo sobre as relações internacionais em comunicação.

PARA ALÉM DA ACADEMIA

Embora o propósito do presente texto seja o de abordar a institucionalização da pesquisa em comunicação e essa ocorra principalmente no âmbito da academia e dos cursos superiores de graduação e pós-graduação da área, no caso do Brasil e

25. REBOUÇAS, Edgar. Entrevista com Armand Mattelart. Os riscos da perda da originalidade diante da generalização dos "estudos culturais". PCLA. Vol. 4, nº 1, out/Nov/dez, 2002.

da América Latina, não se pode deixar de lado nesta análise, a contribuição que os movimentos sociais e populares trouxeram para a área. Uma das razões dessa contribuição é o contexto sócio político e econômico do Brasil e da América Latina a partir dos anos de 1959, da concentração das empresas de comunicação e da aliança de algumas delas aos governos militares instalados em vários países do continente.

A luta pela liberdade de expressão e o acesso à informação, somada à precariedade das condições de vida das populações que tinham migrado do campo para a cidade, faz nascer vários movimentos e organizações populares cujo objeto de luta era a comunicação. Várias dessas entidades, algumas transformadas em centros de documentação²⁶, atuavam em parceria com cursos superiores e contavam com a participação de professores e estudantes de comunicação, que viam nelas, possibilidades de romper o ciclo limitado de atuação imposto pelo regime político. Com a redemocratização do país e as mudanças no cenário econômico e social, alguns desses centros foram fechados, outros transformados em ONGs, ou ainda, em grupos de pesquisas e assessoria. As bandeiras de luta que levantavam nos tempos da ditadura foram levadas para as universidades e para os partidos políticos e instituições políticas que gradativamente foram se tornando mais democráticas. Apesar de inúmeros avanços em várias áreas sociais, algumas demandas específicas da comunicação continuam em aberto, como a criação de um Conselho do Audiovisual e a nova regulamentação para o setor das telecomunicações.

Em 2009 é realizada a I Conferência Nacional de Comunicação, convocada pelo Ministério das Comunicações, do governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva.

Segundo documento do próprio Ministério²⁷, o maior impacto da conferência é permitir a inserção do tema comunicação em um contexto de debates públicos e abertos que começou ainda em 1941, quando o Brasil começou a exercitar a criação de conferências convocadas pelo governo federal. Desde então foram realizadas 104 conferências nacionais sobre os mais diversos temas, que resultaram em propostas que subsidiaram a construção de políticas públicas e a implementação de propostas de alteração na legislação.

A Primeira Conferência Nacional de Comunicação – Confecom – foi organizada com a meta global de criar um ambiente para a elaboração de propostas orientadoras na formação de uma política nacional de comunicação, garantindo – ainda segundo o documento – “a participação social em todas as suas etapas”. O relatório final, resultado dos três dias de discussões e votações, apresenta diretrizes e propostas para formulação e implementação de políticas públicas de comunicação, bem como para a formulação da política nacional de telecomunicações e radiodifusão.

26. O CPV – Centro de Pastoral Vergueiro – sediado em São Paulo é um exemplo.

27. Ministério das Comunicações. Confecom: a construção de um ambiente aberto para discutir as comunicações no Brasil. Documento entregue aos participantes da I Confecom – Brasília, 14 de dezembro de 2009.

A I Confecom começou a ser viabilizada no início de 2009, quando em abril, foi instalada sua Comissão Organizadora Nacional – instância responsável por construir o ambiente político para a realização de 26 conferências estaduais e uma distrital, em preparação a etapa nacional. Instância deliberativa foi formada pelas seguintes entidades da Sociedade Civil: Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM); Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais (Abepec), Associação Brasileira de Radiodifusão (Abra), Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), Central Única dos Trabalhadores (CUT), Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert), Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Intervezes – Coletivo de Comunicação Social, Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil). Teve como representantes do Poder Público, a Casa Civil da Presidência da República, o Ministério das Comunicações, o Ministério da Ciência e tecnologia, o Ministério da Cultura, o Ministério da Educação²⁸, o Ministério da Justiça, a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, a Secretaria Geral da Presidência da República, o Senado Federal e a Câmara dos Deputados.

As etapas estaduais e a distrital da Conferência elegeram os 1.684 delegados que participaram da etapa nacional, que teve também mais 130 vagas para “observadores livres”, cidadãos comuns, de todo o país, que se inscreveram pelo site oficial da conferência, e puderam participar in loco do debate, sem direito a voto. Além disso, foi criado também um debate virtual, feito através da Internet no período de 26 de novembro a cinco de dezembro, no qual os internautas puderam dar sugestões à comissão organizadora.

Três grandes eixos temáticos nortearam as discussões realizadas na I Confecom: a produção de conteúdo, os meios de distribuição e cidadania, direitos e deveres. Para discuti-los foram criados 15 grupos de trabalho, com representantes de cada um dos três setores acima mencionados, que ficaram responsáveis por dezenas de temas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história da institucionalização da pesquisa em comunicação no Brasil vai revelando, à medida em que vai sendo analisada, características da sociedade brasileira, tais como sua evolução política nos últimos 60 anos, as organizações sociais, o desenvolvimento do ensino superior e a inserção da sua comunidade científica no cenário internacional. Uma sociedade que sempre teve a luta pela liberdade política e individual como uma de suas aspirações tem sua produção acadêmica determinada pela constante inquietação.

28. A autora deste texto participou da Conferência como delegada indicada pelo Ministério da Educação.

A área científica da comunicação se desenvolve e se consolida no país num momento de forte disputa ideológica, concentração dos meios de comunicação de massa por alguns grandes grupos empresariais e estruturação do sistema de ensino superior, nos níveis de graduação e de pós-graduação. Num período de apenas 60 anos passa-se de uma sociedade majoritariamente rural, na qual apenas uma minoria tinha acesso aos meios de comunicação de massa, rádio e jornal impresso, acessíveis nos centros urbanos, para uma sociedade conectada à internet e às mais avançadas tecnologias da informação e da comunicação. Neste mesmo período o Brasil passa a ter uma das indústrias culturais mais expressivas da atualidade, que por sua vez exigem regulamentação do setor das telecomunicações e pesquisas compatíveis com os avanços tecnológicos da área. Passou-se ainda de um país agrícola e praticamente analfabeto para uma nação de economia fortemente influenciada pela indústria e pela área de serviços, onde surgiu e se fortaleceu um significativo número de cursos superiores e de pós-graduação.

A pesquisa em comunicação se institucionaliza nesta ebulição de aspirações, projetos, legislações e desafios. Neste contexto, é fortemente influenciada pelos movimentos sociais e populares e entidades que o apóiam, como a Igreja, por exemplo, que nos anos mais críticos da Ditadura Militar, abrigou muitos pesquisadores, abrindo espaço para suas discussões e debates. Sofre as consequências de regulamentações precárias, de falta de apoio financeiro para projetos e grupos de pesquisa e conquista maturidade e consistência.

À medida que o país foi se redemocratizando, os cursos superiores foram retomando sua autonomia e novas possibilidades de organização surgiram. A criação da Intercom, em 1977, representa um marco na consolidação do campo comunicacional, seja por reunir em seus congressos anuais os pesquisadores mais expressivos da área, seja por propor temas e ações que valorizam e dão sustentação à área. O avanço da pós-graduação a partir dos anos 1990 faz nascer a Compós, que agrupa os programas de mestrado e doutorado, mas também se transforma num importante fórum de discussão de políticas de incentivo à pesquisa no país. Começam a surgir entidades, associações e instituições voltadas para debates específicos tais como os de Relações Públicas ou de Comunicação Política, ou ainda do Audiovisual. Cria-se em 2008 a Socicom, numa proposta de agrupar todas essas entidades de comunicação em prol de ações que fortaleçam ainda mais o campo.

Toda essa história faz com que hoje a comunidade comunicacional brasileira seja reconhecida internacionalmente. A grandeza territorial do país não foi impedimento para a consolidação de entidades que dessem conta da sua diversidade cultural, linguística e social. O Brasil tem pesquisas com conteúdos e metodologias que se tornam exemplares para o resto do mundo.

Evidentemente, apesar disso, muitos desafios ainda se colocam para as entidades da área, tais como a diminuição dos desequilíbrios regionais, o aprofundamento teórico e o aperfeiçoamento de metodologias que dêem conta de um objeto assim tão complexo como o da comunicação, o apoio de políticas públicas que reconheçam o papel estratégico da comunicação na sociedade do século XXI e a busca permanente por autonomia.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Newton de Oliveira. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007. (Comunicação).
- CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010.
- DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso. **Le role des journaux télévisés au Brésil**. Une étude de réception chez les ouvriers de la ville de Curitiba. Tese de doutorado. Université de Paris VIII, França, 1999.
- DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso; MACHADO, RAFAEL Costa; SIQUEIRA. **Teoria da Comunicação na América Latina: da herança cultural à construção de uma identidade própria**. Curitiba: Editora UFPR, 2006.
- FERRÈS, Joan. **Televisão e Educação**; trad. Beatriz Neves, Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Editora Nova Fronteira, s/d.
- GILISSEN, John. **Introdução histórica ao Direito**. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2001.
- GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na Comunicação: do sílex ao silício**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
- GOMES, Pedro G. **Tópicos de teoria da comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 1995.
- GONTIJO, Silvana. **O livro de Ouro da Comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

HERCOSCOVITZ, Heloisa. A pesquisa em comunicação na América Latina: desafios nos anos 90. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, n. 23, p. 111-128, jun. 1995.

HOLANDA FERREIRA, Aurélio Buarque. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

GOBBI, Maria Cristina. A emergência do campo da comunicação no Brasil. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010, p. 19-27.

GOMES, Itania Maria Mota; PINTO, Julio; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Antecedentes, tendências e perspectivas da Pós-Graduação em Comunicação. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010, p. 63-91.

JACQUINOT-DELAUNAY. **De la nécessité de rénover l'éducation aux médias**. In: Communication, Vol.16, nº1, 1995, p.19-35.

JEAN, Geores. **A escrita: memória dos homens**. São Paulo: Objetiva, s/d.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). **Ensino de Comunicação: qualidade na formação acadêmico-profissional**. São Paulo: ECA-USP, Intercom, 2008.

MARINI, Ana Rita. Mídia, propriedade e participação social. In: **MídiaCom – Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação**. Brasília, dezembro de 2009, nº 10, p.16-21.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

MARQUES DE MELO, José. A batalha de qualidade no ensino de comunicação: novos (antigos) desafios. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Ensino de comunicação: Qualidade na formação acadêmico-profissional**. São Paulo: ECA/USP-Intercom, 2007, p. 33-42.

MARQUES DE MELO, José. *Intercom: 33 anos de pluralismo, soberania e liberdade*. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (orgs.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. Brasília: Ipea, 2010, p. 47-52.

MARTIN-BARBERO, Jesus. *A América Latina e os anos recentes: os estudos de recepção na comunicação*. In: SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MATTELART, Armand. **História da Sociedade da Informação**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

MOREIRA, Sonia Virginia; VIEIRA, João Pedro Dias. **Comunicação, ensino e pesquisa**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

OLIVEIRA, Dennison. **Estado & Mercado: Telecomunicações no Brasil**. Curitiba: Prephacio, 1991.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

TV Digital: benefícios para quem investir em pesquisa. Disponível em: <http://www.protec.org.br/lei-tv-digital.php>. Acesso em: 19 Mar. 2011.

VASSALO DE LOPES, Maria Immacolata. **Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico**. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

WOLTON, Dominique. **Internet et après: une théorie critique des nouveaux medias**. Paris: Flamarion, 1999.

WOLTON, Dominique. **Penser la communication**. Paris: Flamarion, 1997.

HISTÓRIA AUTORAL

Aline Strelow*

A história da pesquisa em comunicação no Brasil, que se consolida na segunda metade do século XX, tem sua origem conhecida no texto do cômico J. C. Fernandes Pinheiro. Sob o título *A imprensa no Brasil*, o trabalho foi publicado em 1859 no *Jornal Ilustrado*, revista cultural de caráter híbrido, dedicada à ciência, indústria, literatura, história e mais um sem número de assuntos (MARQUES DE MELO, 2003, p. 145).

O campo começa a se esboçar, então, tendo como suporte uma boa polémica: quando, como e por quem foi implantada a imprensa em nosso país? De acordo com o artigo de Fernandes Pinheiro, os holandeses seriam os verdadeiros introdutores da impressão em solo brasileiro. A tese encontrou eco nos ensaios de Moreira de Azevedo (1865) e Francisco de Souza Martins (1867), ambos publicados na Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro.

Do outro lado da peleia, estavam os historiadores pernambucanos, que investiam em pesquisas para valorizar o nativismo da Restauração Pernambucana, que culminou com a Batalha dos Guararapes – coalizão entre índios, negros e lusitanos com o objetivo de expulsar o “invasor” holandês. Para corrigir o equívoco, o grupo incentivou José Higino Duarte Pereira a empreender uma missão científica nos arquivos holandeses, o que ocorreu a partir de 1873. A imprensa se transforma, assim, em objeto de investigação científica. Alvo de disputa de poder, ela já era desde o seu surgimento.

Os vestígios rastreados por Duarte Pereira foram suficientes para refutar a ideia de que haveria imprensa no Brasil holandês. Anos depois, Alfredo de Carvalho daria continuidade ao percurso do pesquisador e reforçaria o resultado de seus achados, afirmando que, durante o governo de Maurício de Nassau, em Pernambuco, não houve nenhuma tipografia no Recife.

No momento em que essas pesquisas pioneiras eram levadas a cabo e publicadas, a imprensa brasileira experimentava um momento de efervescência, marcado pela proliferação de folhas com perfis diferenciados, que contemplavam, em especial, as questões políticas e literárias. Na segunda metade daquele século, o país vivia o *boom* do romance-folhetim, que popularizou a literatura e garantiu a

* Jornalista. Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e pós-doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora Adjunta da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Email: alinestrelow@terra.com.br.

carreira e a sobrevivência de muitos escritores nacionais. As tiragens dos periódicos aumentavam e emergia uma comunidade de leitores de jornal. Na virada para o XX, prestes a completar 100 anos, estava mais do que na hora de a história da imprensa brasileira ser contada.

HISTORIADORES DA IMPRENSA

Um dos primeiros historiadores da imprensa brasileira foi Alfredo de Carvalho, nascido em 1870, em Pernambucano. Engenheiro de formação e colaborador de diversos jornais e revistas, inaugurou as pesquisas no campo com as obras: *Jornais pernambucanos, 1831-98* (1899); *A imprensa baiana, 1811-98* (1899); *Diário de Pernambuco, 1825-1908* (1908); *Anais da imprensa periódica pernambucana de 1821 a 1908* (1908). Esta última representou o primeiro empreendimento de pesquisa em rede sobre o tema no país: Alfredo de Carvalho responsabilizou-se por narrar a história dos jornais e revistas pernambucanos e incentivou colegas de diferentes regiões do Brasil a fazerem o mesmo, em um equipe liderada por ele.

Alfredo de Carvalho foi colaborador assíduo dos jornais pernambucanos, em especial o *Jornal do Recife* e o *Diário de Pernambuco*, assim como de publicações acadêmicas. Como sublinha Marques de Melo (2009), é a vivência permanente no mundo da imprensa que desperta no historiador o interesse de estudá-la. “Sua grande contribuição à história da imprensa brasileira se dá em dois momentos distintos. Como pesquisador, ele desvenda a hipótese lendária da tipografia holandesa do século 17. E, como líder intelectual, ele comanda o mutirão que faz o inventário da imprensa brasileira no século 19”, explica Marques de Melo (2009, p. 20). Como reconhecimento ao seu pioneirismo, foi escolhido patrono da Rede estruturada para o Resgate da Memória da Imprensa e a Construção da História da Mídia no Brasil – Rede Alcar.

A imprensa brasileira completava 100 anos em meio a um processo de profissionalização. Desenhava-se, para as publicações da época, um perfil empresarial, com folhas que não escondiam seus objetivos comerciais e bradavam a objetividade e a imparcialidade como valores inquestionáveis. Esse era o discurso; na prática, é claro, as coisas eram bem diferentes. As relações promíscuas entre a imprensa e o campo político, por exemplo, não se dissolveram. A diferença, agora, é que elas não eram explícitas.

Os conflitos, a história, as funções e a influência da imprensa foram objeto de estudo, nas primeiras duas décadas do século, de José Veríssimo, Ruy Barbosa, A. da Cunha Barbosa, Max Fleuiss, Felix Pacheco e Ernesto Senna. De acordo com Marques de Melo (2003), os primeiros autores a debruçarem-se sobre o tema compõem o grupo dos *desbravadores*, que será seguido pelo *pioneirismo* da geração seguinte.

RUMO AO EMPIRISMO

Para Marques de Melo (2003), o divisor de águas é o estudo realizado por Barbosa Lima Sobrinho em 1923. Sob o título *O problema da imprensa*, o autor discute a lei de imprensa que tramitava no Congresso Nacional à época, de autoria do senador Adolpho Gordo. O pesquisador utiliza técnicas jornalísticas para analisar o desenvolvimento da imprensa e debater a problemática da regulamentação legal. Trata-se do primeiro tratado de teoria do jornalismo brasileiro.

A mim próprio só me pergunto se a imprensa é culpada de todos os males que lhe imputam, ou autora de todos os benefícios que vai semeando com despreocupação.

E só me acode a resposta de que ela vale como a peça indispensável de um maquinismo, forçada ao movimento de outras peças e ela própria fazendo girar, nos seus eixos, outras rodas (LIMA SOBRINHO, 1997, p. 185).

Assim, permeado por questões oriundas do mundo do trabalho, começava a se delinear um campo de pesquisas em Comunicação, interdisciplinar, como não poderia deixar de ser, mas já com características próprias.

Os anúncios publicitários foram objeto de estudo de Anielia Ginsberg em 1949, analisados a partir dos fundamentos psicológicos. As pesquisas de maior impacto sobre o assunto, no entanto, foram as realizadas por Gilberto Freyre, tendo os anúncios de jornal como fonte para a investigação social. Após a publicação do clássico *Casa Grande e Senzala* e de outros que se seguiram, como *O escravo nos anúncios de jornais brasileiros no século XIX*, Freyre cria uma disciplina denominada Anunciologia (MARQUES DE MELO, 2003). O autor é considerado pioneiro na valorização do papel da comunicação na cultura brasileira. Conforme sublinha Machado da Silva (2010, p. 70), Freyre, com a terminologia de seu tempo, colocou a relação comunicacional, com suas contradições e limites econômicos e sociais, no coração de suas teses.

Quando o grande Oliveira Lima – tão meu mestre, desde meus dias de adolescente – referiu-se ao primeiro jornal aparecido no Brasil ainda Reino – dos dias do Príncipe Regente, portanto – como publicação quase sem valor, por ser jornal só de anúncios, ousei divergir da opinião magistral. A pioneira gazeta era só de anúncios – sustentei – mas, através desses anúncios, o historiador social podia reconstituir todo um começo de sociedade pré-brasileiramente nacional. Seus novos móveis. Seus novos veículos. Sua nova porcelana. Seus novos cristais.

Orgulho-me de, ainda muito jovem, ter-me antecipado nessa valorização de anúncios de jornal: começo, no Brasil, de uma anunciologia. O anúncio, desde o seu aparecimento em jornal, começou a ser história social e, até, antropologia cultural, da mais exata, da mais idônea, da mais confiável.

[...]

À utilização de anúncios para reconstituições e avaliações sociais, no Brasil, continuei a aplicá-la a sucessivas fases do desenvolvimento quer social, quer cultural, do nosso País, com resultados dos quais pode-se dizer terem constituído a invenção, por brasileiro, de uma Anunciologia nada insignificante (FREYRE, 2010, p. 21 e 22).

Essa fase de pioneirismo, durante a qual surgem diferentes iniciativas para a criação de cursos de jornalismo, culmina com a publicação de *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*, tratado de história da imprensa de autoria de Carlos Rizzini, jornalista de batente, professor, empreendedor e pesquisador. De acordo com Marques de Melo (2003), trata-se do primeiro *scholar* brasileiro do campo das ciências da comunicação.

Difícilmente compreendemos tenha o jornal precedido a tipografia. Parece-nos que para possibilitá-lo é que os textos entalhados em tábuas inteiriças se decompueram em letras soltas de pau e de metal. Sobrepostos ao objeto os seus atributos, habituamo-nos a nele ver não um simples, mas um atual e célere veiculador de notícias, tão atual e tão célere que só por um esforço de raciocínio conseguimos desligá-lo das linotipos e rotativas para prendê-lo às letras de forma e prensas de madeira da era moguntina. Contudo ele ainda vem de épocas mais remotas e de processos mais laboriosos (RIZZINI, 1946, p.11).

Rizzini iniciou sua carreira como jornalista aos 18 anos, como repórter de *O Jornal*, em 1916. Na época, já era estudante de Direito. Ao longo de sua carreira jornalística, ocupou diferentes cargos, chegando a dirigir e a administrar seu próprio periódico, o *Jornal de Petrópolis*. Foi no grupo Diários e Emissoras Associados, de Assis Chateaubriand, que construiu boa parte de sua trajetória, seja dirigindo jornais como o *Diário de Notícias*, em Porto Alegre, a *Rádio Tupi*, no Rio de Janeiro, ou como diretor-geral do conglomerado.

A publicação de *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil* acontece em 1946. A obra, como lembra Mendes Júnior (2008), foi reconhecida quase de imediato pela excelente qualidade e conteúdo, tornando-se referência obrigatória para os que desejavam melhor entender os processos comunicacionais no Brasil e no mundo, e levando-o, anos depois, ao reconhecimento como precursor dos estudos brasileiros de comunicação. Rizzini publicou, também, *Hipólito da Costa e o Correio Braziliense* e *O jornalismo antes da tipografia*.

COMUNICAÇÃO NA UNIVERSIDADE

A criação dos cursos de jornalismo no país, concretizada primeiro com a Escola de Jornalismo Cásper Líbero, em 1947, e, em seguida, com a implantação do curso na Universidade Federal do Rio de Janeiro (na época, Universidade do Brasil), em 1948, vai representar a institucionalização da pesquisa realizada na área. Em 1951, é criada a primeira escola de propaganda brasileira, a Escola

Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). O campo das relações públicas contará, em 1953, com uma série de cursos e conferências realizados pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

O primeiro curso de comunicação, que articula na universidade, pela primeira vez, os cursos de jornalismo, publicidade, cinema e rádio-televisão, é criado em 1963, na Universidade de Brasília (UnB), resultado da iniciativa de Pompeu de Souza. Neste mesmo ano, é criado o primeiro centro brasileiro de pesquisa na área, o ICINFORM – Instituto de Ciências da Informação, iniciativa de Luiz Beltrão e resultado de um convênio com a Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). A instituição, inspirada no CIESPAL – Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina, tem como objetivo desenvolver pesquisas, promover cursos e manter publicações acadêmicas. As primeiras pesquisas realizadas pelo instituto foram baseadas em sondagens de opinião pública para avaliar os efeitos da mídia.

Além do ICINFORM, Beltrão criou a primeira revista acadêmica da área, sob o título *Comunicação & Problemas*, escreveu uma série de ensaios e manuais, publicou mais de 20 livros, fundou cursos e deixou discípulos. “Mesmo autodieta e perseguido durante o regime militar, tornou-se o primeiro Doutor em Comunicação no Brasil, com a tese na qual criou o termo Folkcomunicação, ainda hoje um dos principais temas da pesquisa universitária no país”, sublinha Duarte (2005). A tese, que constituiu uma disciplina, com várias linhas de pesquisa, permaneceu inédita por mais de 30 anos. O próprio reconhecimento do título de doutor de Beltrão, pela Universidade de Brasília, levou 14 anos para ser emitido.

Um dos méritos da folkcomunicação foi mudar a maneira de se interpretar a comunicação popular. Trata-se de um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Seu objeto situa-se na fronteira entre o *folclore* e a *comunicação de massa*. Caracteriza-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Na compreensão original de Beltrão, como observa Marques de Melo (2004), a folkcomunicação era o processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais ou urbanas). As primeiras pesquisas do gênero privilegiavam, então, as decodificações da cultura de massa feitas pelos veículos rudimentares nos quais se abastecem simbolicamente os segmentos populares da sociedade.

De acordo com Beltrão (2004), no sistema folkcomunicacional, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados (como emissões desportivas pela TV, canções gravadas em disco ou mensagens impressas em folhetos e volantes), as manifestações são, sobretudo, resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu

processo de difusão se desenvolve horizontalmente, levando-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens por um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão. A folkcomunicação é, assim, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa.

Os discípulos de Beltrão ampliariam seu raio de observação dos fenômenos folkcomunicacionais, analisando o processo também no caminho inverso, da apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural. Entre os tantos alunos de Beltrão, estão José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Gaudêncio Torquato e Zita de Andrade Lima.

Antes da criação do ICINFORM por Beltrão, eram raras as pesquisas científicas sobre os fenômenos comunicacionais no Brasil. O fortalecimento do campo também é atestado, conforme destaca Marques de Melo (2003), pela presença de pesquisadores brasileiros no CIESPAL, no qual o país projetou-se pelo acervo de estudos em desenvolvimento em suas escolas de jornalismo. Além de Beltrão, também ocupou cátedra no centro Danton Jobim. Ambos são responsáveis pela disseminação das estratégias que caracterizam a pedagogia brasileira da comunicação social, dando-lhes amplitudes latino-americanas.

A entrada de Danton Jobim no campo acadêmico se dá em 1948, quando participa como docente fundador do Curso de jornalismo da Universidade do Brasil, hoje Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Jobim, com reconhecida trajetória política, foi um dos jornalistas emblemáticos de sua geração, considerado, pela categoria, uma liderança nacional. Em 1952, recebe o Prêmio Maria Moors Cabot, distinção atribuída pela Universidade de Columbia a jornalistas latino-americanos que se destacam na luta em defesa da liberdade de imprensa. No ano seguinte, ingressa como professor visitante na Universidade do Texas. Torna-se o primeiro acadêmico brasileiro a publicar artigo na revista *Journalism Quarterly* (vol. 31, n. 1, 1954), com o título *French and US Influence Upon the Latin American Press*.

Em 1957, a convite de Jacques Kayser, Jobim atua como professor visitante na Sorbonne, em Paris. Lá, publicou o livro *Introduction au Journalisme Contemporain*. No mesmo ano, participou, na sede da UNESCO, da conferência mundial reunida com a intenção de fundar a IAMCR – *International Association for Mass Communication Research*. O reconhecimento internacional alcançado fez com que Jobim assumisse papel decisivo na construção do espaço acadêmico que ficaria conhecido como Escola Latino-Americana de Comunicação (MARQUES DE MELO, 2008).

No Brasil, em 1960, publica a obra *Espírito do jornalismo*, que traz a tradução de suas conferências em Paris e outros ensaios. Nessa obra, aparecem suas análises sobre o ofício:

O fato é que o jornalista tem a “sua verdade”, uma verdade por assim dizer provisória e contingente, melhor ainda, uma hipótese, impossível de ser verificada através dos processos de que se serve o historiador. É sobre essa hipótese que ele trabalha, tirando conclusões que não podem ser as de um sociólogo. [...]

Certamente, há princípios morais que regulam o exercício do jornalismo, que o impedem de utilizar-se, por exemplo, de um documento sabidamente falso para atingir seus fins. São princípios de ordem geral, que nada têm especificamente com a nossa profissão e que abordaremos na ocasião oportuna.

O jornalista, ao comentar um acontecimento, não o faz com o ânimo de servir à história, de pronunciar um juízo de valor perene. O máximo que se pode pedir são conclusões provisórias, *sic rebus stantibus*. Por isso mesmo nenhum mortal está mais sujeito à incoerência do que ele (JOBIM, 196-, p. 18).

No ano seguinte, em Quito, Equador, sai o livro *Pedagogia Del Periodismo: Métodos de Enseñanza orientados para La Prensa Escrita*, resultado de curso ministrado no CIESPAL. O golpe militar de 1964 fez que com Jobim reduzisse sua atuação acadêmica e investisse no campo político, onde teve papel relevante na resistência à ditadura. Em 1970, participa da II Semana de Estudos de Jornalismo da Universidade de São Paulo, com a conferência *Liberdade de Imprensa no Brasil*. Sua fala na ocasião integra o livro *Censura e Liberdade de Imprensa*, publicado em 1984.

Nos anos 1960, a oferta de livros didáticos de jornalismo ainda era escassa. Com o objetivo de ampliá-la, o professor Juarez Bahia transformou muitas de suas aulas em livro (VITÓRIO, FRUTUOSO, 2005). Jornalista profissional com passagem por veículos como *Diário de Santos*, *A Tribuna* e *Jornal do Brasil*, teve sua competência reconhecida através de diversos prêmios, entre eles o Prêmio Esso de Jornalismo, no qual recebeu seis distinções em diferentes categorias. Sua carreira docente teve início na Universidade Católica de Santos, onde concluiu a graduação. Depois, lecionou na Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo, e na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

As obras de Bahia discorrem sobre questões diversas da área: história e técnica do jornalismo, relações públicas e publicidade. Sua produção inicial no campo teórico do jornalismo é constituída pelos títulos: *Três fases da imprensa brasileira* (1960), *Jornal, História e Técnica* (1964), *Jornalismo, Informação e Comunicação* (1971).

Mais tarde, ele ampliou o conhecimento sistematizado sobre jornalismo e produziu o manual *Jornal, História e Técnica* (1990) – o título é o mesmo de um dos livros anteriores – com dois volumes. O primeiro é voltado à história da imprensa

brasileira; o segundo, às técnicas jornalísticas. A obra figurou durante muitos anos como literatura básica de muitas disciplinas dos cursos de jornalismo em todo Brasil.

A década de 1960 também marcou o início da publicação de livros sobre e teoria e crítica de comunicação, da arte e do design de Décio Pignatari. O professor, poeta, escritor, jornalista, publicitário, designer e pesquisador bem mereceria a definição de *multimídia*, se o termo fosse, naqueles anos, tão difundido quanto é hoje, como salienta Freitas (2000, p. 35). O primeiro livro do autor nesta linha, publicado em 1965, foi *Teoria da poesia concreta*, escrito em parceria com Haroldo e Augusto de Campos. No mesmo ano, Pignatari, que já atuava como professor de teorias da informação, ministrou aulas de teoria da comunicação, na Escola de Comunicação Coletiva da Fundação Universidade de Brasília. Nos anos seguintes, saem *Informação, linguagem e comunicação* (1968) e *Contracomunicação* (1971). É de sua autoria, também, a tradução de 1969 de *Os meios de comunicação como extensões do homem*, de Marshall McLuhan, do qual se tornou um grande divulgador no país.

A consolidação de sua trajetória acadêmica não tarda para acontecer, em instituições como a Universidade de São Paulo e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, atuando como livre-docente e professor titular. Em 1974, é publicado o livro *Semiótica e literatura*, que inclui sua tese de doutorado. *Comunicação poética* sai em 1977, enquanto *Semiótica da arte e da literatura*, resultado de sua tese de livre-docência, é publicado em 1981. Em 1984, o autor reúne uma seleção de artigos publicados na imprensa no livro *Signagem da televisão*. Sua obra acadêmica conta também com os títulos *O que é comunicação poética* (1987) e *Letras, artes e mídia* (1995), entre outros.

Atuando em diversas frentes, produzindo obras poéticas, ensaísticas e científicas, Pignatari acabou por estabelecer uma série de relações entre seus múltiplos campos de trabalho e pesquisa, que se inter cruzam em uma única linha: o da comunicação. Não obstante, a comunicação em sua obra adquira o mesmo significado do termo semiótica. Mas esse alinhamento semântico é compreensível em virtude dos próprios objetivos da semiótica enquanto instrumento de pesquisa científica.

Pignatari foi um dos primeiros pesquisadores brasileiros a notarem que a velocidade com que os meios de comunicação se desenvolvem a nossa volta alimenta a necessidade de a ciência encontrar instrumentos de análise e de desvendamento para os diversos fenômenos que resultam dos avanços incorporados constantemente ao cotidiano da sociedade industrial. A semiótica apresenta-se como um desses instrumentos que trazem consigo a pretensão de compreender os mecanismos e processos geradores de significados não só relacionados aos meios de comunicação, mas a toda e qualquer experiência que se apresente à luz da observação da ciência (FREITAS, 2000, p. 43).

Em palestra proferida em 2001 no encontro anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, Pignatari discorreu sobre as problemáticas atuais do campo:

Falando de comunicação como um campo acadêmico pacífico de conhecimento – assim falamos de física, química ou biologia – ela venceu e se implantou muito rapidamente (cerca de quatro décadas), em percurso paralelo ao da expansão da televisão e do computador. Com a NET – mídia das mídias – é até natural que a comunicação entre em crise de identidade. A crise reside mais em seus objetivos do que em seus objetos. De maneira distorcida, para não dizer errônea, a visão da Comunicação vem sendo atrelada à evolução da mídia (a bola da vez são as chamadas “novas tecnologias”). Não é de estranhar-se que venha a sofrer sucessivas crises de... atualização. Onde há signos, há comunicação, ou possibilidade de comunicação. Ao meu ver, o problema reside mais na imaturidade de teorias, doutrinas, métodos e processos – marcados pelo sincretismo e pelo ecletismo – do que na vagueza ou incerteza relativas aos objetos da comunicação. De outra parte, creio que será útil e instigante a retomada da noção de repertório – prenunciada nos anos 70 por Michel Butor e Max Bense, entre outros, mas enriquecida com as Teorias da Informação e da cibernética – para reenderçar as tendências recepcionistas... (PIGNATARI, 2002, p. 177-178).

O campo acadêmico da comunicação consolida-se em meio ao desenvolvimento da indústria cultural no Brasil. O acelerado processo de modernização das indústrias de mídia, entre outros fatores, leva ao crescente interesse pelas pesquisas na área, seja no âmbito da universidade, seja através das próprias empresas.

Um dos mais proeminentes discípulos de Luiz Beltrão, José Marques de Melo tem sua primeira experiência no magistério superior em 1962, na Universidade Católica de Pernambuco, em Recife. A perseguição por estar vinculado à resistência política – foi acusado por atividade subversiva e preso – levou o pesquisador a São Paulo, onde reside até hoje. De 1967 a 1968, lecionou na Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, onde fundou o Centro de Pesquisa da Comunicação Social. Quadrinhos, fotonovelas, telenovelas, radiodifusão e imprensa de imigrantes eram alguns de seus objetos de estudo, conforme destaca Brites (2004). Em 1968, assume a cátedra *Técnica e Prática de jornalismo* na Escola de Comunicações Culturais da Universidade de São Paulo, atual ECA/USP, de onde foi afastado por motivos políticos em 1972. Foi nesta instituição que obteve os títulos de Doutor, Livre-Docente, Professor-Adjunto e Professor Catedrático de jornalismo.

Em 1970, publica seu primeiro livro, *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*. Nessa obra de estreia, o autor apresenta sua compreensão conceitual de “pesquisa em Comunicação”, salientando que, no Brasil, o termo tinha, geralmente, significado específico – pesquisa quantitativa, de circulação ou audiência:

Esse fenômeno alicerça-se no fato de que as únicas pesquisas realizadas no Brasil, até alguns anos atrás, eram destinadas a conhecer a penetração dos veículos de comunicação coletiva junto às populações urbanas, permitindo determinar índices de circulação de jornais ou revistas, ou a audiências dos programas de rádio e televisão.

Não dimensionamos assim a Pesquisa em Comunicação. Costumamos fazer uma delimitação conceitual em níveis mais amplos: o estudo de todos os meios, formas e processos de informação ou de comunicação social. Do ponto de vista metodológico, consideramos não só as investigações que utilizam técnicas quantitativas, mas também aquelas que empregam técnicas qualitativas.

No nosso entender, a Pesquisa em Comunicação compreende, portanto, o estudo científico dos elementos que integram o processo comunicativo, a análise de todos os fenômenos relacionados ou gerados pela transmissão de informações, sejam dirigidos a uma única pessoa, a um grupo ou a um vasto público.

É o estudo do comunicador, suas intenções, sua organização, sua estrutura operacional, sua história, suas normas éticas ou jurídicas, suas técnicas produtivas. É o estudo da mensagem e do canal, seu conteúdo, suas formas, sua simbologia, suas técnicas de difusão. É o estudo do receptor, suas motivações, suas preferências, suas reações, seu comportamento perceptivo. É, enfim, o estudo dos efeitos produzidos junto ao receptor, a partir das intenções do comunicador (MARQUES DE MELO, 1970, p. 83-84).

Em 1972, introduz no país a metodologia de estudos comparados aplicada ao jornalismo, com o livro *Estudos de Jornalismo Comparado*, influenciando toda uma geração de pesquisadores. Suas pesquisas em torno dos gêneros jornalísticos, temática de muitas de suas publicações, são referência obrigatória e atualizada para os pesquisadores da área.

Seu retorno para a ECA só aconteceria em 1979, durante o processo de anistia política. Durante o período em que esteve fora da USP, atuou como docente no Instituto Metodista de São Paulo, hoje Universidade Metodista de São Paulo, para onde voltou após sua aposentadoria, em 1993, e permanece até hoje, como professor titular e diretor da cátedra UNESCO de Comunicação.

Pertenço à saga dos que vislumbraram a importância das ciências da comunicação no mundo contemporâneo. E tenho orgulho de me haver dedicado a sua sistematização e legitimação, fazendo-as sair da condição quase marginal em que se encontravam nos idos de sessenta, no panorama universitário brasileiro. Naquele momento, criavam-se aqui as primeiras faculdades destinadas a ensinar/pesquisar os fenômenos da produção e circulação de bens culturais através dos *mass media* (MARQUES DE MELO, 1995, p.7).

A busca pela consolidação de um ambiente acadêmico para as ciências da Comunicação no Brasil é uma das marcas da trajetória de Marques de Melo, um dos principais sistematizadores do campo, com mais de uma centena de livros publicados. Em 1977, liderou a fundação da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, com o objetivo de integrar os pesquisadores da área em um movimento interdisciplinar e pluralista.

Professor convidado em universidades dos mais diversos países, Marques de Melo tem atuação permanente nas instituições nacionais e internacionais do

campo de pesquisa em comunicação. Como salienta Jorge Pedro Sousa (2010), trata-se do pesquisador e pensador comunicacional contemporâneo mais conhecido da América Latina e do espaço lusófono.

A COMUNICAÇÃO BRASILEIRA COMO OBJETO

Durante a ditadura militar, alicerçada na grande imprensa, a relação do poder político com os meios de comunicação deu-se de forma ambivalente. De um lado, havia estímulo ao desenvolvimento econômico e tecnológico – os militares tinham uma visão muito clara de que a construção de uma imagem de Brasil que se queria vender aos brasileiros passava pelo diferentes meios, mas em especial pela televisão. De outro lado, para a construção dessa mesma imagem e para abafar os abusos do poder, os governos militares se utilizaram da censura, da ameaça, da perseguição a jornalistas e da violência propriamente dita.

A pesquisa em comunicação desenvolvida nesse momento dedicou-se a compreender esse processo, como demonstra o primeiro livro publicado por Sérgio Capparelli, em 1980, *Comunicação de massa sem massa*, que reuniu textos já publicados em revistas ou apresentados em congressos da área, desenvolvidos dentro do paradigma da teoria crítica. De acordo com Bertol (2000), mais importante do que o rigor teórico da obra, era a intenção política, de denúncia de como estava se reorganizando a sociedade brasileira frente ao surgimento das indústrias culturais, e de como estas indústrias culturais e seus modelos influenciavam a base econômica e cultural. O título, *Comunicação de massa sem massa*, evidencia os tantos setores da sociedade brasileira excluídos do acesso aos bens econômicos. Os artigos que compõem os capítulos da obra abordam temas como televisão e segurança nacional, imprensa alternativa, rádio e autoritarismo, imprensa dos imigrantes alemães e a situação da pesquisa em comunicação na América Latina e no Brasil.

A televisão em específico será objeto de estudo do autor em *Televisão e Capitalismo no Brasil*, publicado em 1982, com o objetivo de discutir a televisão brasileira dentro de um modelo capitalista de produção. Como salienta Stumpf (2000), novamente o pano de fundo para a análise utiliza a economia, a política, a cultura e a sociedade. “Mostra que não foi exatamente a televisão, mas o capitalismo que transformou o mundo numa aldeia global e que a televisão foi utilizada como instrumento ideológico do Estado, para criar uma sociedade capitalista e pelo próprio setor produtivo, para criar um mercado consumidor”, destaca (2000, p. 114). A televisão, conforme explicita Capparelli (1982, p. 11), não paira acima do sistema político, social ou econômico; ela integra um sistema produtivo, é agente e objeto dentro da atividade econômica, um instrumento econômico político daquela vinculação externa-interna englobada no conceito de dependência.

Em uma análise sobre sua trajetória, o autor reflete sobre o lugar ocupado por essas duas publicações:

Acredito que minha biografia esteja clara enquanto opção em *Comunicação de massa sem massa* (1980) e em *Televisão e Capitalismo no Brasil* (1982). Um e outro refletem a época que vivia, com suas interrogações e suas angústias. E refletem as minhas interrogações e as minhas angústias daqueles anos. Aquelas abordagens são ultrapassadas? Não acredito. Porque as perspectivas de análise não avançam cronologicamente, umas se substituindo às outras. Tanto os temas quanto as abordagens são recorrentes, entram em declínio devido à dinâmica da realidade, são ultrapassadas, renovam-se e voltam ao centro dos interesses. Um exemplo importante é o número, qualidade e intensidade dos estudos de economia política crítica, agora no cenário da globalização e das tecnologias digitais. Os instrumentos de análise não são imutáveis. Passaram por um refinamento, começaram a ser empregados com maior flexibilidade e, principalmente, adquiriram a consciência de serem apenas uma das portas de entrada explicativas para os fenômenos da comunicação (CAPPARELLI, 2000, p. 95).

No final da década de 1980, Capparelli lança *Ditadura e Indústrias Culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai*, que expande a análise das indústrias comunicacionais brasileiras para o Cone Sul.

Também tendo como objeto a realidade nacional, desta vez com um olhar para a cultura de massa brasileira, Muniz Sodré lança, em 1972, *A comunicação do grotesco*. Na obra, o autor afirma que o *grotesco* parece ser a categoria estética mais apropriada para a apreensão do *ethos* da cultura de massa nacional, marcado pelas influências escatológicas da tradição popular. “(...) o fabuloso, o aberrante, o macabro, o demente – enfim, tudo que à primeira vista se localiza numa ordem inacessível à ‘normalidade’ humana – encaixam-se na estrutura do grotesco”, explica (1988, p. 38). Três décadas depois, em 2002, com Raquel Paiva, Sodré reinterpreta sua hipótese e lança *O império do grotesco*, retomando as questões lançadas no primeiro livro, mas mirando a realidade da virada do milênio. “O grotesco atravessa de fato tempos diversos, à maneira de uma constante supratemporal”, salientam os pesquisadores (2002, p. 19).

Sobre o projeto teórico de Sodré, Paiva afirma:

Por um lado, ele investiga a materialização dessa hegemonia sob a forma de produtos simbólicos ou culturais, sempre sob a perspectiva de uma “telerrealidade” ou então de um “bios virtual”, que leva em conta um modo de organizar, a partir das novas exigências do processo de acumulação capitalista em sua fase monopolista, o espaço e o tempo sociais. Seus estudos sobre imagem, indústria cultural e televisão (*Antropológica do espelho, O monopólio da fala, A máquina de Narciso, Televisão e psicanálise, A comunicação do grotesco, O social irradiado*), além de numerosos artigos e críticas pontuais sobre esta temática, visam dar conta dessa nova ordem, em que a televisão aparece, enquanto parte desse sistema organizativo, à maneira de um

espelho onde, narcisicamente, a ordem tecnocapitalista se reflete e indica as suas grandes linhas de constituição das identidades sociais (PAIVA 2004, p. 194-195).

Além de preocupar-se com a análise da cultura e da identidade nacional, Sodré também produziu livros voltados para a formação de jornalistas, como *Os textos nos meios de comunicação* (1977) e *Técnica de reportagem* (1986), assim como obras de ficção. Em um de seus livros mais recentes, *Antropológica do espelho* (2002), o autor interpreta a mídia como uma nova qualificação da vida, um *bios* virtual. A especificidade da mídia, de acordo com ele, em face das formas de vida tradicionais, consiste na criação de uma eticidade estetizante e vicária, uma espécie de “terceira” natureza. “À maneira do ‘anjo’, mensageiro de um poder simultâneo, instantâneo e global exercido num espaço etéreo, as tecnologias da comunicação instituem como ‘boca de Deus’: uma sintaxe universal que fetichiza a realidade e reduz a complexidade das antigas diferenças ao *unum* do mercado”, define (2002, p. 11).

Em recente pesquisa realizada para mapear a percepção de relevância de revistas e autores no campo da comunicação (LOPES; ROMANCINI, 2010), Muniz Sodré aparece em primeiro lugar na lista de autores nacionais de maior relevância para os estudos em comunicação no Brasil. Conforme destaca Paiva (2004, p. 194), trata-se de um dos poucos autores nacionais traduzidos em outros países – tem livros traduzidos na Itália, Espanha e Argentina.

PENSAR A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

As últimas décadas do século XX foram cenário e personagem para as mudanças no panorama da pesquisa em comunicação no Brasil. Marques de Melo (2008, p. 46) credita as transformações à efervescência da vida democrática no país, especialmente depois do esgotamento do ciclo militar (1964-1985), assim como à expansão da rede nacional de escolas de comunicação, em vista da grande demanda pelas carreiras midiáticas nos contingentes jovens que, a cada ano, ingressam nas universidades.

É nesse contexto que a bibliografia nacional sobre metodologia da pesquisa em comunicação começa a se destacar. Até então, as obras ofereciam enfoque segmentado, aprofundando a discussão em um método de pesquisa específico. A discussão dessa temática de forma mais abrangente, dimensionando a complexidade do campo comunicacional, é marcada pelo trabalho de Maria Immacolata Vassallo de Lopes, intitulado *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico*, resultado de sua tese de doutorado, defendida em 1988. Tendo com objeto de estudo as dissertações de mestrado e teses de doutorado defendidas na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, a autora alerta os pesquisadores da área para a urgência da discussão metodológica. A obra, que está em sua décima edição, é largamente utilizada nos cursos de graduação e

pós-graduação no Brasil. Em 2003, foi publicada no México, com o título *Investigación em Comunicación: formulación de um modelo metodológico*.

Este é um trabalho que deve ser lido a partir de uma dupla matriz. É um estudo de *metodologia* que visa contribuir para os esforços que estão sendo desenvolvidos sobre a investigação científica em Comunicação, e é um estudo com enfoque *histórico* porque trabalha com o objeto Comunicação enquanto realização histórica de fenômenos superestruturais na sociedade atual. [...]

A primeira questão diz respeito ao esclarecimento conceitual de Comunicação. A palavra “comunicação” costuma ser empregada tanto para indicar uma disciplina ou estudo, a Comunicação, quanto seu objeto de estudo, a comunicação. A ambiguidade da palavra não deve obscurecer o fato de a Comunicação ter sido construída como um campo de estudos que progressivamente se *autonomiza* dentro da grande área de conhecimento que são as Ciências Sociais e Humanas. Isto porque progressivamente tem demonstrado a especificidade intrínseca de seu objeto – os fenômenos comunicacionais da sociedade atual (LOPES, 2010, p.13-14).

De acordo com Otavio Ianni (2005), a contribuição de Vassallo de Lopes para a metodologia da pesquisa em comunicação é também uma contribuição importante para a consolidação da problemática da comunicação como campo de ensino e pesquisa. Na Universidade de São Paulo, após concluir o doutorado, firmou duas linhas de pesquisa no programa de pós-graduação: 1) Teorias e Metodologias da Comunicação e 2) Comunicação e Ficção Televisiva. Nesta segunda linha, a pesquisadora também construiu estudos de referência, tendo como objeto central a telenovela. De acordo com a autora (2006, p. 18, *apud* ASSIS, 2010, p. 171), seus temas de interesse permanente são a exploração metodológica e a vertente popular, agora atualizados através do paradigma da complexidade de Edgar Morin.

Compartilhando o objetivo de fomentar a discussão metodológica e oferecer base teórica para os estudantes da área, Lucia Santaella lançou a obra *Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado* (2001). O livro, além de discorrer sobre diferentes abordagens metodológicas, propõe o exercício de pensar a pesquisa em Comunicação e apresenta os principais passos para o desenvolvimento de projetos científicos.

Assim como acontece com Vassallo de Lopes, a contribuição de Santaella vai além do campo metodológico. São de sua autoria algumas das obras sobre semiótica com maior circulação no país. Os livros *O que é semiótica*, *Semiótica aplicada*, *Imagem: cognição, semiótica e mídia*, *A teoria geral dos signos* e *Comunicação & Semiótica*, entre outros, constituem contribuição valiosa da autora para a difusão das teorias e conceitos voltados para o estudo dos signos em nível nacional.

É de Santaella, também, a proposta de estudo do termo “cultura das mídias” para designar os processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais.

O termo que deu título ao livro *Cultura das mídias*, com a primeira edição lançada em 1992, é rotineiramente empregado pelos estudiosos da área. Trata-se, conforme sublinha Diniz (2010), do resultado da observação da autora sobre um movimento crescente de transição da “cultura das massas” para a “cultura das mídias”. Foi essa experiência e sua relação com o campo comunicacional que levaram a pesquisadora, daí para frente, ao estudo das obras de arte envolvendo tecnologias de ponta e as relações entre arte e ciência, que aparecem como seu interesse atual de estudo.

LIDERANÇAS DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Há mais de uma década, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação – Intercom outorga anualmente o *Prêmio Luiz Beltrão*. O prêmio tem como objetivo reconhecer a qualidade do trabalho acadêmico realizado nas universidades ou nos centros/institutos de pesquisa, valorizando a atuação individual, grupal ou coletiva. Além do reconhecimento público, essas lideranças têm suas histórias de vida contadas em antologias organizadas pela instituição (HOHLFELDT; GOBBI. 2004; 2010). Nas categorias *Liderança Acadêmica* e *Liderança Emergente*, voltadas à identificação de trajetórias individuais na área, já foram premiados, desde 1988, os seguintes pesquisadores:

1 – LIDERANÇA ACADÊMICA

- 1998 – Prof. Dr. Moacir Pereira (UFSC)
- 1999 – Prof. Dr. Sérgio Capparelli (UFRGS)
- 2000 – Prof. Dr. Sérgio Mattos (UFBA-UNIBA)
- 2001 – Prof. Dr. Muniz Sodré (UFRJ)
- 2002 – Prof. Dr. Antonio Costella (UniFiam)
- 2003 – Prof. Dr. Carlos Eduardo Lins da Silva (São Paulo).
- 2004 – Profa. Dra. Ana Arruda Callado (UFRJ)
- 2005 – Prof. Dr. Murilo César Ramos (UnB)
- 2006 – Profa. Dra. Adísia Sá (UFC)
- 2007 – Prof. Dr. Antonio Hohlfeld (PUCRS)
- 2008 – Profa. Dra. Marialva Barbosa (UFF)
- 2009 – Prof. Dr. Ismail Xavier (USP)
- 2010 – Profa. Dra. Lucia Santaella (PUC-SP)
- 2011 – Prof. Dr. Luiz Maranhão Filho

2 – LIDERANÇA EMERGENTE

- 1998 – Prof. Dr. Pedro Gilberto Gomes (UNISINOS)
- 1999 – Prof. Dr. Sérgio Carvalho (UFSM)
- 2000 – Prof. Dr. Francisco Rüdiger (PUCRS/UFRGS)
- 2001 – Prof. Dr. Juremir Machado da Silva (PUCRS)
- 2002 – Prof. Dr. José Benedito Pinho (UFV)
- 2003 – Prof. Dr. Eduardo Meditsch (UFSC)
- 2004 – Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg (PUCRS) e Profa. Dra. Graça Targino (UFPI - Teresina)
- 2005 – Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira (UFBA) e Profa. Dra. Raquel Paiva (UFRJ)
- 2006 – Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira (UFBA)
- 2007 – Prof. Dr. Alfredo Vizeu (UFPE)
- 2008 – Profa. Dra. Ivone de Lourdes Oliveira (PUC-Minas) e Profa. Dra. Cosette Espíndola Castro (UNESP)
- 2009 – Profa. Dra. Nélia Del Bianco (UnB)
- 2010 – Prof. Dr. Rogério Christofolletti (UFSC)
- 2011 – Prof. Dr. Eugênio Bucci (USP)

A estes nomes, muitos outros se somam na construção do pensamento comunicacional brasileiro contemporâneo. Uma análise das trajetórias autorais em um campo tão rico quanto esse nasce com a certeza de sua incompletude. Os esforços para mapeá-las não têm sido poucos, com destaque para aqueles empreendidos pelo professor José Marques de Melo, autor, organizador e incentivador da maioria das publicações nessa linha lançadas nos últimos anos, sempre com o intuito de, nas pegadas deixadas pelos autores, compreender a constituição do campo e suas especificidades. Este texto, que tem, nessas obras, referências obrigatórias, soma-se a elas para a interpretação e o conhecimento de nossa história.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Francisco de. *Maria Immacolata Vassallo de Lopes: na trilha epistemológica de Bourdieu*. In MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

BAHIA, Juarez. **Jornal**: História e técnica. São Paulo: Ática, 1990. v.2.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

BERTOL, Sônia. *Sérgio Capparelli: resenha bio-bibliográfica*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

BRITTES, Juçara. *José Marques de Melo: Perfil intelectual*. In HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

CAPPARELLI, Sérgio. *Economia política da paixão pela pesquisa*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

_____. *Indústrias culturais no Brasil: a integração pelo Estado*. In HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

DINIZ, Lidiane. *Lucia Santaella: na vanguarda da semiótica peirceana*. In MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

DUARTE, Jorge. *Luiz Beltrão, as múltiplas faces de um pioneiro*. In MARQUES DE MELO, José (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

FREITAS, Hélio. *Décio Pignatari: designer da linguagem*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

FREYRE, Gilberto. **O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. São Paulo: Global, 2010.

_____. **Vida social no Brasil nos meados do século XIX**. São Paulo: Global, 2008.

_____. **Casa-Grande & Senzala**. São Paulo: Global, 2006.

GOBBI, Maria Cristina. **Grandes nomes da Comunicação: José Marques de Melo**. Recife: Unicap, 2001.

HOHLFELDT, Antonio (org.). **José Marques de Melo, construtor de utopias**. São Paulo: Intercom, 2010.

____; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros – Vol 1**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

____; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros – Vol 2**. São Paulo: Intercom, 2010.

JOBIM, Danton. **O espírito do jornalismo**. Rio de Janeiro: Livraria São José, 196-.

LEÃO, Emanuel Carneiro. *A originalidade da obra de Muniz Sodré*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

LIMA SOBRINHO, Barbosa. **O problema da imprensa**. São Paulo: EDUSP, 1997.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Participar de um livro colaborativo sobre pesquisadoras da Comunicação*. In MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

____; MARQUES DE MELO, José; MOREIRA, Sônia Virgínia; BRAGANÇA, Aníbal. *Pensamento comunicacional brasileiro*. São Paulo: Intercom, 2005.

____. **Pesquisa em comunicação: Formulação de um modelo metodológico**. São Paulo: Loyola, 2010.

____. **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

____; ROMANCINI, Richard. *Pesquisa de percepção de relevância de revistas e autores: referências do campo da Comunicação*. Centro de Estudos do Campo da Comunicação. Escola de comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 2010.

MACHADO DA SILVA, Juremir. *Gilberto Freyre, o clássico injustiçado*. In Revista Alceu, Vol. 10, n. 20, p. 70-81, jan./jun. 2010.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.

____. *Pesquisa jornalística: A moderna tradição brasileira*. Conferência proferida na I Journalism Brazil Conference, em Porto Alegre, de 03 a 05 de novembro de 2006.

____. **Comunicação social: Teoria e pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1971.

____. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972.

____. **Pesquisa em comunicação no Brasil: Tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez, 1983.

____. **História política das Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

____. **Teoria do jornalismo – Identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

____; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

____ (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

____ (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 3**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2008.

____ (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 4**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2009.

____. *Danton Jobim, inovador na profissão e precursor na academia*. In In MARQUES DE MELO, José (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

____; TRIGUEIRO, Osvaldo. **Luiz Beltrão, pioneiro das ciências da Comunicação no Brasil**. João Pessoa: UFPB, 2007.

____. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008.

____(org.). **Fontes para o estudo da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 1995.

____. *Memória do campo acadêmico da Comunicação: Estado da arte do conhecimento empírico de natureza historiográfica* In BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvaldo J. de. **Quem tem medo da pesquisa empírica?**. São Paulo: Intercom, 2011.

MATTOS, Sérgio. **O guerreiro midiático: Biografia de José Marques de Melo**. São Paulo/Petrópolis: Intercom/Vozes, 2010.

MENDES JÚNIOR, Osmar. *Carlos Rizzini: pioneiro da investigação jornalística brasileira*. In In MARQUES DE MELO, José (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

OLIVEIRA, Maria Rosa Duarte. *Décio Pignatari: o choque do novo*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

PAIVA, Raquel. *Pluralidade cultural*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

_____. *Muniz Sodré: Perfil intelectual*. In HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

PIGNATARI, Décio. *Comunicação: objeto, objetivos, objeções*. In WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. **Contracomunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

_____. **Letras, Artes, Mídia**. São Paulo: Globo, 1995.

RAMOS, Murilo César. *Sérgio Capparelli: a centralidade de uma trilogia*. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

RIZZINI, Carlos. **O livro, o jornal e a tipografia no Brasil**. Rio de Janeiro: Kosmos, 1946.

_____. **O jornalismo antes da tipografia**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

SANTAELLA, Lucia. *Escuta generosa*. In MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Valquírias midiáticas**. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

_____. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 2003.

_____. **Culturas e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Comunicação & Semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

_____. **Comunicação e pesquisa: Projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2001.

_____; NÖTH, Winfried. **Imagem: congnição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. Petrópolis: Vozes, 1972.

_____; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

_____. **Antropológica do espelho – Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Teoria da literatura de massa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

SOUSA, Jorge Pedro. *Revisitando o pensamento jornalístico de José Marques de Melo*. Conferência proferida no 8º Lusocom, 2010.

STUMPF, Ida. *Ideias comunicacionais de Sérgio Capparelli*. In MARQUES DE

MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Marli. **Contribuições brasileiras ao pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

_____. *Sérgio Capparelli: perfil intelectual*. In HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Teoria da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

VITÓRIO, Benalva da Silva; FRUTUOSO, Suzane Caroline Gil. *Juarez Bahia, vencedor no jornalismo, apesar do preconceito racial*. In MARQUES DE MELO, José (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história – Vol 2**. São Paulo: UMESP/Imprensa Oficial, 2005.

HISTÓRIA DISCIPLINAR

Gisely Valentim Vaz Coelho Hime*

INTRODUÇÃO

Poderíamos iniciar essa reflexão, partindo dos estudos pioneiros na organização do campo disciplinar comunicacional no país, na segunda metade do século XIX. Como ressalta, porém, Immacolata Lopes, “etimologicamente, a palavra *disciplina* é vinculada a discípulo ou estudante e é antitética à *doutrina* que é a propriedade do doutor ou professor. Portanto, doutrina concerne à teoria abstrata e disciplina é relativa à prática e ao exercício. A primeira tem a ver com a produção e a segunda com a reprodução do conhecimento”. Segundo Lopes, o aparecimento de uma disciplina, nas ciências sociais, ocorre somente após a prática tornar-se doutrina, “ensinada e justificada pelos doutores e professores” (LOPES, 2004: 7). Tal processo explicita-se, portanto, na organização do campo disciplinar comunicacional no Brasil, a partir de meados do século XIX, quando são esboçados os primeiros estudos sobre a imprensa brasileira - como o artigo produzido pelo cônego Fernandes Pinheiro, publicado numa revista cultural do Rio de Janeiro, em 1859, atribuindo aos holandeses o pioneirismo na imprensa brasileira -, passa pela legitimação do campo da comunicação social, com a implantação dos primeiros cursos de jornalismo no país, no final dos anos 1940, para desabrochar com a multiplicidade das temáticas estudadas nos grupos de pesquisa, organizados em Divisões Temáticas, na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (Intercom).

Optamos, pois, por refletir sobre a história disciplinar da comunicação social, considerando como ponto de partida a instalação dos cursos de jornalismo no Brasil, uma vez que abriram as portas para o ensino universitário desta área, posto que iniciem o processo de legitimação do campo. Encontramos nestes pioneiros projetos pedagógicos - tendo como referência os modelos adotados, à época, na Europa e nos Estados Unidos, na perspectiva da contraposição do modelo teórico ao modelo prático, como também das relações estabelecidas entre eles – as raízes disciplinares nas quais se fundamentam e a partir das quais se alimentam os galhos germinados posteriormente, sobre os quais refletiremos oportunamente, no decorrer deste artigo.

* Doutora em Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (2002). Atualmente é coordenadora do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social do UniFMU, além de professora titular dos cursos de Comunicação Social do UniFIAMFAAM. E-mail: giselyhime@uol.com.br.

Partimos do primeiro curso de jornalismo do Brasil, em 1943 – abrindo a primeira turma em 1947 -, iniciativa da Fundação Cásper Líbero, em São Paulo. Tal projeto – que contou com a parceria da Pontifícia Universidade Católica – reflete profunda sintonia com os debates da categoria profissional naquele momento, além de oferecer uma curiosa tentativa de mesclar o modelo europeu com o norte-americano.

No ano seguinte, em 1948, no Rio de Janeiro, a Universidade do Brasil, hoje denominada Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), inaugurava seu curso de jornalismo, resultado da ação persistente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI). Entre os docentes, profissionais de destaque no mercado, como Carlos Rizzini e Danton Jobim, que iniciam uma sólida produção no campo teórico, reconhecida também no exterior.

Consideramos como terceiro modelo a primeira Faculdade de Comunicação de Massa, articulando jornalismo, publicidade, cinema e rádio-televisão, instalada em Brasília, no ano de 1963. E verificamos suas relações com o projeto estabelecido em Recife, no mesmo ano, por Luiz Beltrão, com a criação do Instituto de Ciências de Informação (ICINFORM), primeiro centro acadêmico nacional de estudos midiáticos, e de *Comunicações e Problemas*, primeira revista de ciências da comunicação, vinculados à Universidade Católica de Pernambuco. Beltrão seria o primeiro doutor em comunicação do Brasil, ao defender, na Universidade de Brasília (UnB), a tese *Folkcomunicação*.

O quarto modelo referencial é o da Escola de Comunicações Culturais (ECC), hoje denominada Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo, em 1965, fundamental para a sedimentação dos estudos acadêmicos em comunicação no país, espaço onde germinou a Intercom, hoje frondosa árvore que abriga pesquisadores de todo o Brasil.

AS TENTATIVAS DE ARTICULAR UM DIÁLOGO MULTIDISCIPLINAR

A criação da primeira faculdade de jornalismo do Brasil partiu do testamento de Cásper Líbero, pioneiro empresário-jornalista paulistano, que construiu, entre as décadas de 1920 e 1940, a empresa jornalística mais moderna da América Latina, no tocante à administração, equipamentos gráficos e perfil editorial: *A Gazeta*. Enquanto homem de jornalismo, Cásper manteve-se ligado a todos os movimentos da classe, onde a discussão sobre a necessidade de se investir na formação profissional ocupa a década de 1930. De sua parte, se por um lado, sintonizando o pensamento dominante na elite intelectual do período, julgava fundamental para os futuros rumos da Nação investir na formação cultural do cidadão brasileiro, por outro, não tinha dúvidas quanto à influência do jornalismo nesses rumos. Daí o apoio incondicional às teses que defendiam o aperfeiçoamento na

formação do jornalista com o objetivo de aprimorar a qualidade do jornalismo praticado. Além disso, dá pistas de acreditar que, participando da formação daqueles que futuramente integrariam os quadros d'*A Gazeta*, a tarefa de administrá-la se tornaria muito mais fácil.

Nas viagens à Europa e aos Estados Unidos, teve oportunidade de verificar como o curso se dava na prática e as diversas formas de executá-lo. O diálogo entre os diferentes modelos reflete-se nas breves indicações deixadas em testamento, que apontam para a fundamentação nas ciências humanas, com aulas de “português, prosa, estilo, literatura, eloqüência, história e filosofia²⁹”, mas com aulas práticas conduzidas nos jornais e rádio da Fundação recém-criada. Um aspecto inusitado foi desprezado quando da fundação da Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero: não se trataria apenas de um curso em nível universitário, mas começaria no secundário, como um curso técnico, a ser complementado em estudos universitários. O empresário, contudo, não acompanhou a concretização do projeto, pois faleceu em acidente de avião em agosto de 1943. Devido aos entraves burocráticos e legislativos – pois o ensino de jornalismo, apesar de instituído por decreto em 1937, não fora regulamentado ainda pelo Ministério da Educação – o curso só abriria turma quatro anos depois, em 1947, vinculado à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

A atitude pioneira não surpreendeu os contemporâneos do jornalista. Como demonstram diversos textos publicados n'*A Gazeta*, Cásper, ao longo dos anos, aprofundou suas reflexões nesse sentido, valorizando o investimento na formação profissional. Para ele, o exercício responsável e competente da profissão exigia capacitação e aperfeiçoamento, tendo em vista a função social do jornalismo. Por esse motivo, transformou seus veículos em instrumentos difusores de cultura. Tal perspectiva alinha-se com o pensamento dominante do período, articulador das linhas mestras do campo da comunicação social, e que será fundamentado, no país, por intelectuais como Virgílio Noya Pinto, décadas após. Atualizado em relação às práticas comunicacionais dos Estados Totalitários, sobretudo Itália e Alemanha, bem como aos pioneiros estudos comunicacionais que as orientam, compreende o papel fundamental exercido pelos meios de comunicação na formação intelectual, moral e política da sociedade. Costumava salientar o poder de influência da imprensa “sobre as multidões, orientando-as, guiando-as (*A Gazeta*, 9 de março de 1927)”. Em diversas ocasiões ressaltou que

Posta em função da cultura, como instrumento divulgador, a imprensa realiza o milagre da máxima distensão pelo mínimo preço. O jornal é o professor, o jornal é o orador, o jornal é o técnico, graças à variedade da matéria que pode fornecer ao

29. Parágrafo II do testamento. Para maiores informações ver anexos de Gisely Valentim Vaz Coelho Hime, *A Hora e a Vez do Progresso - Cásper Líbero e o Exercício do Jornalismo nas Páginas d'A Gazeta*. São Paulo, dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 1997.

público e à mobilização imediata de todas as aptidões práticas chamadas a colaborar na sua feitura, no menor espaço de tempo. É a literatura, a agricultura, a economia política, a informação de toda espécie, tudo colocado ao alcance do leitor mediante um níquel de cem ou duzentos réis. O jornal informa, o jornal educa, o jornal edifica se encarado por este aspecto (*A Gazeta*, 29 de abril de 1940).

Tal definição de jornalismo encontraremos em Luiz Beltrão: “a informação dos fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum (1992, p. 65-66)”. E porque acredita na força dessa influência, contrapõe ao mau exercício, a necessidade de se investir na formação profissional, endossando os debates liderados pela Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e pela Associação Paulista de Imprensa (API), que apontam para a instalação de cursos de jornalismo no país. A mesma perspectiva também transparece no primeiro tratado de teoria do jornalismo genuinamente brasileiro, concebido por Barbosa Lima Sobrinho, em 1923, como resposta à proposta de Lei de Imprensa, articulada pelo senador paulista Adolpho Gordo.

Enquanto na Europa e nos Estados Unidos florescem os estudos de teoria da comunicação, motivados pelo crescimento da propaganda política, a imprensa brasileira, durante a Era Vargas, toma consciência de sua força política e passa a questionar o valor de sua missão, como demonstra a proliferação de congressos e seminários, promovidos pelas inúmeras associações e entidades de classe, a maioria delas recém-criadas. O discurso de Raul Polillo, na abertura do Primeiro Congresso da Imprensa do Estado de São Paulo, em 1933, é exemplar da mentalidade do período: “Somos o espírito que anima a matéria. Do valor prático e ideológico do nosso pensamento é que se deduz a altura do nível em que se acha a nossa civilização. Somos uma força; somos uma alavanca; somos um impulso para frente (LEUENROTH, 1987: 160)”.

A importância deste Congresso dá-se a perceber pela constituição da API, que aí ficou definitivamente estabelecida “para o patrocínio dos direitos da classe dos jornalistas e dos interesses de ordem geral, relacionados com a atividade da imprensa (LEUENROTH, 1987: 161)”. Os debates também registram significativos avanços na discussão sobre a preparação cultural e profissional dos jornalistas, até então relegada ao segundo plano. Fala-se, pela primeira vez, na organização de cursos e escolas jornalísticas, que deveriam ser apoiados e promovidos pela API, no intuito de capacitar o jornalista para o cumprimento de “sua missão de esclarecedor e orientador da opinião pública (LEUENROTH, 1987: 162)”. Diante da função cultural da imprensa, assim definida, é indispensável ao jornalista aprimorar seus conhecimentos.

O currículo híbrido proposto no Testamento de Cásper Líbero e revelado parcialmente nos artigos “Impressões de Viagem”, publicados no vespertino em agos-

to de 1943, sintetizam os três fluxos convergentes identificados por José Marques de Melo (2003: 141-174) na avaliação do surgimento dos cursos de jornalismo na Europa e Estados Unidos: industriais; profissionais e cívicos. Nos Estados Unidos, enquanto reação ao crescimento exagerado do sensacionalismo (*yellow journalism*) nos jornais diários, organiza-se uma base curricular mais técnica, a partir de disciplinas práticas, desenvolvidas sobre o conceito de laboratório de ensino. Com a consolidação das empresas jornalísticas nos moldes capitalistas, surge a demanda de recursos humanos qualificados: em 1908, com o objetivo de formar repórteres, é criada a Escola de Jornalismo da Universidade de Missouri; em 1910, a Universidade de Columbia recebe doação de Josef Pulitzer para criação de uma escola pós-graduada de jornalismo. Mas, se a sociedade reage ao sensacionalismo na imprensa e exige maior qualidade nos veículos de comunicação, por intermédio de acadêmicos em sociologia, história, antropologia e psicologia, também se debruça para entender os fenômenos derivados da nova indústria, frutificando nos estudos constituintes da teoria da comunicação, que nos oferecem conceitos pioneiros como o de opinião pública. Os próprios jornalistas sentem necessidade de investir no aperfeiçoamento profissional e fortalecer as associações, ao refletir sobre a influência da imprensa na opinião pública, como demonstra o congresso europeu de jornalistas, em 1899, realizado em Portugal, que reivindica a criação de escolas profissionais: a primeira é implantada na França. Tal reflexão culminará na valorização da formação humanística encontrada nos modelos europeus. Cásper Líbero assenta suas bases a partir dos modelos curriculares da Universidade Pro-Deo (Roma, Itália) – formação humanística - e da Universidade de Columbia (Nova Iorque, EUA) – ênfase profissionalizante.

O Decreto-Lei nº 5.840, de 13 de maio de 1947, que instituiu o curso de jornalismo como parte do sistema de ensino superior, dizia em seu artigo terceiro que “o curso será ministrado na Faculdade Nacional de Filosofia” da antiga Universidade do Brasil, atual UFRJ. Apesar de “atropelado” pela criação do curso paulista, já em planejamento há quatro anos, concretizava as intenções delineadas por Gustavo de Lacerda ao fundar a ABI, a 7 de abril de 1908. Na criação da Associação, Lacerda dá os primeiros passos para a organização do jornalismo enquanto categoria profissional independente do direito, efetivando um programa de debates que originaria as reivindicações que hoje dão fundamento à regulamentação da profissão e dos cursos de comunicação social.

Tratava-se, àquela época, de um movimento que propunha a ruptura com o bacharelismo vigente, valorizando o jornalismo numa perspectiva que ultrapassava a instrumentalização político-partidária, inspirando-se nos modelos correntes, sobretudo, na Europa.

Presidente da instituição anos depois, Dunshee de Abranches contava ter recebido do amigo a missão de trazer de uma viagem ao exterior os estatutos das associações

européias de profissionais da imprensa — e foram os da Associação Sindical Profissional dos Jornalistas Republicanos Franceses, da Associação dos Jornalistas Parisienses, do Sindicato da Imprensa Parisiense e a Associação Sindical de Imprensa Estrangeira que serviram de base para a fundação da ABI³⁰.

O projeto da Escola de Jornalismo nasce, pois, com a ABI e é retomado com o I Congresso Brasileiro de Jornalistas, em 1918, mas não sairá do papel senão em 1947, em São Paulo, e em 1948, no Rio de Janeiro.

A exemplo do curso paulista, a matriz daquele que será o primeiro a ser oferecido em instituição pública de ensino busca as referências européias e norte-americanas. Carlos Rizzini afirma no artigo “Banca e Mesa”, publicado no *Diário de São Paulo*, em 29 de agosto de 1961:

(...) reuni em 1953, num opúsculo publicado pelo Ministério da Educação, observações colhidas em Universidades Americanas, notadamente na pioneira, a de Missouri. (...) Resta ao Governo imprimir às Escolas de Jornalismo existentes no círculo universitário o sentido prático que lhes falta. Nenhuma possui laboratório, isto é, departamento de aplicação, o que torna o ensino apenas teórico. É imprescindível, agora, que o ensino não se limite à banca. Urge adicionar-lhe a mesa do hospital. Noutras palavras, as cadeiras técnicas, como redação de jornal e revista, e publicidade, exigem uma parte prática, a qual por sua vez reclama dotações adequadas.

Tais observações, contudo, não inspiraram a organização disciplinar deste modelo. Danton Jobim, catedrático, ex-Presidente da ABI e ex-Senador da República, foi responsável pela introdução da matriz francesa na estrutura inicial do curso, em razão de sua vinculação com o diretor do Instituto Francês de Imprensa, Jacques Kayser. Esse relacionamento contribuiu para que tal raiz permanecesse nas alterações que se seguiram. Como pesquisador, Jobim obteve reconhecimento internacional. Com passagens por instituições européias e americanas, foi o responsável pela cátedra de Metodologia de Ensino de jornalismo, no Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), criado em 1959 e que, na sua origem também valorizou o instrumental teórico-metodológico proposto Kayser, ainda que equiparado ao desenvolvido por Wilbur Schramm e Paul Deutschmann, nos Estados Unidos. Jobim e Luiz Beltrão — que o sucederá nesta cátedra — podem ser considerados os introdutores da pedagogia do ensino em comunicação social no país, quicá na América Latina. Ressalta Alfredo Vizeu: “No curso realizado na entidade, Beltrão apresenta e teoriza sobre a sua atividade no ensino de jornalismo. O trabalho desenvolvido no Ciespal é transformado em livro, uma apostila com as conferências de Beltrão em Quito, texto este ainda não publicado em português: *Métodos de La Enseñanza de la Técnica de Periodismo* (VIZEU, 2007: 24). E continua: “No livro, Beltrão (1963)

30. <http://www.abi.org.br>, acesso em 19 de março de 2005.

aborda temas como os processos didáticos para aplicação da aprendizagem do jornalismo; o conceito de jornalismo, suas modalidades e características; o estilo jornalístico; a reportagem policial, entre outros. Da obra vamos nos deter em três aspectos que trazem uma interessante reflexão sobre o jornalismo: a pesquisa, a bibliografia, o jornal-laboratório e a interdisciplinaridade” (Idem).

A década de 1950 marcou, no Brasil, a diversificação gradual dos cursos de Comunicação Social. Em 1951, Rodolfo Lima Martensen, financiado por Assis Chateaubriand, criou a primeira escola de propaganda, a Escola de Propaganda do Museu de Arte de São Paulo, hoje denominada Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Todavia, àquela época não estabelecida como ensino universitário, da mesma forma que a iniciativa da Fundação Getúlio Vargas, no âmbito dos estudos de relações públicas, em 1953.

Apenas em 1963, o País presenciaria a fundação da primeira faculdade de comunicação de massa, na recém-instituída Universidade de Brasília (UnB), pioneira a articular os cursos de jornalismo, publicidade, cinema e rádio-televisão.

O projeto foi idealizado e dirigido por Pompeu de Souza - que, na direção da redação do *Diário Carioca*, nos anos 1950, fora o responsável pela modernização da escrita jornalística brasileira, nos moldes norte-americanos. Apesar da orientação conservadora e da forte tradição política, foi neste jornal que o profissional, ao lado de outro também professor do pioneiro curso de jornalismo que funcionava na Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade do Brasil - Danton Jobim - agrupou jovens de diferentes cursos universitários para introduzir no Brasil novas técnicas de redação desenvolvidas nos Estados Unidos e já implantadas em vários países.

Por sua vez, a nova instituição federal traz a marca do arrojo em sua grade disciplinar. Conta Pompeu de Souza:

A estrutura definitiva da Faculdade de Comunicação de Massa compor-se-ia de três escolas: uma Escola de Jornalismo, uma Escola de Publicidade e Propaganda, e uma de TV, Rádio e Cinema. A divisão do trabalho acadêmico entre as três unidades não se basearia na diversidade dos meios e veículos, pois estes seriam sempre os mesmos em quaisquer delas: o jornal, a revista, o rádio, a TV e o cinema, essencialmente. Além disso, nós tínhamos o projeto de implantação de uma unidade complementar denominada “Centro de Teledifusão da Universidade de Brasília”, com o caráter de instituição autárquica para que pudesse atender a plenitude de seus ambiciosos propósitos. O Centro deveria: editar um jornal diário, do qual pretendíamos tirar edições simultâneas em Brasília, São Paulo e Rio e, talvez mais tarde, em outras capitais; editar igualmente uma revista de informação interpretada - gênero que só surgiria no Brasil alguns anos depois; criar e manter uma agência de publicidade e propaganda; criar e manter uma estação de rádio, uma estação de TV e uma produtora cinematográfica. Estes vários veículos seriam utilizados, academicamente,

no que chamávamos de “laboratório-verdade”, em que a formação profissional dos estudantes não seria à base de laboratório de faz-de-conta, mas no próprio exercício profissional, sob a supervisão e responsabilidade de execução dos professores³¹.

Trazia, pois, profunda afinidade com o modelo disciplinar desenvolvido pelas universidades americanas. Graças, porém, à própria concepção da UnB, orientada por Darcy Ribeiro e Anísio Teixeira, estimulando o aluno a formar uma grade curricular personalizada, ao identificar disciplinas optativas a partir de seu campo de interesse, também sintonizaria o modelo europeu ao favorecer uma ampla formação humanística. Cabem aqui duas breves ressalvas. Foi Anísio Teixeira o responsável pela criação da primeira Cátedra de Jornalismo no Brasil, nos idos de 1935, vinculada ao efêmero projeto da Universidade do Distrito Federal. Teve por titular o jornalista Costa Rego, àquela época diretor do jornal *Correio da Manhã* (MELO, 2003: 154). Outro aspecto importante é a sintonia entre a criação da primeira faculdade de comunicação de massa e os significativos avanços tecnológicos na área de comunicação, no Brasil e no mundo, bem como nos diversos segmentos da indústria brasileira.

Da mesma forma, a Escola de Comunicações Culturais (ECC), criada em 1966, pela Universidade de São Paulo, traria como intenção o diálogo entre o humanismo e o aperfeiçoamento técnico. Segunda, no país, a reunir os diversos cursos da comunicação social, agrega jornalismo, rádio e TV, cinema, artes dramáticas, biblioteconomia, documentação e relações públicas. Afirmo Júlio Garcia Morejón, catedrático da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH/USP), escolhido para diretor da Escola:

Até o presente a maioria das experiências no nosso campo tem sido mais teóricas do que práticas. (...) Mas, de agora em diante, à vista do desenvolvimento dos meios de comunicação e, como consequência, das responsabilidades que nos cercam, impõem-se, cada vez mais com maior força, um ensino prático da comunicação. Por tal motivo tivemos, ou estamos tendo, o cuidado de dotar a nossa Escola dos veículos próprios para a experimentação³².

As referências ao modelo constituído, contudo, são claramente as diretrizes do modelo pedagógico espanhol com: formação histórica clara, formação lingüística rigorosa, formação estética modelar, formação filosófica elementar, conhecimentos básicos do desenvolvimento de pesquisa científica, formação histórica nacional e conhecimentos políticos, sociológicos, econômicos e pedagógicos. O segundo currículo, datado de 1969, expressa a tentativa de articular

31. www.fac.unb.br, acesso em 27 de março de 2005.

32. Carsten Bruder, Forças e esforços: a criação do Departamento de jornalismo na ECA-USP, disponível no Portal do Jornalismo Brasileiro - Revista PJ:Br - Jornalismo Brasileiro, disponível em www.eca.usp.br/pjbr, Edição 02, Pensadores Uspianos do Jornalismo Brasileiro: 1ª Geração (1967-1971), Segundo Semestre 2003, acesso em 20 de fevereiro de 2006.

de forma mais harmoniosa o diálogo técnica-humanismo, a partir do tripé: divisão equitativa entre a formação humanística-fenomenológica (ciclo básico) e a formação profissional (ciclo diversificado); flexibilidade para a organização curricular do ciclo diversificado; e implantação dos órgãos laboratoriais para possibilitar a aplicação dos conhecimentos instrumentais durante o período acadêmico³³. Tal proposição revela inspiração nos três modelos referenciais identificados neste artigo: o da Faculdade Cásper Líbero, o Universidade do Brasil e, sobretudo, o da Faculdade de Comunicação de Massa, da UnB. Inspiração esta predominante no Departamento de Jornalismo, dirigido por José Marques de Melo, discípulo direto de Luiz Beltrão e primeiro doutor em jornalismo do Brasil. Graças a ele, foram adicionadas ao currículo as disciplinas Teoria da Informação e Jornalismo Comparado, cuja metodologia fora introduzida na América Latina por Jaques Kayser, a partir da pesquisa *Dos Semanas en la Prensa de América Latina*, realizada pela equipe do CIESPAL. Com o objetivo de testar instrumentos de análise científica nos campos de morfologia e conteúdo de jornais, em 1969, Marques de Melo fundava o Centro de Pesquisas de Jornalismo Comparado, na ECC³⁴.

COMUNICAÇÃO, HISTÓRIA E CULTURA: INTERFACES

O catedrático da ECA/USP Virgílio Noya Pinto explica assim a criação da Escola de Comunicações Culturais:

(...) emergiu da conjuntura histórica na qual as novas tecnologias e novos pensares transformavam aquele setor em não só estratégico, como de profunda repercussão social. No Brasil criavam-se a Embratel — Empresa Brasileira de Telecomunicações (1965), a Embrafilme — Empresa Brasileira de Filmes (1969), a Telebrás — Telecomunicações Brasileiras S.A. (1972), além de um Ministério específico, o das Comunicações (1967)³⁵.

Dessa forma, reforça a perspectiva dialogal entre técnica e humanismo, presente, como demonstramos, na constituição dos modelos disciplinares deste campo no país. E continua: “Por ser uma Unidade profundamente relacionada com os movimentos sócio-econômicos, a ECA vive cotidianamente a pressão do processo histórico e sofre o impacto das novas tecnologias. Comunicações e Artes são, hoje, campos decisivos no gerenciamento das mutações tecnológicas e suas relações com o comportamento cultural, seja no âmbito nacional, seja no internacional³⁶”.

33. Idem.

34. Idem.

35. Virgílio Noya Pinto, **Origens e Atuais Linhas de Pesquisa**, disponível em www.scielo.br/pdf/ea/v8n22/74.pdf, acesso em 20 de fevereiro de 2006.

36. Idem.

Tal perspectiva de articulação entre comunicação, cultura e história remete ao debate em voga nos anos 1930, ao qual se alinha Cásper Líbero, e é aprofundada por Noya Pinto no artigo *História, juventude e comunicação* (1967: 173-182). Ao retomar a trajetória da História Nova, ultrapassando o cientificismo para alçar as realidades, enquanto formas de vida coletivas, como ressalta Fernand Braudel, em aula inaugural no Colégio de França (BRAUDEL *apud* NOYA PINTO, 1967: 173-182), o discípulo direto deste identifica um vasto conjunto de questões que, ainda hoje, merecem a atenção dos pesquisadores do campo, sintetizadas na necessária articulação dos diversos saberes – história, antropologia, sociologia, economia, psicologia, pedagogia e, sem dúvida, comunicação – para o entendimento dos desafios contemporâneos, sobretudo o comportamento da juventude diante das novas tecnologias.

Na verdade, Gilberto Freyre, no prefácio à 1ª edição em Língua Portuguesa de seu *Vida Social no Brasil em Meados do Século XIX* (2008:30), publicada em 1963, chamara a atenção para a importância do *cultural approach* nos estudos históricos, libertando-os das perspectivas etnocêntricas e do especialismo pseudocientífico. Ressalta o autor sua aproximação com a *New History* e, sobretudo, a originalidade na utilização científica de daguerreótipos, litogravuras, fotografias e – ressalte-se – jornais e revistas, constituindo um conjunto vivamente orgânico, constituindo o que, anos mais tarde, Michel Maffesoli identificaria como malha de relações. Seria na consideração dessa rede em sua totalidade, que se apreende o chamado politeísmo de valores, o qual “permite compreender as variações de intensidade das ideologias, suas vidas e suas mortes (MAFFESOLI, 1984: 103)” - à medida que introduz o pesquisador no querer-viver social de uma cultura. São assim introduzidas na pesquisa as “minúsculas criações que pontuam a vida de todos os dias (MAFFESOLI, 1984: 112)”, as banalidades do cotidiano, enfim, as representações populares – todas elas constituintes do discurso polifônico produzido pela sociedade.

Nesta perspectiva consideramos fundamentais as reflexões que Pierre Renouvin, membro do Instituto Francês de Imprensa, desenvolve a propósito da utilização da imprensa como documento histórico (BELLANGER, 1969). As reflexões partem da seguinte questão: o que podemos esperar do estudo da imprensa para o conhecimento do passado? Em primeiro lugar, o conhecimento da vida política, social, econômica e das mudanças sobrevindas às mentalidades. De fato, os jornais recuperam dia-a-dia os acontecimentos políticos, sociais e econômicos, marcantes para uma determinada sociedade - local ou mundial -, além de refletir as intrincadas relações estabelecidas, relações que, sem dúvida, constituem cultura. Nesse sentido, possibilitam ao pesquisador aproximar-se um pouco mais da realidade, oferecendo um relato pormenorizado, sem o qual o pesquisador teria apenas uma visão global e esquemática dos acontecimentos.

A imprensa destaca aqueles pequeninos fatos que, fora dela, não deixariam nenhum registro. São esses pequeninos fatos que “permitem mensurar a distância entre a vontade do legislador ou as ordens do administrador e a aplicação prática da lei ou da circular; apreciar, no domínio econômico, a amplitude de uma crise de abastecimento ou dos transportes, a eficácia de um plano econômico; conhecer, no funcionamento das instituições, os incidentes reveladores de uma carência ou de uma resistência (BELLANGER, 1969: VII)”. Dentro dessa perspectiva, até mesmo os classificados e os *faits divers* ganham importância.

Ainda que sem o aprofundamento da interface com a Cultura, *História da Imprensa no Brasil*, de Nelson Werneck Sodré, todavia, coloca-se - entre diversos estudos panorâmicos, significativos, organizados no decorrer do século XX - como obra central de referência na consolidação disciplinar, mesmo tantos anos após o lançamento, sem dúvida, trabalho de fôlego, resultado de acurado levantamento de dados, alinhavados por relevante crítica, fruto de profundo conhecimento da história do Brasil e anos de leitura e reflexão. Foi rivalizada apenas recentemente por *História cultural da Imprensa*, de Marialva Barbosa (Mauad, 2007 e 2010), diálogo consistente com a história social e cultural, de acordo com Robert Darnton. Trata-se aqui de oferecer não apenas um registro minucioso dos acontecimentos marcantes da evolução da imprensa, mas, sobretudo, percebê-los como produto sócio-cultural, desta forma, apresentando-se a reflexão como um panorama consistente não somente da comunicação, mas da vida sócio-cultural brasileira. Exatamente isso Rénouvain destaca na metodologia proposta para a utilização da imprensa enquanto documento de pesquisa histórica: “é, sobretudo ao conhecimento da vida política, social, econômica e das mudanças sobrevividas às mentalidades que a leitura dos jornais agrega um extremo enriquecimento (BELLANGER, 1969: VII)”.

São tais elementos que fazem da obra de Freyre – não apenas *Vida Social*, mas também *Casa-grande e Senzala, Sobrados e Mucambos, Nordeste, Ingleses no Brasil, Um Engenheiro Francês no Brasil, Ordem e Progresso* – um legítimo mergulho na história íntima do Brasil, na perspectiva atribuída ao conceito pelos irmãos Goncourt: “*c’est ce roman vrai que la posterité appellera peut-être l’histoire humaine* (FREYRE, 2008: 21)”, como também a fundamentação de novas bases metodológicas na organização do campo disciplinar em comunicação social no país, sobretudo ao defender o aprimoramento da utilização do material jornalístico enquanto fonte documental.

Como ressalta Edson Dalmonde, Freyre “chama atenção para o fato de essa anunciologia ser uma elaboração genuinamente brasileira, tendo em vista a sistematização e profundidade de suas análises, servindo mesmo como base para a elaboração de seus livros (2008: 50)”. Tal constatação já fora feita por José Marques de Melo, no ensaio *A Imprensa como Objeto de Estudo Científico no Brasil: as Contribuições*

de Gilberto Freyre e Luiz Beltrão (1972), estudo que valoriza a contribuição também pioneira de Luiz Beltrão.

FUNDAMENTOS PARA UMA TEORIA DO JORNALISMO E UMA TEORIA DA COMUNICAÇÃO BRASILEIRA

Se a valorização da cultura no estudo da história midiática conquista espaço nas primeiras décadas do século XX, o mesmo se dá em relação aos fenômenos comunicacionais, alçando status de disciplina com a Folkcomunicação de Luiz Beltrão, consolidada nas pesquisas do Instituto de Ciências de Informação (ICINFORM), vinculado à Universidade Católica de Pernambuco. Esta que é considerada a pioneira teoria da comunicação genuinamente brasileira permitirá investigações das interfaces da comunicação com a cultura popular, considerando as especificidades dos veículos midiáticos, bem como os diversos campos do saber vinculados à comunicação social: jornalismo, relações públicas, publicidade, cinema, televisão, rádio, entre outros. Entre os pesquisadores dedicados à consolidação da disciplina, destacou-se Roberto Benjamin como liderança na I Conferência de Folkcomunicação, realizada em São Bernardo do Campo, em agosto de 1998.

Assim define Beltrão folkcomunicação: “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore (BELTRÃO, 2004: 47)”. Justifica: “A vinculação estreita entre folclore e comunicação popular, registrada na colheita dos dados para este estudo, inspirou o autor na nomenclatura desse tipo ‘cismático’ de transmissão de notícias e expressão do pensamento e das reivindicações coletivas (Idem)”. A análise das interfaces entre comunicação e cultura popular é precisa:

(...) Muito do jornalístico se poderia registrar nos produtos da habilidade artesanal de pintores, escultores, ceramistas, rendeiras, gravadores e até de cozinheiras do forno e fogão que desenvolveram e praticam, conforme Gilberto Freire, “a mais doméstica e tradicional das artes brasileiras - a confeitaria” .

Olhadas com os olhos que não vêem cinema, soletradas pelos lábios de quem jamais chegou à quarta-série primária, ouvidas pelos ouvidos moucos às clarinadas saídas dos alto-falantes, sentidas pelos insensíveis às linhas e nuances da arte dos salões e galerias - as mensagens transmitidas através desses processos comunicativos singulares produzem efeitos os mais decisivos no ânimo e no comportamento da massa apática às solicitações do jornalismo ortodoxo (BELTRÃO, 2004: 46).

Apesar de discordarmos da afirmação de Alfredo Vizeu de que Beltrão seria o pioneiro nos estudos em teoria do jornalismo, posto por nós creditado a Barbosa Lima Sobrinho, com o estudo *O Problema da Imprensa* (1923), ressaltamos sua fundamental importância como sistematizador do campo, como identifica o autor, no artigo *Beltrão, os Estudos e as Teorias do Jornalismo*:

Nas pesquisas desenvolvidas sobre o campo, que ganharam dimensão nacional com o livro *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, publicado pela editora Agir, do Rio de Janeiro, em 1960, até sua morte, 40 anos depois, Beltrão vai além da apresentação de uma metodologia e análise de dados. A investigação organizada e sistemática, com análises, conclusões e conceitos sobre o Jornalismo realizados por Luiz Beltrão, permitem afirmar que o pesquisador começa toda uma tradição sobre a prática e teoria desse campo (2007: 13-34).

Marques de Melo dará continuidade a essa tradição, fortalecendo o campo na defesa de uma especificidade e cientificismo próprios à sua condição disciplinar, em diversos artigos, publicados a partir dos anos 1970, passando por sua tese de Livre Docência – editada em livro como *Jornalismo Opinativo – Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro* (1983/2003). Em revisão crítica aos fundamentos da disciplina, lançados por Mieczyslaw Kafel, Otto Groth, Karl D’Esther, Celso Kelly e Danton Jobim, entre outros, não se excusa a propor a especificidade teórica do campo tendo em vista a cultura e sociedades brasileiras. Ressalta: “(...) cada processo jornalístico tem suas peculiaridades, variando de acordo com a estrutura sócio-cultural em que se localiza, com a disponibilidade de canais de difusão coletiva e com a natureza do ambiente político e econômico que rege a vida da coletividade (MARQUES DE MELO, 2003: 18)”.

Como questiona Felipe Pena, na introdução de seu livro *Teoria do Jornalismo* (2005), “para que escrever uma teoria do jornalismo? (...) para aprofundar os conceitos (...)”. Os métodos de análise aplicados com rigor científico proporcionam não apenas a verificação dos problemas inicialmente propostos, mas seus desdobramentos, incentivando novas pesquisas, empreendidas por outros pesquisadores. Entre os que seguiram as trilhas desbravadas por Marques de Melo, poderíamos citar Ciro Marcondes Filho (1983), Adelmo Genro Filho (1987) e Elias Machado (1992), além do próprio Pena. Com também Marques de Melo segue pistas deixadas por Nilson Lage (1936), além de Barbosa Lima Sobrinho (1923).

Ainda em relação à obra *Jornalismo Opinativo – Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro* (1983/2003) deve-se destacar que tal pesquisa também consolidou a disciplina gêneros jornalísticos não apenas como um desdobramento de teoria do jornalismo, lançando as bases para uma classificação genuinamente brasileira, a partir da crítica das classificações européias, norte-americanas e inclusive latino-americanas:

Se os gêneros são determinados pelo “estilo” e se este depende da relação dialógica que o jornalista deve manter com o seu público, apreendendo seus modos de expressão (linguagem) e suas expectativas (temáticas), é evidente que sua classificação restringe-se a universos culturais delimitados. Por mais que as instituições jornalísticas assumam hoje uma dimensão transnacional em sua estrutura operativa, permanecem, contudo, as especificidades nacionais ou regionais que ordenam o processo

de recodificação das mensagens importadas. Tais especificidades não excluem as articulações interculturais que muitas vezes subsistem através das línguas e são prolongamentos do colonialismo (identificações anglo-asiáticas, franco-africanas, luso-brasileiras, hispano-americanas) (MARQUES DE MELO, 2003: 44).

Duas obras de Beltrão contribuem para lançar os fundamentos para tal debate: *Jornalismo Interpretativo* (1976) e *Jornalismo Opinativo* (1980), por sua vez, fundamentais para a apropriação da metodologia específica à análise morfológica de publicações jornalísticas. O acompanhamento dos congressos, simpósios e colóquios de Comunicação Social demonstra o crescimento intenso das pesquisas nesta disciplina, suscitando um diálogo salutar entre produtores e consumidores midiáticos.

Nos anos 1990, também conquista espaço no país o jornalismo literário avançado, “proposta conceitual e metodológica de prática proativa do jornalismo literário, delineada por Edvaldo Pereira Lima, incorporando conhecimentos de vanguarda provenientes de vários campos, como a psicologia humanista, a física quântica, a teoria gaia, a teoria geral de sistemas³⁷”. Tem como instrumentos: histórias de vida organizadas a partir da jornada do herói e do método escrita total³⁸. Mônica Martinez aprofundará em sua tese de doutorado o método proposto pelo americano Joseph Campbell para a estruturação de narrativas, introduzindo duas novas perspectivas: o estudo da jornada da heroína ou as especificidades das histórias de vida femininas, e a biografia humana, método da medicina antroposófica que permite a identificação dos potenciais e crises nas diversas fases da vida (2002/2008). Por sua vez, Sérgio Villas Boas fortalecerá as perspectivas de estudos narrativos memorialísticos, na confluência entre jornalismo, história e literatura, com *Biografismo – Reflexões sobre as Escritas da Vida* (São Paulo: UNESP, 2008). Tais perspectivas também serão abordadas por Felipe Pena, tanto buscando uma aproximação conceitual que remete à teoria do jornalismo, como sob o viés da Psicanálise, a partir de Freud e Lacan, a partir de 2002 e, sobretudo a partir de 2008, como fruto de pesquisa de Pós-doutorado na Sorbonne³⁹.

Dos estudos sobre teoria do jornalismo e gêneros jornalísticos também se desdobra o debate sobre responsabilidades sociais na produção midiática, a saber: a questão da Ética. Aqui um dos marcos para a constituição do arcabouço disciplinar é a obra *A Imprensa e o Dever da Verdade*, de Ruy Barbosa (1920/2004). Considerando princípios enunciados na Enciclopédia Francesa e um dos principais articuladores da República Brasileira, Barbosa afirma: “Entre as sociedades modernas, esse grande aparelho de elaboração e depuração reside na publicidade organizada, universal e perene: a imprensa. Eliminai-a (...) ou envenenai-a e será

37. Para maiores informações cf. o portal da Associação Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL), www.abjl.org.br.

38. Idem.

39. Para maiores informações cf. Anais dos Congressos Nacionais da Intercom – WWW.portalintercom.org.br

como se obstruísseis as vias respiratórias a um vivente, o pusésseis no vazio, ou o condenásseis à respiração de gases letais. Tais são os que uma imprensa corrupta ministra aos espíritos, que lhe respiram as exalações perniciosas (2004: 34)”. A discussão avança com Freitas Nobre – outro exímio jurista nacional e político ativo em momentos cruciais da articulação do Estado Brasileiro, investigando as relações entre legislação, ética e democracia (1987) -, mas também com as discussões de Cláudio Abramo (1988), Clóvis Barros Filho (1995) e Eugênio Bucci (2000), cujo pensamento tem ancorado vários estudos contemporâneos. Fruto de pesquisa de doutorado, o livro *Sobre Ética e Imprensa* (São Paulo: Companhia das Letras, 2002) apresenta uma revisão crítica dos paradigmas liberais inspiradores do conceito de liberdade de imprensa para pensar seus limites e possibilidades de superação no contexto pós-moderno.

COMUNICAÇÃO NA ARTICULAÇÃO DA CIDADANIA

Como ressalta Gaudêncio Torquato,

No Brasil, o papel da imprensa tem sido fundamental para a modernização de nossas instituições e a consolidação dos valores democráticos. Graças a sua atuação, pudemos acelerar o processo de abertura e quebrar os grilhões do autoritarismo. Ganhamos as eleições diretas e o país abriu a locução para manifestações cada vez mais livres e inspiradas no conceito de fortalecimento da cidadania. (...)

Para qualquer setor que se volte, haverá o dedo ou o olho da imprensa (...). Erros ela comete e muitos. Mas quem não está sujeito a cometê-los? O importante é a conscientização do papel da imprensa na construção do edifício da cidadania (TORQUATO DO RÊGO, 2002: 282).

Se as relações entre jornalismo e Estado, ou, em âmbito maior, entre a mídia e o exercício político foram objeto de interesse de Ruy Barbosa, Freitas Nobres, Abramo, entre outros, e continuam a mobilizar pesquisadores como Bucci, fomentaram não apenas a consolidação da ética enquanto disciplina, mas também da política, tanto na vertente do jornalismo, como também na do marketing. Francisco Gaudêncio Torquato do Rêgo abre as primeiras trilhas no meio acadêmico com a obra *Marketing Político e Governamental - Um Roteiro para Campanhas Políticas e Estratégias de Comunicação* (São Paulo, Summus, 1985), constituída a partir dos anos de experiência profissional como consultor de empresas privadas e da administração pública, desenvolvendo campanhas para políticos em diversos estados, sem abandonar a atividade acadêmica de professor livre docente na ECA/USP, o que agrega ao estudo a reflexão científica madura de quem domina os cânones do campo.

Outros o sucederão, analisando a propaganda política e eleitoral nas democracias, como nos regimes totalitários; considerando a propaganda ideológica e os mecanismos de controle; estudando os movimentos políticos e as ideologias a

eles vinculadas. Fundador da Politicom - Revista Brasileira de Marketing Político (2008), Adolpho Queirós é um dos pesquisadores que emerge como pensamento referencial na formação de novas linhas de pesquisa vinculadas à disciplina.

Deve-se considerar ainda que, apesar da dicotomia marcante na articulação do discurso jornalístico, política e economia apresentam interfaces complexas, valorizadas em estudos como o do jornalista e professor Bernardo Kucinski, a partir de meados dos anos 1980. Investigando a expansão do jornalismo de serviços – como consequência dos desdobramentos da crise do milagre econômico dos anos 1970 – em contraposição ao retraimento das publicações especializadas em economia, estimuladas pelo arranque da industrialização dos anos 1950, Kucinski lança as bases para a percepção do jornalismo econômico enquanto disciplina no país. Uma disciplina que, concentrada em suas especificidades, não dá as costas às interfaces com a política e a cultura:

Como práxis, ou prática consciente e autocrítica, o jornalismo brasileiro voltado à economia se ressentia da pouca autonomia ideológica do jornalista em relação às classes proprietárias na abordagem dos grandes temas da agenda político-econômica. O predomínio da ideologia neoliberal levou a uma ideologização da cobertura macroeconômica, simultaneamente a uma expansão do jornalismo de negócios (KUCINSKI, 1996: 16).

Por outro lado, “O jornalismo de serviços é ao mesmo tempo didático e voltado a uma cidadania econômica (KUCINSKI, 1996: 15)”. Ou seja, “Apesar de reforçar a ideologia do consumismo junto às classes médias, trata-se de um jornalismo que recoloca o cidadão como sujeito da história e objeto da preocupação jornalística (Idem)”.

A partir dos anos 1990, observa-se uma crescente valorização da temática cidadania na interface com a comunicação, oriunda da legitimação de antigas linhas de pesquisa, articuladas nos anos 1960, mas também da geração de novas. Como ressalta Suzy dos Santos, “é imprescindível adotar um olhar crítico para retratar empiricamente os objetos das comunicações, sob a luz de um propósito também crítico, o da necessidade emergencial de participação ativa da pesquisa científica no processo de construção de um ambiente de comunicações efetivamente democrático (BRITTOS, 2008: 15)”. Ser cidadão, no Brasil, é uma categoria cercada de preconceitos. Num país em que o que conta são as relações, na terra do “você sabe com quem está falando?”, a igualdade implícita no conceito de cidadania ganha a conotação negativa de estar abandonado à impessoalidade das leis. Conforme analisa o antropólogo Roberto DaMatta, “no Brasil, o indivíduo isolado e sem relações, a entidade política *indivisa*, é algo considerado como altamente negativo, revelando apenas a solidão de alguém que, sem ter vínculos, é um ser humano marginal em relação aos outros membros da comunidade (DAMATTA, 1985: 65)”. E continua: “Seria isso que permitiria explicar os

desvios e as variações da noção de cidadania. Pois se o indivíduo (ou cidadão) não tem nenhuma ligação com pessoa ou instituição de prestígio na sociedade, ele é tratado como um inferior. Dele, conforme diz o velho ditado brasileiro, quem toma conta são as leis (DAMATTA, 1985: 66)”. Dada a complexidade sócio-cultural inerente ao conceito em nosso país, sob tal bandeira articulam-se as mais diversas linhas temáticas. Nas últimas duas décadas diversos desdobramentos fortaleceram-se como linha de pesquisa, podendo, no futuro, legitimarem-se inclusive como novas disciplinas. Pela diversidade, optamos por enumerar e comentar brevemente aquelas que nos pareceram, pelos resultados de pesquisa identificados até o momento, as preponderantes.

1. Mídia Alternativa: também identificada como comunicação alternativa, comunicação comunitária ou comunicação popular articulou-se, no país, no período da ditadura militar, como forma de resistência política, mas também sócio-cultural, aproximando profissionais da comunicação, acadêmicos atuantes no campo e a liderança da Igreja Católica Romana. Como analisa Cicília Peruzzo,

Os meios de comunicação comunitários/populares (...) têm (...) o potencial de ser, ao mesmo tempo, parte de um processo de organização popular (...) e canais carregados de conteúdos informacionais e culturais, além de possibilitarem a prática da participação direta nos mecanismos de planejamento, produção e gestão. Contribuem, portanto, duplamente para a construção da cidadania. Oferecem um potencial educativo enquanto processo e também pelo conteúdo das mensagens que transmitem. Por seus *conteúdos* podem dar vazão à socialização do legado histórico do conhecimento, facilitar a compreensão das relações sociais, dos mecanismos da estrutura do poder (compreender melhor as coisas da política), dos assuntos públicos do país, esclarecer sobre os direitos da pessoa humana e discutir os problemas locais. (...) Podem facilitar a valorização das identidades e raízes culturais, abrindo espaço para manifestações dos saberes e da cultura da população: da história dos antepassados às lendas e às ervas naturais que curam doenças. Ou servir de canal de expressão aos artistas do lugar, que dificilmente conseguem penetrar na grande mídia regional e nacional. Ou, ainda, informar sobre como prevenir doenças, sobre os direitos do consumidor, o acesso a serviços públicos gratuitos (como registro de nascimento) e tantos outros assuntos de interesse social⁴⁰.

2. Comunicação e Religião: a disciplina traz estreitas ligações com a anterior, posto originalmente articulada no mesmo período e, em sua maioria, pelos mesmos agentes. Um dos principais marcos é a criação da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC), em 1970, mobilizando as pesquisas em torno de uma teoria da comunicação cristã, enquanto resistência democrática ao cerceamento de expressão então vigente. Pedro Gomes, Marques de Melo, Clarêncio Neotti e Ismar Soares lideraram as reflexões que motivarão a revisão de currículos

40. Cicília M. Krohling Peruzzo, . Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania, In: PCLA - Volume 4 - número 1: outubro / novembro / dezembro 2002, acesso em 2 de agosto de 2011.

disciplinares dos cursos universitários. A partir do final do século XX, as pesquisas direcionam-se para o crescimento significativo do movimento evangélico no país em sua relação com os veículos de massa – sobretudo, televisão e rádio – e, posteriormente, com as novas tecnologias digitais, da mesma forma que investigam a reação da Igreja Católica ao avanço das confissões evangélicas, revendo posturas de utilização dos meios de comunicação de massa, pautadas nos anos 1970/1980.

3. Comunicação e Educação: no mesmo ambiente nasce a designada mais apropriadamente por educomunicação, em proposta do colombiano Mario Kaplún, que pode ser definida como o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais (a saber escolas, centros culturais, emissoras de TV e rádio educativos, centros produtores de materiais educativos analógicos e digitais, centros coordenadores de educação à distância ou *e-learning*), assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas ao uso dos recursos da informação no processo de aprendizagem (SOARES, 2000: 61-80). Resulta dos projetos de leitura crítica da comunicação, empreendidos a partir da década de 1970, com o apoio da UCBC, estimulando o diálogo do público com a produção midiática a partir de sua própria cultura, para num segundo momento, articulá-lo também como possível produtor, por intermédio de veículos comunitários. A chave para entender o pensamento de Kaplun e de Paulo Freire – outra inspiração para o campo - é a disposição para o encontro com o outro. Pressupõe, portanto, uma relação fundamentada: na multiplicidade cultural, nascida na aceitação da diferença como valor positivo e agregador; no reconhecimento do outro como sujeito da vida e, portanto, parceiro na construção do diálogo; na emancipação, enquanto voltada para a construção de uma realidade fundamentada em valores positivos, ou seja, que geram vida. Em núcleos como o da ECA/USP, o novo campo abrange as ações comunicativas no campo da educação que articulam as diversas instâncias sociais com a produção e gestão comunicacional, identificando novos paradigmas a partir do diálogo salutar entre teoria e prática.

4. Comunicação e Gênero: considera Maria Dias: “Não há porque considerar a oposição masculino/feminina tal como se apresenta hoje, como uma carga de definições culturais herdadas do passado, como se fossem necessárias e fixas ou inatas. Trabalhar no sentido de vencer essas polaridades, tanto das relações de gênero como de categorias de pensamento, implica lidar com os problemas teóricos de mudança, ruptura e descontinuidades históricas (COSTA, 1992: 42)”. O conceito de gênero, portanto, encontra suas bases: nas diferenças do sexo biológico; nas elaborações sócio-culturais dessas diferenças; e nas relações de poder resultantes do processo de dominação-exploração que caracteriza tais elaborações. A questão de gênero é fundamentalmente uma questão de poder, como investigam as pesquisas efetuadas a partir dos anos 1970 por Alice Mitika Koshiyama,

Maria Otília Bochini, Dulcília Buitoni, entre outros estudiosos. Novamente temos, em um primeiro momento, o poder-ser biológico. O poder ser homem ou mulher, de acordo com as características genéticas herdadas. Num segundo momento, o poder-ser sócio-cultural, isto é, como elaboramos tais características na construção do nosso eu ao interagirmos com o meio em que vivemos. É nessa segunda instância que se verifica, aliás, o poder-ser cidadão, cuja tradução – uma entre muitas – é a capacidade de se realizar integralmente, contemplando todas as esferas que constituem o ser humano.

5. Economia Política da Informação: o Encontro da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (Ulepicc-Brasil), realizado na Universidade Federal Fluminense, em Niterói (RJ), em outubro de 2006, foi um momento crucial na consolidação da linha de pesquisa enquanto disciplina, pois demonstrou sua maturidade, apesar da “juventude”. Fundada em 2004, a associação catalizou a preocupação dos pesquisadores em relação aos desafios políticos e epistemológicos na articulação de uma sociedade democrática de fato e não apenas de direito. Sua legitimidade é atestada pela mobilização de grupos de pesquisa tanto na Compós, a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, quanto na Intercom. Tais grupos debruçam-se desde sobre a própria conceituação da economia política da comunicação, mas também sobre e as tensões exercidas no campo científico, considerando os aspectos inerentes à indústria cultural, bem como às novas tecnologias, inclusive as plataformas digitais, sem esquecer-se das políticas de comunicação e legislações específicas. Trata-se, pois, de uma disciplina que pressupõe em seu âmago a valorização do diálogo com as diversas outras constituintes não apenas da comunicação social, mas das ciências sociais, pois como avaliam Valério Brittos e João Miguel, “o capitalismo deixa de ser apenas do domínio econômico para determinar a política e a cultura, ou seja, penetra em todas as dimensões das pessoas”. “Por esta via, é cada vez mais do que um modo de produção, para estabelecer-se como um processo civilizatório, onde a subsunção do simbólico é sucessiva, contínua e inconclusa” (BRITTOS, 2008: 41).

6. Políticas e Estratégias de Comunicação: o diálogo contínuo com o impacto das novas tecnologias nas articulações sócio-culturais, à luz das novas tensões geradas pela atuação do Estado frente aos estímulos deste mercado tecnológico e às novas necessidades por ele geradas, predomina nesta disciplina, profundamente articulada com a anteriormente denominada. Na pauta temática, entre os temas mais recorrentes encontramos o debate gerado pela introdução da TV digital no mercado brasileiro, que favoreceu os interesses de mercado, ignorando as expectativas sócio-culturais: “A barbárie, na verdade, expande-se em todas as direções, na mesma proporção que o sistema já não mais inclui, mas, ao contrário, funciona crescentemente de acordo com uma lógica de exclusão pelos preços, de justiça de mercado, de lei da selva (BRITTOS, 2008: 61-62)”, critica César Bolaño. Como denuncia

Denis de Moraes, o Estado demonstra-se fragilizado na atuação como árbitro das transformações impelidas pela convergência tecnológica: “embora continue sendo uma esfera de poder, o Estado-Nação já não consegue regular os fluxos financeiros no mercado internacional, nem evidencia a capacidade de outrora para controlar e administrar um complexo conjunto de variáveis que envolvem a política, a economia e a cultura” (BRITTOS, 2008: 111). Por sua vez, o usuário é iludido a acreditar na supervalorização do poder de escolha, perante às novas configurações de consumo propostas. Ao investigar as teias de informação urdidas pelos usuários nas redes, Adilson Cabral identifica os mecanismos que as transformam em informação útil à operação dos agentes investidores: “tal acúmulo de informações implica valor agregado para as empresas que vendem e/ou analisam tais informações, operando matéria-prima de usuários que simplesmente não têm conhecimento algum das transações realizadas e ficam à mercê dos negócios estabelecidos por empresas cujos portais são desenvolvidos em função dessas tecnologias (BRITTOS, 2008: 83)”.

RELAÇÕES PÚBLICAS, COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, JORNALISMO EMPRESARIAL, PUBLICIDADE E PROPAGANDA – APROXIMAÇÕES E ESPECIFICIDADES.

Apesar dos muitos fenômenos ainda por averiguar, diante da nova configuração comunicacional, ao refletir sobre o posicionamento do público, Margarida Kunsch constata:

(...) os públicos são muito mais exigentes e estão muito mais atentos. A sociedade está mais articulada e o cidadão mais reivindicativo. E a área das Relações Públicas tem o papel de fazer a leitura dessa sociedade tão complexa (...). Relações Públicas devem ter como bússola a dimensão futura, espelhada na crítica em relação ao presente e no estudo do que se deve desejar de melhor para o futuro da atuação profissional, buscando o equilíbrio entre a modernidade técnica e a modernidade ética. O objetivo, ao fim e ao cabo, é ajudar a construir uma sociedade melhor e mais justa⁴¹.

Quando começou a se articular como disciplina no Brasil, nos idos de 1970, a percepção era diversa. Kunsch relembra: “na época da ditadura, o trabalho de relações públicas no Brasil era muito fragmentado e periférico. Resumia-se nas relações com a imprensa e nas relações com o governo, como se apenas isso bastasse. Cuidava-se de detalhes: como divulgar, fazer imagem e, principalmente, como organizar cerimonial e eventos⁴²”.

No mesmo período, o jornalista e professor Gaudêncio Torquato cria, em parceria com Manuel Chaparro, também jornalista e professor da ECA/USP, a primeira assessoria de jornalismo empresarial fundamentada em bases profissionais. Em 1968, Torquato produziu para a II Convenção Nacional da Associação Brasileira

41. Margarida Maria Krohling Kunsch, **Relações Públicas e Excelência em Comunicação**, disponível em www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0081.htm, acesso em 2 de agosto de 2011.

42. Idem.

de Comunicação Empresarial (Aberje) o ensaio *Jornalismo Empresarial – Objetivos, Métodos e Técnica*, trabalho que posteriormente integrou a série *Jornalismo*, editada pelo Departamento de jornalismo da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP (1971). Ali sistematizou pioneiramente os conceitos que fundamentariam a disciplina jornalismo empresarial. Tal área seria a que mais se expandiria nas décadas de 1970 e 1980. Ainda assim, o pesquisador enfrentará preconceitos e resistências de acadêmicos, ao propor a inclusão da disciplina jornalismo empresarial e comunicação na grade curricular da ECA/USP. Além das acusações de peleguismo, por parte dos jornalistas, havia as reclamações dos RPs de “invasão de território”⁴³.

Na verdade, tratava-se do desbravamento de uma nova trilha disciplinar, estimulada pelo desenvolvimento industrial da região Sudeste, que desembocaria em campo mais amplo e complexo: a comunicação organizacional. Com o aprofundamento do campo de estudos das disciplinas, ocorreu, portanto, o processo de diferenciação dos objetos de estudo. Como ressalta Adriana Machado Casali, coube às relações públicas averiguar a relação organização-público, enquanto à comunicação organizacional, a relação comunicação-organização (CASALI, 2009: 64-69). Esta trata, pois, das interfaces relativas à cultura organizacional, considerando, no âmbito prático e teórico, as práticas empreendidas na gestão de comunicação das organizações. Sendo assim, tangencia, por vezes, o *corpus* da jovem disciplina gestão de marcas e estratégias de comunicação, própria do campo da publicidade e propaganda, cujos estudos datam, no país, dos últimos quinze anos.

Ressalta-se, contudo, que a aproximação entre o campo disciplinar da publicidade e das relações públicas acompanha a organização curricular universitária brasileira, como atesta o Departamento de Publicidade e Relações Públicas, em 1968, no nascimento da ECC/USP. Um dos organizadores, o reconhecido publicitário, Francisco Rocha Morel também articulará a fundamentação metodológica do campo tendo em vista o diálogo entre mercado e academia. Em seus estudos, busca mostrar como a produção industrial, comercial e também ideológica da notícia teria pontos de interface com a publicidade e o discurso publicitário, ícone da sociedade de consumo. Considerando o referencial de estudos de oratória de Platão e de semiologia de Roland Barthes, bem como o espírito do capitalismo de Weber, identifica a subordinação dos processos comunicacionais ao *ethos*, que determina o conjunto social⁴⁴.

Sobre tal percepção repousa o *corpus* da disciplina gestão de marcas e estratégias de comunicação, enquanto expressão das novas configurações do mercado global em relação aos estímulos de consumo amplificadas pelas novas tecnologias.

43. Para maiores informações cf. Gaudêncio Torquato. **Panorama da Comunicação Organizacional e Política**. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

44. Márcio Sampaio de Castro, Pensadores Jornalísticos Uspianos: Francisco da Rocha Morel, disponível no Portal do Jornalismo Brasileiro - **Revista PJ:Br** - Jornalismo Brasileiro, disponível em www.eca.usp.br/pjbr, Edição 02, Pensadores Uspianos do Jornalismo Brasileiro: 1ª Geração (1967-1971), Segundo Semestre 2003, acesso em 20 de fevereiro de 2006.

CONVERGÊNCIAS TECNOLÓGICAS, VALORIZAÇÃO DO AUDIOVISUAL E TRANSFORMAÇÕES CULTURAIS.

Podemos afirmar que as inquietações geradas pelas novas tecnologias introduzidas no cenário das comunicações no decorrer dos anos 1990 provocaram rápida reação do meio acadêmico. Se em 1985, publicava-se no país a primeira tradução de *A Condição Pós-Moderna*, de Jean-François Lyotard (Rio de Janeiro: José Olympio), ou seja seis anos após a publicação do original, em 1992, a ECA/USP passava a sediar o Centro de Estudos e Pesquisas em Novas Tecnologias, Comunicação e Cultura (NTC), liderado por Ciro Marcondes Filho. Em 1996, Octavio Ianni provocava a reflexão dos estudiosos da Comunicação com seu livro *Teoria da Globalização* (Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996). Anos depois, *O Príncipe Eletrônico*, publicado no ano 2000, como parte do livro *Enigmas da Modernidade – Mundo* (Rio de Janeiro: Civilização Brasileira) tornar-se-ia referência para questionar o processo de globalização político-econômica e sociocultural, a partir do desenvolvimento e utilização das tecnologias de informação e comunicação, de base eletrônica e digital. Nesta transição de século, destacam-se como lideranças do campo os pesquisadores Claudia Irene Quadros (Univeridade Tuiuti do Paraná), Elias Machado Gonçalves (Universidade Federal de Santa Catarina), Elizabeth Saad (Universidade de São Paulo), Marcos Silva Palacios (Universidade Federal da Bahia), Sebastião Squirra (Universidade Metodista de São Paulo), Zélia Leal Adghirni (Universidade de Brasília) – segundo pesquisa desenvolvida por Claudia Irene Quadros, Luciana Mielniczuk e Suzana Barbosa. Esta pesquisa identifica a influência desses nomes na formação de quadros do novo campo que, ainda no final do século XX, já se consolidara como nova articulação disciplinar (QUADROS *et al.*, 2006).

Como se verifica nas revistas científicas e anais de congressos de associações como a Intercom e a Compós, desde então os problemas que se propuseram os acadêmicos versam sobre as novas formas de mediação nos fenômenos comunicacionais a partir das novas tecnologias, buscando a consolidação do conceito comunicação mediada por computador (CMC) e também do conceito de Convergência entre diferentes plataformas; as alterações de conteúdo midiático estimuladas pelas novas tecnologias e as interfaces entre informação e entretenimento; as singularidades dos novos comportamentos de emissão e recepção e, conseqüentemente, as características da sociabilidade virtual esboçada nos grupos de discussão, sala de bate-papo, homepages, entre outros; construção de linguagens e formatos específicos às novas tecnologias, como o hipertexto, bem como derivadas da convergência entre plataformas; os reflexos das novas tecnologias nos processos culturais.

Antes, porém, de avançar na constituição disciplinar das interfaces cultura e comunicação perante as novas tecnologias, devemos recuar no tempo para pontuar a organização disciplinar no campo do audiovisual. Remontamos ao início

da Faculdade de Comunicação de Massa da UnB e da ECC/USP, quando Zita de Andrade Lima – pela primeira - enuncia em artigo os princípios e técnica de radiojornalismo (1970) e, na articulação das disciplinas direcionadas à produção fotográfica, radiofônica e televisiva, Walter Sampaio – pela segunda - produz o primeiro manual, *Jornalismo e Audiovisual* (1971), sob orientação de José Marques de Melo. A publicação teve como base as aulas elaboradas por Sampaio. Tal manual, revisto e ampliado, tomará a forma de livro didático, editado pela Vozes e Edusp, enunciando conceitos de radiojornalismo, telejornalismo e cinejornalismo. Alguns anos antes, porém, Fernando Curado Ribeiro investigara as relações entre técnica e estética no livro *Rádio: produção, realização, estética* (São Paulo: Arcádia Limitada, 1964).

A disciplina de estudos radiofônicos consolida-se com Celso Kelly (1978) e Gisela Ortriwano. Monitora, no final dos anos 1960, de Walter Sampaio, na disciplina de radiojornalismo e futura professora do departamento, a jornalista e pesquisadora lançará as bases para uma metodologia do radiojornalismo em suas manifestações comercial, estatal e pública, incluindo abordagens educativas e comunitárias, voltando-se para aspectos como a teoria, a linguagem, as técnicas, o mercado, a história, a ética, a arte, a programação, a produção, a recepção, a experimentação e os conteúdos de jornalismo, publicitários e de entretenimento. Trata-se de um momento de fato enriquecedor para a compreensão das características teóricas e metodológicas do rádio, com estudos que favorecem o entendimento de suas especificidades. Sônia Virgínia Moreira, a partir da década de 1980, contribuirá para a maturação do campo disciplinar, com artigos e livros sobre diversas temáticas afins, de estudos de caso – como sobre a Rádio Nacional (1988) -, comparativos com articulação estadunidense, às investigações sobre legislação e também novas tecnologias. A produção radiofônica em ambiente multimídia – que atualmente concentra os esforços de vários pesquisadores – é uma das principais tendências, resultante de tais desdobramentos.

Os estudos sobre televisão, no Brasil, também se iniciam no final dos anos 1960. O campo disciplinar começa a se delinear com Roberto Benjamin (1968), em estudo de caso sobre a programação de duas emissoras de Pernambuco. A análise de conteúdo tornar-se-ia uma das principais linhas de pesquisa neste campo disciplinar, com a contribuição de pesquisadores como Muniz Sodré (1971), Sérgio Miceli (1972) e Gabriel Priolli (1985). Na interface com a educação, lança os fundamentos metodológicos e teóricos Samuel Pfromm Neto (1972 e 1976), fundamentos que Mariazinha Fusari (1982 e 1985) desenvolveria em relação aos programas infantis. Por sua vez, Heloísa Dupas Penteadado (1983) e Rosa Maria Bueno Fischer (1984) promovem a reflexão sobre o universo adolescente e juvenil. Com Modesto Farina (1976) investigam-se as interfaces com a propaganda e o universo consumidor. Mas, os questionamentos a propósito da

indústria cultural são os mais intensos nos primeiros anos de pesquisa: Anamaria Fadul (1976), Regina Coeli Pimenta de Mello (1980) e Ana Maria Ramos (1983), entre outros, debatem os padrões culturais, os mitos, os padrões comportamentais, propondo análises comparativas com o rádio.

Os estudos panorâmicos também estão presentes na definição do campo. Entre os pioneiros, está a dissertação de Mauro Lauria de Almeida (1968) sobre a evolução da televisão brasileira durante suas duas primeiras décadas. Mas, João Rodolfo do Prado (1973), Octavio Augusto Vampré (1979), Mário Ferraz Sampaio (1984) e Sérgio Mattos (2000) construirão significativos recortes, constituindo-se este último obra referencial de estudo do campo. Desdobramentos em relação às especificidades técnicas em diálogo com a ética e a estética também se consolidam como linha de pesquisa nos anos 1970, a partir de estudos panorâmicos ou estudos de caso com Hamilton Almeida Filho (1976), Maria Elvira Bonavita Federico (1979), Humberto Mesquita (1982), Inimá Simões, Maria Rita Kehl e Alcir Henrique da Costa (1986), além de Laurindo Leal Filho (1988), considerando tanto modelos comerciais quanto públicos.

De todos os desdobramentos observados até o momento, contudo, três em particular se destacam neste início de século XXI:

1. Telejornalismo: tendo por marco o estudo de Walter Sampaio (1971), fortaleceu-se com as investigações dos aspectos teóricos e metodológicos referentes aos processos de produção e edição da notícia no telejornalismo em suas instâncias locais, nacionais e internacionais, considerando a interface com a teoria do jornalismo, a história da comunicação e as novas tecnologias. Contribuíram para o fortalecimento do campo de estudo, entre outros, Gontijo Teodoro (1979), Gisela Goldenstein (1981), Luís Fernando Santoro (1982), Carlos Eduardo Lins da Silva (1985), Vera Irís Paternostro (1987) e Sebastião Squirra (1990).

2. Telenovelas e ficção seriada: investiga os diversos aspectos que envolvem a produção, circulação e consumo da ficção seriada, entendida como: telenovelas, séries, seriados, minisséries e demais produções teledramatúrgicas, similares ou aparentadas, com conteúdo predominantemente ficcional. Um dos primeiros ensaios é produzido por José Marques de Melo (1969). Diversos outros se seguiram motivando a criação do Núcleo de Pesquisa de Telenovela, projeto do Departamento de Comunicações e Artes da ECA/USP, criado em 1992 por iniciativa de Anamaria Fadul.

3. Novas Tecnologias: analisa, sobretudo, a estética das manifestações audiovisuais em vídeo e televisão na contemporaneidade, marcados por conteúdos interativos, formatos híbridos, imersivos, móveis, pervasivos e interoperáveis. Constituiu-se na virada do século XXI, fortalecendo-se com o debate sobre as políticas de implementação da TV digital.

Por sua vez, o cinema enquanto disciplina organiza-se nos anos 1980, dialogando principalmente com a televisão, enquanto campo, mas também com a semiótica. Os pesquisadores preocupam-se com a linguagem - Luís Espinhal (1981) ; com as interfaces técnica e estética, na construção narrativa - Lucrécia D'Aléssio Ferrara e Doc Comparado (1983); mas também com a história e consequentemente a preservação de materiais cinematográficos; com o mercado e as políticas (públicas e privadas) – Anita Simis (2007); os modos de produção e interpretação da produção cinematográfica, considerando gêneros, classificações, fases de periodização e agentes respectivamente envolvidos - Renato Martins Campos (2006); os modos da recepção cinematográfica e aspectos antropológicos, econômicos, políticos e culturais da inserção social do cinema.

Interage com outro campo disciplinar: o da fotografia. Marco desta interseção é a produção de Thomas Farkas, na década de 1940, introduzindo o conceito de foto-arte, com outros membros do Foto Cine Clube Bandeirante. Os estudos sobre a imagem, porém, fortalecem-se na produção acadêmica a partir dos anos 1980. A carta de intenções do Grupo de Estudos de Ciências da Linguagem e Mídia, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP, em 1986, por exemplo, revela o fortalecimento de linhas metodológicas e teóricas, com o objetivo de evidenciar a função e os efeitos das realidades discursivas (imagéticas e verbais) articuladas nas e pelas redes midiáticas globais; evidenciar os modos de conexão do discurso tele-tecnomidiático (imagético e verbal) com os sistemas tradicionais: determinação, sedimentação e transformação; analisar as articulações imagéticas e verbais em processos e produtos midiáticos, tradicionais e/ou digitalizados (fotografia, vídeo, televisão, rádio, cinema, comunicação digital)⁴⁵.

CONSTRUINDO E DESCONSTRUINDO MÉTODOS E MENSAGENS

Partindo “do princípio de que o campo das ciências da linguagem (lingüística, semiótica, psicanálise, antropologia, lógica) oferece-se como o lugar de articulação das teorias necessárias para o estudo da comunicação e tem como pressuposto que as mídias são as articuladoras do fazer da contemporaneidade⁴⁶”, o Grupo de Estudos de Ciências da Linguagem e Mídia deu provas da legitimação, nos anos 1980, do campo disciplinar da semiótica da comunicação. De fato, o campo começa a se organizar nos anos 1970 sob a inspiração de Haroldo de Campos e Décio Pignatari, que, enquanto professores de teoria literária, na PUC-SP, introduziram a teoria dos signos de Peirce. No final da década, o programa de estudos pós-graduados amplia-se para Comunicação e Semiótica, inaugurando novas perspectivas de es-

45. Proposta enunciada pelo Grupo de Estudos de Ciências da Linguagem e Mídia em <http://www.eca.usp.br/nucleos/njl/>, acessado em 20 de fevereiro de 2006.

46. Idem.

tudo, abertas às correntes saussuriana, hjelmsleviana, soviética, greimasiana, barthesiana, entre outras, passíveis de aplicação aos mais variados campos: jornalismo, rádio, televisão, cinema, fotografia, em todos os desdobramentos possíveis. Afinal, como ressalta Lúcia Santaella, liderança incontestada do campo disciplinar, “a Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido” (1983: 13).

Como ressalta Alfredo Vizeu, “a multidisciplinaridade enunciada por Beltrão (1963) contempla a necessidade de buscar nas investigações realizadas em outros campos de conhecimento uma complementaridade às pesquisas que desenvolve (2007: 27)”. Por sua vez, Immacolata Vassalo Lopes, uma das referências na disciplina epistemologia da comunicação, reporta-se a Martín-Barbero para defender uma nova agenda de investigação, dada a reconfiguração da percepção de espaço e o tempo. Ela própria chama a atenção para os novos desafios cognitivos introduzidos pelos processos de globalização e que já se esboçam em algumas das análises auto-reflexivas que constituem o recente pensamento epistemológico no campo da comunicação no Brasil, organizado em trabalhos de reconstrução histórica do campo (Marques de Melo, Fausto Neto, Lopes, Martino) e de teorização dos objetos e de pesquisa de comunicação (Lopes, Martino, Ferrara, Sodré, Prado, Santaella, Rüdiger) (LOPES, 2004: 11-12).

Como observamos no início deste ensaio, a multiplicidade das temáticas estudadas nos grupos de pesquisa da Intercom apontam caminhos para o aprofundamento da organização disciplinar do campo no País. Já se constitui como disciplina o Turismo, refletindo o crescimento econômico da área e o despertar de políticas públicas, articula-se como campo disciplinar independente, com linhas temáticas que investigam o conceito de hospitalidade; a criação e a difusão de imagem institucional dos destinos turísticos; a produção jornalística especializada, bem como a literatura turística (livros de divulgação e guias turísticos e os sistemas de sinalização).

Outro campo emergente é o da comunicação e esporte (Ronaldo Helal, Melo Neto, Anderson Gurgel, José Carlos Marques, Márcio Guerra), beneficiado recentemente pela aproximação de grandes eventos sediados no país: Copa do Mundo (2014) e Olimpíadas (2016). Abrange múltiplas interfaces como o marketing esportivo, história do esporte e memória do jornalismo esportivo, linguagens e formatos midiáticos, compreendendo o esporte enquanto fenômeno social, filosófico, econômico, político, comportamental e publicitário.

De abrangente complexidade são também as pesquisas aplicadas sobre as práticas sociais da comunicação relacionadas a ciências, tecnologias e meio ambiente, considerando as possíveis interfaces da divulgação científica, a saber: jornalismo

científico e marketing da ciência, assim como representações sociais e percepções das ciências, das tecnologias e do meio ambiente em diferentes contextos da sociedade brasileira. Entre as linhas de pesquisa desdobradas destaca-se a de comunicação e saúde, favorecendo o diálogo entre instituições públicas, privadas e sociedade, mapeando, a partir dos processos de comunicação relativos à área, os desafios cognitivos para a formação de um comportamento cidadão (Arquimedes Pessoni). O campo, todavia, reúne questões como o embate entre o discurso da modernização ecológica e o da sustentabilidade; a criação de mídias alternativas para a divulgação científica, em seus diversos segmentos; o diálogo e o embate do *ethos* profissional de comunicadores e cientistas; interfaces e interações do trabalho de jornalistas de redação e assessores de comunicação em organizações de CT&I.

Os processos de comunicação relativos à questão ecológica (ambiental e social) trazem nível equivalente de complexidade no tratamento e averiguação, também na perspectiva da cultura rural, considerando políticas públicas governamentais e não-governamentais, frente aos processos atuais de exclusão social e às dinâmicas econômicas aliadas às atividades produtivas agrícolas e não-agrícolas. Da mesma forma, investigam-se as culturas comunicacionais urbanas na contemporaneidade, observando a produção cultural; as manifestações midiáticas; e o hibridismo entre cultura midiática, cultura de massa, popular e erudita.

As relações entre comunicação e áreas geográficas também conquistaram espaço com o amadurecimento do debate sobre globalização, motivando linhas de pesquisa sobre comunicação local, regional, internacional e intercultural; fronteiras midiáticas; comunidades em redes; diáspora e mídia; geografia humana e estudos de mídia. Já nos anos 1980, esboçara-se – capitaneada pelo grupo da Universidade Metodista – SP, liderado por Marques de Melo -, uma linha de pesquisa que se voltava para o estudo midiático, no âmbito da América Latina, em suas diversas interconexões e particularidades culturais. Com a criação da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, em 1996, naquela instituição, obteve-se o reconhecimento e o incentivo aos estudos latino-americanos.

De fato, se na origem, o campo das comunicações sociais emerge da transdisciplinaridade, com a problemática da globalização as interfaces e articulações entre os campos se tornam imperativas. Já em 1996, Ianni apontava para o empenho das ciências sociais na produção de estudos sistêmicos capazes de se lançar à interpretação dos indivíduos, mas também das coletividades, das tribos, mas das nacionalidades.

Vassalo Lopes, advogando em causa da transdisciplinaridade, recorre a Martín-Barbero: “a transdisciplinaridade de modo algum significa a dissolução dos problemas-objeto do campo da comunicação nos de outras disciplinas sociais, mas a construção de articulações – intertextualidades – que fazem possível

pensar os meios e as demais indústrias culturais como matrizes de desorganização e reorganização da experiência social e da nova trama de atores e de estratégias de poder (apud LOPES, 2004: 16)”.

FONTES CITADAS OU CONSULTADAS

ABRAMO, Eugênio. **A Regra do Jogo: o Jornalismo e a Ética do Marceneiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa**. Brasil 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

BARBOSA, Ruy. **A Imprensa e o Dever da Verdade**, São Paulo: Papagaio, 2004.

BARROS FILHO, Clóvis. **Ética na Comunicação**. São Paulo: Moderna, 1995.

BELLANGER, Claude; Godechot, Jacques; Guiral, Pierre & Terrou, Fernand (direção). **Histoire Générale de la Presse Française**, Paris, Presses Universitaires de France, 1969, vol. 1.

BELTRÃO, Luiz. **Métodos em la enseñanza de la técnica del periodismo**. Quito: Ciespal, 1963.

_____. **Técnica de jornal**: apostilas para a 1ª série do curso de Jornalismo. Recife: Inciform, 1964.

_____. **A imprensa informativa**: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

_____. **Jornalismo interpretativo**: filosofia e técnica. Porto Alegre: Sulina, 1976.

_____. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

_____. **Iniciação à filosofia do Jornalismo**. São Paulo: Edusp, 1992.

_____. **Folkcomunicação**: Teoria e Metodologia. São Paulo: Umesp, 2004.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação**: no Contexto de Massa, João Pessoa: CCHLA, UFPB, 2000.

_____. (org.) **Itinerário de Luiz Beltrão**. Perfis Pernambucanos – 9, Pernambuco: AIP/Unicap, 1998.

BRITTOS, Valério Cruz; CABRAL, Adilson (orgs.) **Economia política da comunicação**: interfaces brasileiras, Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Informação**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CASALLI, Adriana Machado. **Análise dos Objetos de Estado da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas**, *In*: Revista Organicom, São Paulo, ECA/USP, Ano 6, Nº 10/11, 2009, pp. 64-69.

COSTA, Albertina de Oliveira & BRUSCHINI, Cristina (org.). **Uma Questão de Gênero**, Editora Rosa dos Ventos/Fundação Carlos Chagas, 1992.

DALMONTE, Edson Fernando. **Gilberto Freyre e a Nova História**. O gilete press na recriação do jornalismo: do Spectator ao carapuceiro.com.br, *In*: Revista Diálogos Possíveis, Bahia, Faculdade Social da Bahia, Ano 7, n.1, janeiro / junho, 2008.

DAMATTA, Roberto. **A Casa e a Rua: Espaço, Cidadania, Mulher e Morte no Brasil**, São Paulo, Editora Brasiliense, 1985.

FREYRE, Gilberto. **Vida Social no Brasil em Meados do Século XIX**. 4ª Ed., São Paulo: Global, 2008.

GENRO FILHO, A. **O Segredo da Pirâmide, para uma Teoria Marxista do Jornalismo**. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

HIME, Gisely Valentim Vaz Coelho. **A Hora e a Vez do Progresso - Cásper Líbero e o Exercício do Jornalismo nas Páginas d'A Gazeta**. São Paulo, dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 1997.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

_____. **Enigmas da modernidade-mundo**, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

KELLY, Celso. **Arte e Comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Agir. 1978,

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**, São Paulo: Edusp, 1996.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling **Relações Públicas e Excelência em Comunicação**, disponível em www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/teoriaseconceitos/0081.htm.

LAGE, Nilson, **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**, 7ª ed., Rio de Janeiro: Record, 2008.

LEUENROTH, Edgard. **A Organização dos Jornalistas Brasileiros: 1908-1951**, São Paulo, COM-ARTE, 1987.

LIMA SOBRINHO, Alexandre José Barbosa. **O Problema da Imprensa**, 2ª edição, São Paulo, COM-ARTE, 1988.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **O Adiantado da Hora**. São Paulo: Summus, 1991.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **As fronteiras entre as ciências sociais vistas da comunicação:** uma aproximação aos estudos sociais das ciências, *In*: Revista Eletrônica E-Compós, disponível em <http://www.compos.org.br/e-compos>, edição 1, dezembro de 2004.

MAFFESOLI, Michel. **A Conquista do Presente**. São Paulo, Editora Rocco, 1984.

MARQUES DE MELO, José. **Estudos de Jornalismo Comparado**, São Paulo: Pioneira, 1972.

_____. **História do Pensamento Comunicacional** – Cenários e Personagens. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Jornalismo Opinativo** – Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

_____. **Pensamento Comunicacional Uspiano** – Raízes Ibero-Americanas da Escola de Comunicações Culturais (1966-1972), vol. 1, São Paulo: ECA/USP – SOCICOM, 2011.

MACHADO, Elias. **A dialética do discurso jornalístico**. Dissertação de mestrado. UFRJ. 1992.

_____. **La estructura de la noticia en las redes digitales**. Tese de doutorado. Universidade Autônoma de Barcelona. 2000.

_____. **O Ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra. 2003.

MATTOS, Sérgio. **A Televisão No Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**, Salvador, PAS: Ianamá, 2000.

MARTENSEN, Rodolfo Lima. **O ensino da propaganda no Brasil**, *In*: IBRACO – História da Propaganda no Brasil, São Paulo, TAQ Editor, 1990.

MARTINEZ, Mônica. **Jornada do Herói:** a Estrutura Mítica na Construção de História de Vida em Jornalismo. São Paulo: Annablume, 2008.

MOREIRA, S. V. **O rádio no Brasil**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Míl Palavras, 2000.

NOBRE, José Freitas. **Imprensa e Liberdade:** Os Princípios Constitucionais e a Nova Legislação. São Paulo: Summus, 1987.

NOYA PINTO, Virgílio. **História, juventude e comunicação**. *In*: Revista da Escola de Comunicações Culturais, nº 1, pp. 173-182, 1967.

_____. **Origens e Atuais Linhas de Pesquisa**, disponível em www.scielo.br/pdf/ea/v8n22/74.pdf.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio:** os grupos de Poder e a Determinação dos Conteúdos, São Paulo, Summus, 1985.

PENA, Filipe. **Teoria do Jornalismo**, Rio de Janeiro: Contexto, 2005.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania**, *In*: PCLA - Volume 4 - número 1: outubro / novembro / dezembro 2002.

Portal da Associação Brasileira de Jornalismo Literário - www.abjl.org.br

Portal da Intercom - www.portalintercom.org.br

Portal do Jornalismo Brasileiro - Revista PJ:Br - Jornalismo Brasileiro, disponível em www.eca.usp.br/pjbr, Edição 02, Pensadores Uspianos do Jornalismo Brasileiro: 1ª Geração (1967-1971), Segundo Semestre 2003.

QUADROS, Claudia Irene; MIELNICZUK, Luciana & BARBOSA, Suzana. **Estudos sobre Jornalismo Digital n Brasil**, *In*: Revista Eletrônica E-Compós, disponível em <http://www.compos.org.br/e-compos>, dezembro de 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SOARES, Ismar de Oliveira, **Educomunicação: as perspectivas do reconhecimento de um novo campo de intervenção social : o caso dos Estados Unidos**. *In*: ECCOS – Revista Científica do Centro Universitário Nove de Julho, V. 2, N.2, dezembro de 2000, pp. 61-80.

TORQUATO DO RÊGO, Francisco Gaudêncio. **Marketing Político e Governamental** - Um Roteiro para Campanhas Políticas e Estratégias de Comunicação. São Paulo: Summus, 1985.

_____. **Comunicação Empresarial, Comunicação Institucional: Conceitos, Estratégias, Sistemas, Estruturas, Planejamento e Técnicas**, São Paulo, Summus, 1988.

_____. **A Velha Era do Novo – Visão Sócio-Política do Brasil**. São Paulo: G. Torquato, 2002.

_____. **Panorama da Comunicação Organizacional e Política**. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

VIZEU, Alfredo. **Beltrão, os Estudos e as Teorias do Jornalismo**, *In*: Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v.30, n.1, pp. 13-34, jan./jun. 2007.

HISTÓRIA CONTEXTUAL*

Ana Paula Goulart Ribeiro*
Igor Sacramento**

História e contexto desempenham uma relação mutuamente constitutiva, seja porque toda produção historiográfica se inscreve num determinado contexto (sua própria historicidade), seja porque a escrita da história conta com distintos níveis de análise contextual: o situacional, o institucional, o nacional, o macrossocial e o econômico, o político, o cultural (a historicidade do fenômeno analisado). Ou seja, porque a história considera qualquer evento social como situado temporal e espacialmente, até mesmo o próprio *sentido histórico* (suas concepções, matrizes e fundamentos). Tudo é histórico. Ou melhor, tudo que provém dos humanos é histórico.

Marc Bloch (2001: 55) definiu a história como a “ciência dos homens no tempo”. Esse tempo habitado pelos humanos, entretanto, pode ser vivido e percebido de formas diferentes. Para Fernand Braudel (2005) o tempo se configura numa tripla e simultânea dimensão: a das estruturas, a das conjunturas e a dos eventos. O tempo das estruturas é o da longa duração, dos sistemas econômicos, dos estados e das sociedades, que ocorre mais lentamente, no tempo de gerações, de séculos e a até mesmo de milênios: são os “grilhões da história”. Remonta, portanto, aos padrões civilizatórios que modulam os processos sociais. O tempo das conjunturas é o da média duração, das regularidades cíclicas que operam mudanças na estrutura, mas sem alterar seus elementos fundamentais. Trata-se de uma história de “respiração mais contida”, que estuda o passado em largas seções: dez, vinte ou cinquenta anos. Ou seja, é um tipo de recitativo histórico que constantemente analisa o que muda e o que persiste nas estruturas sociais em determinados contextos. Já o tempo dos eventos é o da curta duração, dos acontecimentos, na medida dos indivíduos e de suas atividades cotidianas, escolhas, atos e tomadas de consciência. Remete à vida ordinária: um crime, a estreia de um filme, o aumento da inflação, um incêndio, uma greve.

Para pensar uma história do campo da comunicação no Brasil, observaremos o tempo das conjunturas, dos ciclos, em suas regularidades e mudanças. Nosso objetivo é analisar os estudos e perspectivas teóricas presentes na área, enfatizando a relação do seu desenvolvimento teórico e institucional com o contexto histórico

* Os autores sugeriram o título “O campo da comunicação no Brasil pela perspectiva de uma história contextual”.

** Ana Paula Goulart Ribeiro é professora adjunta da UFRJ e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da mesma instituição, sendo vice-coordenadora do Programa. Igor Sacramento é doutorando em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Email: apgoulart@terra.com.br e igorsacramento@gmail.com

nacional especialmente a partir dos anos 1970, quando começaram surgir programas de pós-graduação e a se estruturar a comunicação não só como um campo de ensino, mas também de investigação. Dessa forma, estamos considerando a pesquisa em comunicação como aquela que foi produzida em departamentos, institutos, escolas ou faculdades de comunicação. Consideramos esse recorte importante, porque demonstra o processo de institucionalização da comunicação como saber específico. É certo, porém, que a comunicação, como objetivo de pesquisa, foi tomada pelas ciências sociais já estabelecidas (principalmente pela sociologia e pela antropologia). Sabendo disso, comparamos os modos de desenvolvimento desses trabalhos com as maneiras pelas quais o campo da comunicação foi construindo um conjunto de teorias, metodologias, questões e objetos.

Também temos como objetivo relacionar a configuração de determinados aspectos teóricos com a consolidação do ensino e pesquisa em comunicação no Brasil. Por isso, na nossa contextualização das matrizes teóricas, consideraremos como determinadas *políticas públicas educacionais* configuraram o nosso campo: nos sistemas de regras, regulações e diretrizes curriculares e disciplinares que vigoraram no ensino e pesquisa de comunicação no Brasil em níveis de graduação e de pós-graduação stricto sensu. Entendemos *políticas públicas educacionais* num sentido amplo, envolvendo ensino e pesquisa e as suas relações com o Estado e com o mercado. Nesse sentido, as políticas serão consideradas nas suas especificidades históricas, o que nos leva à análise das suas relações com a formação e consolidação do mercado de bens culturais no Brasil.

Para isso, dividimos o nosso texto em três partes. A primeira aborda os primórdios do ensino e da pesquisa em comunicação no Brasil. Faremos uma pequena digressão, tendo como objetivo ressaltar a especificidade dos anos 1970 na configuração do campo e de determinadas matrizes teóricas, com o surgimento de programas de pós-graduação. Em seguida, trabalharemos com dois ciclos distintos: o autoritário (1970-1984) e o democrático (1985-2010). Em cada um desses ciclos, observaremos as condições de possibilidade de existência de algumas matrizes teóricas dominantes em determinadas instituições brasileiras de ensino e pesquisa. Nosso argumento se centra no fato de os estudos da comunicação no Brasil terem se firmado numa *adaptação* de perspectivas teóricas estrangeiras. No entanto, entendemos que esse processo de apropriação não se deu automaticamente, mas em distintos momentos da história político-cultural do país. Ocorreu de modo sistematizado, constituindo áreas de concentração e linhas de pesquisa e configurando o campo comunicacional brasileiro. Acreditamos, no entanto, que o processo de incorporação ou recusa de determinadas teorias esteve imbricado não apenas com as “tendências” internacionais. Tais disposições foram moduladas por um conjunto distinto de contextos (e não apenas por interesses individuais) e pelas próprias balizas conjunturais do país.

Como estratégia metodológica, para narrar os contextos da produção acadêmica em comunicação no Brasil, nos valem de estudos sobre a configuração de nosso campo e do detalhamento das diversas matrizes comparando aquelas presentes nas diretrizes curriculares com as publicações (especialmente, livros) de destacados pesquisadores brasileiros, membros dos cinco primeiros programas de pós-graduação em comunicação do país, que são os seguintes, na ordem de criação: USP (com mestrado em 1972 e doutorado em 1980), UFRJ (1973/1983), UnB (1974/2002), PUC-SP (1978/1981) e UMESP (1978/1995). A justificativa para esse recorte é que esses programas, criados na década de 1970, vivenciaram diferentes processos envolvidos na configuração dos estudos de comunicação no Brasil nos últimos 40 anos. A produção ligada a docentes e pesquisadores de outras instituições foi contemplada apenas na medida em que era significativamente ilustrativa de determinada conjuntura acadêmica. Temos consciência dos limites das nossas escolhas e das lacunas que, necessariamente, decorreram delas.

OS PRIMÓRDIOS

É possível remontar o ensino de comunicação no Brasil ao início do século XX. Já em 1908, Gustavo de Lacerda, ao fundar a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), reivindicava a criação de uma escola de jornalismo para “habilitar por meio de título de capacidade intelectual e moral o aspirante à profissão” (ABI, 2002, p. 16). Em 1915, novamente, agora sob a direção de Raul Paranhos Pederneiras, a ABI formulou um projeto de curso, cujo objetivo era “elevar o nível cultural” dos jornalistas, libertando-os da “ignorância disseminada”, da “má fé”, dos “processos indecorosos de fazer imprensa” (SEGISMUNDO, 1995, p. 99). Mais uma vez, em 1918, quando a Associação realizou, no Rio de Janeiro, o I Congresso Nacional dos Jornalistas, houve uma nova reivindicação por parte dos profissionais da imprensa pela existência de cursos de formação superior no país (SÁ, 1955, p. 221). Ficou na tentativa.

O primeiro curso superior do que hoje chamamos de comunicação foi criado em 1935, dentro da Universidade do Distrito Federal (UDF). A UDF, constituída naquele mesmo ano no Rio de Janeiro, foi idealizada por Anísio Teixeira, então secretário de Educação. Tratava-se de uma universidade autônoma do governo federal. Fora criada por Pedro Ernesto, então prefeito do Rio de Janeiro, e tinha um instituto de educação, um de artes, escolas de ciências, de economia e de direito, de filosofia e letras. E contava com um inédito curso de jornalismo e publicidade, cuja primeira turma foi constituída em 1937. Coordenado por Costa Rego, secretário de redação do jornal *Correio da Manhã*, o curso tinha um caráter culturalista, menos calcado na dimensão profissionalizante e mais na reflexão sobre o imbricamento do jornalismo e da publicidade na configuração da cultura de massa no Brasil (MELO, 2000, p. 84).

O viés progressista da UDF incomodou Getúlio Vargas pela presença de “elementos esquerdistas” na sua concepção. A universidade acabou desativada em 1939, durante a ditadura do Estado Novo. Mas, em 1938, Vargas assinou o decreto-lei 910, estabelecendo condições de trabalho nas empresas jornalísticas e criando as escolas de jornalismo. No entanto, por conta da forte resistência patronal, o decreto não vingou. Isso aconteceu num momento em que o jornalismo tinha uma estrutura profissional muito instável: os salários eram baixos e irregulares, obrigando os jornalistas a se sujeitarem a pedidos de vales, a outros bicos e a um sistema de trocas de favores, mas também de chantagens e de subornos, com políticos, empresários e comerciantes (RIBEIRO, 2007).

Em 1943, Vitorino Prata Castelo Branco iniciou uma série de palestras e conferências na sede da Associação dos Profissionais de Imprensa de São Paulo (APIS), culminando com a criação do primeiro Curso Livre de Jornalismo no Brasil, que tinha como objetivo permitir o aprendizado por todos aqueles que se interessavam pela prática jornalística (DIAS, 2005). Esse tipo de experiência de ensino, sem a distinção universitária, também era comum na publicidade. No entanto, enquanto o ensino do jornalismo estava sendo discutido mais no âmbito das associações profissionais, o da publicidade era mais pensado pelas empresas. Em 1926, por exemplo, a General Motors do Brasil treinava os seus profissionais de publicidade com cursos e palestras, mas principalmente através da convivência com os experientes norte-americanos. Em 1950, após o I Salão Nacional da Propaganda, organizado pelo Museu de Arte de São Paulo, Rodolfo Lima Martensen, então diretor da instituição, decidiu estruturar uma escola de propaganda. Em 1952, o museu passou a oferecer um curso de dois anos, que tinha objetivo de ser “prático e profissionalizante” (DIAS, 2003). Nos dois casos, porém, a necessidade da formação específica era entendida como fundamental para o aprimoramento profissional ou, noutras palavras, para preparação de melhores profissionais para o mercado. Mas empresários, empresas de comunicação e seus sindicatos representativos tinham uma relação ambígua com a necessidade da formação específica tanto de jornalista quanto de publicitários. Embora a considerassem importante, inicialmente, não queriam que ela fosse obrigatória. A maioria dos profissionais que atuavam no mercado jornalístico e publicitário não tinha nenhum tipo de formação superior. Essas áreas eram vistas, fundamentalmente, como técnicas.

Ainda em 1943, pelo decreto-lei 5.480, foi instituído o curso de jornalismo na Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil (atual UFRJ), vindo a ser inaugurado somente em 1948. O decreto assinado por Getúlio Vargas e Gustavo Capanema apresentou algumas linhas-mestras para o curso: 1) tinha por finalidade ministrar conhecimentos que habilitassem de um modo geral para a profissão de jornalista; e 2) deveria ser ministrado pela Faculdade Nacional de Filosofia, com a colaboração da ABI e dos sindicatos representativos de

empregados e empregadores das empresas jornalísticas. Nesse ponto, é interessante ressaltar que nominalmente apenas a ABI fora destacada como uma das instituições colaboradoras. Isso demonstra que a criação do curso correspondia a uma demanda da ABI.

Antes da inauguração do curso da Universidade do Brasil, a Fundação Cásper Líbero tinha fundado, em 1947, num convênio com a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, um curso de jornalismo, subordinado à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de São Bento. Na sequência, foram instalados os cursos da Faculdade de Filosofia da Universidade Federal da Bahia (1950) e da Universidade Católica de Pernambuco (1951). Em 1952, a PUC do Rio de Janeiro faria funcionar o seu curso de jornalismo, sob a direção de Carlos Lacerda, então proprietário do jornal *Tribuna da Imprensa*.

Desde os seus primórdios, as propostas e os cursos de jornalismo sempre oscilavam entre uma perspectiva profissionalizante e outra humanística. O caráter profissionalizante se observava, especialmente, nos cursos oferecidos e concebidos pelas associações profissionais, empresas de comunicação e outras instituições. A inclusão de disciplinas de “cultura geral” nos cursos estava prevista no decreto 22.245 de 1946. Eram matérias como geografia humana, história da civilização, ética, noções de direito, sociologia, política, história do Brasil, psicologia social e economia política, além de português e literatura e idiomas como o inglês ou o francês. Entre as disciplinas de prática jornalísticas, havia apenas quatro: ética, história e legislação de imprensa, técnica de jornalismo, história da imprensa e organização e administração de jornal (NUZZI, 1992). O fato de esses primeiros cursos serem submetidos às faculdades de filosofia fazia com que os estudantes tivessem majoritariamente professores com formação em filosofia e direito (LOPES, 1994, p. 40).

A década de 1950 foi um momento de muitas transformações nesse emergente campo da comunicação. Além de um processo de modernização do jornalismo, houve um aumento na criação de cursos superiores. Em 1961, o decreto 51.218, assinado por Jânio Quadros, regulamentava a lei 910 de 1938 e determinava que a função de jornalista apenas poderia ser exercida por portador de diploma ou com habilitação expedida por universidade, embora reconhecesse como jornalista àqueles profissionais filiados aos sindicatos e à ABI e aos que exerciam a profissão há mais de dois anos, com registro de comprovação da empresa contratante (RIBEIRO, 2007). No entanto, no seguinte, João Goulart revogou o decreto, atendendo os interesses do empresariado e das instituições de classe que viam a lei como um “obstáculo ao trabalho livre” nas empresas de comunicação. Durante o governo jango, foi instituída uma comissão, liderada por Pompeu de Souza e que contava com a participação de outros jornalistas envolvidos com a reforma do jornalismo brasileiro e de representantes dos sindicatos profissionais e

das empresas jornalísticas. Sua função era avaliar o conhecimento autodidata de determinados jornalistas que tivessem experiência, mesmo sem terem passado por um curso superior de jornalismo.

Em 1962, o parecer 323 do Ministério da Educação (MEC) atribuiu uma formação de caráter humanístico e generalista ao curso de jornalismo. Nessa concepção, o curso foi baseado em disciplinas abrangentes das áreas de filosofia, história e literatura e em disciplinas técnicas para promover o maior treinamento. Assim, os alunos tinham de fazer estágios curriculares em empresas de comunicação. Nesse aspecto, houve uma continuidade em relação à política educacional de Capanema. Entendia-se o jornalismo como uma atividade generalista, de disposição romântico-liberal (ROXO, 2006, p. 8).

Com o golpe de 1964 e a instalação de um regime autoritário no Brasil, houve mudanças na concepção de educação do país. Dentro de um projeto de modernização conservadora, a educação assumiu uma face ideológica fundada no princípio da racionalidade técnica (SODRÉ, 1992, p. 32). Dessa forma, foi instaurado como pressuposto básico a aplicação da “teoria do capital humano”, como fundamentação teórico-metodológica instrumental para o aumento da produtividade econômica da sociedade (FERREIRA JÚNIOR e BITTAR, 2008, p. 343). A educação era entendida como um instrumento de trabalho, isto é, como a matéria-prima básica da produção capitalista.

Em 1965, foi reformulado o currículo mínimo do curso de jornalismo no parecer 984, que apenas fora homologado na portaria 20 de 23 de agosto de 1966. Ele passou a contar com três eixos: o cultural, o fenomenológico e o instrumental. No primeiro, havia as disciplinas de caráter humanístico. O segundo contava, pela primeira vez, com as teorias da comunicação. O último eixo dava conta das disciplinas técnicas ou de especialização profissional: editorial (jornalismo cultural, científico, econômico) ou em relação ao meio (impresso, radiofônico, televisivo). Embora a influência do Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina (CIESPAL), mantido pela Organização das Nações Unidas (ONU), tenha sido grande na estruturação desses eixos (MOURA, 2002, p. 83-84), havia um forte caráter empírico e funcionalista nos cursos. Isso refletia a dimensão tecnocrática, própria da maneira como os militares entendiam a educação. Como os meios de comunicação de massa (sobretudo, a televisão) passaram a ser vitais para a política de integração e segurança nacionais, houve uma maior preocupação em profissionalizar esse campo, atendendo às exigências do mercado e das tecnologias de comunicação então existentes.

No parecer 631, de 1969, o jornalismo é concebido como uma habilitação do curso de comunicação, ao lado da publicidade e propaganda, relações públicas

e editoração. Muito embora essa estratificação fosse uma exigência do mercado imposta pela ditadura militar, em termos curriculares, a universidade ainda tratava a comunicação como jornalismo. Dois eram os motivos para isso: um diz respeito ao fato de o ensino de outras habilitações não contar com docentes especializados e outro tem a ver com o fato de haver um número de disciplinas específicas muito maior no jornalismo do que nas novas habilitações (ROXO, 2006, p. 9).

A estrutura curricular criada para a comunicação em 1969 era reveladora da influência norte-americana na estrutura do ensino universitário. Contando com um viés mais tecnicista do que teórico, o curso contava com um tronco comum para todas as habilitações e, depois disso, disciplinas específicas para cada uma delas. Como não havia no Brasil profissionais formados nas outras áreas, era comum que jornalistas fossem professores de publicidade ou editoração, o que demonstra um intenso trânsito de jornalistas com formação superior pelas diversas áreas da comunicação (WEBER, 2000: 175-179).

Nesse momento, começou a haver condições para a concretização de pesquisas em comunicação no Brasil. Por mais que o caráter dos cursos fosse técnico-habilitacional, passou a haver uma maior preocupação em estudar os fenômenos comunicacionais. A criação das primeiras faculdades e escolas de comunicação em nível superior – a Faculdade dos Meios de Comunicação de Massa da UnB, cujo projeto data de 1962, a Escola de Comunicações Culturais da USP, criada em 1966, e a Escola de Comunicações da UFRJ, criada em 1967 – começou a apontar para a comunicação como um campo específico do saber e não apenas como um campo profissional.⁴⁷

O surgimento desses primeiros cursos de comunicação, entretanto, por si só, não fez existir um campo científico institucionalizado, uma vez que a produção teórica vinha, em geral, a reboque da dimensão profissionalizante (FRANÇA, 2001, p. 48). A precedência do ensino em relação à pesquisa caracterizou não só a comunicação, mas o modo como as ciências sociais, em geral, se institucionalizaram no Brasil (WERNECK VIANNA e CARVALHO, 1995). Merece destaque, nesse contexto, a atuação de Luiz Beltrão. Em 1960, como professor de Ética do curso de jornalismo da Unicap, ele publicou *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, um livro que dialogava com estudos da psicologia social e com análises do jornalismo brasileiro e europeu, especialmente francês.

47. Em 1962, havia sido homologado pelo Conselho Federal de Educação o ensino de Comunicação Social, em nível de graduação (MOURA, 2002: 77).

O CICLO AUTORITÁRIO (1970-1984)

a) A ênfase na perspectiva sociológica

O início da década de 1970 foi bastante importante na formação do campo da comunicação brasileiro. Em 1971, a ABI promoveu o I Congresso Nacional de Comunicação. Ele tinha como um dos seus objetivos estudar especialmente os impactos da comunicação de massa na sociedade brasileira. Esse congresso se deu até mesmo antes da criação do primeiro programa de pós-graduação em comunicação. Contava com profissionais de diversas áreas (jornalismo, publicidade, cinema), bem como com estudantes e professores de comunicação e de ciências sociais, interessados na discussão dos fenômenos comunicacionais.⁴⁸

Quando os cursos de ensino superior em comunicação começaram a se espalhar pelo país e os programas de pós-graduação começaram a surgir, a partir de 1972, um conjunto de pesquisas começou a se desenvolver (ROMANCINI, 2006). Nesse momento, passou haver uma maior preocupação em constituir “teorias da comunicação”. Tornou-se necessário haver uma maior reflexão sobre a delimitação e especificidades das disciplinas do tronco comum (LIMA, 1983). Nesse momento, a necessidade de formação de um corpo teórico para a comunicação não era apenas epistemológica, mas também mercadológica. Com o crescimento dos cursos superiores de comunicação (incluindo os de pós-graduação), também era potencialmente cada vez maior o público de leitores do assunto.

Desse modo, livros contendo teorias e análises da comunicação de massa começaram a ser traduzidos e publicados no Brasil. Esses foram os casos de *Cultura de Massa no século XX*, de Edgar Morin (Forense, 1967); *A ideologia da sociedade industrial*, de Herbert Marcuse (Zahar, 1968); de *Comunicação de massa e desenvolvimento*, de Wilbur Schramm (Bloch, 1970); de *Teorias da Comunicação de Massa*, de Melvin DeFleur (Zahar, 1971); de *Ideologia, estrutura e comunicação*, de Eliseo Véron (Cultrix, 1970); *O Sistema dos Objetos*, de Jean Baudrillard (Perspectiva, 1973); *Comunicação e mudança nos países em desenvolvimento*, de Wilbur Schramm e Daniel Lerner (Melhoramentos, 1973); *A Galáxia de Gutenberg e Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem*, de Marshall McLuhan (Cultrix, 1968, e Editora Nacional/Editora da USP, 1972); de *Elementos de Semiologia e Mitologias*, de Roland Barthes (ambos pela Difusão Europeia do Livro, 1972); de *A Estrutura Ausente e Apocalípticos e Integrados*, de Umberto Eco (Perspectiva, 1970 e 1972); de *Semântica Estrutural*, de Greimas (Culturix, 1973); de *A Economia das Trocas Simbólicas*, de Pierre Bourdieu (Perspectiva, 1974); de *Sociologia e*

48. Consultamos os anais do congresso na biblioteca da Fundação Getúlio Vargas no Rio de Janeiro e pudemos observar desde discussões sobre a comunicação e integração nacional, comunicação e desenvolvimento, a estudos sobre o cinema, o jornalismo e o impacto dos meios de comunicação de massa na estrutura escolar.

Comunicação, de Antonio Pasquali (Vozes, 1973); de *Sociodinâmica da cultura*, de Abraham Moles (Perspectiva, 1975).

Esse conjunto de livros contava com diferentes perspectivas sobre a comunicação: a informacional, a funcionalista, a estruturalista, a da teoria crítica. Como se pode observar, o marxismo era a perspectiva mais presente nas publicações (Marcuse, Morin, Baudrillard, Barthes, Véron, Bourdieu). Uma das coletâneas lançadas naquela época no Brasil por Luiz Costa Lima, *Teoria da Cultura de Massa* (Saga, 1970), contava com os teóricos funcionalistas e informacionais, mas também com um número expressivo de autores marxistas, ligados à Escola de Frankfurt (Marcuse, Adorno, Benjamin, Horkheimer) e à escola francesa de semiologia (Barthes, Kristeva, Baudrillard).

Como estamos vendo, não se tratava de títulos exclusivamente da área da comunicação. Afinal, naquela época, a comunicação era mais vista como um objeto de pesquisa do que como um campo de investigação. Tanto era assim que, no prefácio da primeira edição de sua coletânea, Costa Lima, professor de teoria literária, escreveu que esperava que o livro pudesse interessar aos estudiosos da sociologia e da literatura, sem mencionar os da comunicação. Como já mencionamos, mesmo com uma formação humanística, o curso de comunicação social era visto como um curso profissionalizante, que não conformava um conhecimento próprio.

Especialmente ao longo dos anos 1970, foi crescente o interesse pela obra das principais figuras da Escola de Frankfurt nas ciências sociais brasileiras. Foi recorrente a apropriação do conceito de indústria cultural em diversos estudos, bem como a tradução de alguns textos seminais. O volume 48 da coleção “Os Pensadores” (Abril Cultura, 1975) conta com textos de Walter Benjamin, Herbert Marcuse, Theodor Adorno, Max Horkheimer e Jürgen Habermas. Livros de pesquisadores brasileiros também seguem essa linha como *Sociologia da Comunicação: teoria e ideologia*, de Gabriel Cohn (Pioneira, 1971), que também organizou uma importante coletânea, *Comunicação e Indústria Cultural* (Pioneira, 1973), reunindo textos de diversos teóricos da comunicação, especialmente aqueles da Escola de Frankfurt.

Numa sociologia da comunicação, muitos estudos foram produzidos dentro de uma matriz da teoria crítica: *A Noite da Madrinha*, de Sergio Miceli (Perspectiva, 1972); *Cultura de Massas e Cultura Popular – Leituras Operárias*, de Ecléa Bosi (Vozes, 1973); *Fotonovelas e indústria cultural*, de Angeluccia Habert (Vozes, 1974); *Canções de massa – condições de produção*, de Othon Jambeiro (Pioneira, 1975); *Comunicação de massa: natureza, modelos, imagens*, de Samuel Pfromm Netto (Pioneira, 1975). Eles tinham como eixo central de análise a consideração dos meios de comunicação de massa como instâncias de reprodução ideológica da burguesia.

A adoção dessa perspectiva crítico-marxista na análise da comunicação na sociedade contemporânea estava relacionada a um processo complexo. Por um lado, estava em curso o próprio processo de industrialização da cultura brasileira nos anos 1970, com a modernização das empresas de comunicação (as emissoras de televisão e as agências de publicidade, sobretudo). Elas passaram a consolidar a dimensão mercadológica da ideologia de integração nacional dos militares em busca da formação de um mercado nacional de consumidores, tornado possível pelo estabelecimento da televisão em rede nacional (ORTIZ, 2001). Nesse ponto, o cabedal teórico marxista (frankfurtiano ou semiológico) poderia dar conta de demonstrar como se reproduzia a ideologia dominante. Por outro lado, a adoção desse referencial teórico era uma forma de *resistência intelectual* ao regime autoritário. Ainda deve ser considerado o fato de que houve, ao longo dos anos 1970, a consolidação de um público intelectualizado de esquerda, formado principalmente por jovens universitários, que estavam sendo formados dentro de uma perspectiva marxista e tinha interesse nas formas de expressão e de pensamento engajados, num viés crítico da sociedade capitalista e de suas múltiplas formas de exploração e dominação.

A crítica, no entanto, não era direcionada apenas à configuração autoritária do capitalismo brasileiro nos anos 1970, mas também ao imperialismo norte-americano. Não foi à toa, portanto, que foram publicados livros como *Imperialismo e Cultura*, de Otávio Ianni (Vozes, 1975), *O Império norte-americano das comunicações* (Vozes, 1976), de Herbert Schiller, *Para ler o Pato Donald* (Civilização Brasileira, 1976), de Armand Mattelart e Ariel Dorfman, e *Tio Patinhas e os mitos da comunicação* (Summus, 1976), de Orlando Miranda. Nesse contexto, também era forte a influência do pensamento do francês Louis Althusser, sobretudo através do seu conceito de aparelhos ideológicos de estado. A partir dele, era possível enfocar os meios de comunicação de massa não como um “reflexo” da base material da sociedade, mas uma parte ativa do processo de reprodução social.

Paralelamente as teorias consideradas mais “apocalípticas”, também exerceu influência sobre a formação do pensamento comunicacional brasileiro o funcionalismo, não apenas no seu viés norte-americano – através dos autores da chamada *The Mass Communication Research*, como H. Lasswell, P. Lazarsfeld, E. Katz, Merton e Klapper –, mas também europeu, no qual se destaca a obra de Roman Jakobson com sua reflexão sobre as funções da linguagem.

Não se pode negar toda essa produção intelectual da sociologia e das teorias da linguagem na configuração do campo comunicacional brasileiro nos anos 1970. O interesse pelos fenômenos da comunicação de massa foi constituindo um referencial teórico, um conjunto de estudos, que não foi ignorado pelos cursos e

pesquisadores de comunicação que estavam começando a se firmar na universidade brasileira (cf., sobre o assunto, LIMA, 1983; MARTINO, 2011; FRANÇA, 2001; ROMANCINI, 2006).

Isso, certamente, não significou uma adoção irrestrita da perspectiva dominante nos estudos sociológicos. Os estudos acadêmicos da comunicação foram procurando novas perspectivas. Em *Informação, linguagem, comunicação*, Décio Pignatari (Perspectiva, 1967) produziu uma equivalência entre a teoria da informação com a da comunicação, aproximando à semiótica pierciana à cibernética de Norbert Wiener e ao pensamento de Marshall McLuhan, algo que também é realizado em outro livro do mesmo autor, *Contracomunicação* (Perspectiva, 1971). Neste livro, Décio Pignatari propôs os princípios daquilo que chamou de uma “nova escola da comunicação”, pontuando que a teoria da informação e a semiótica formariam os fundamentos dos princípios dessa perspectiva e enfatizando que os estudos da comunicação deveriam enfatizar as análises da integração dos meios e veículos de comunicação aos ambientes sociais e dos seus códigos e linguagens. Ou seja, deveria ser enfatizada a função dos meios de comunicação naquilo que ele chama de *signagem*: os processos sógnicos entre os homens e as coisas do mundo. Sendo assim, ele entendia a comunicação como um organismo sógnico vivo, um meta-sistema, que precisa se comunicar para sobreviver. A perspectiva de Pignatari, desse modo, se contrapunha à teoria crítica da Escola de Frankfurt, dominante nos estudos sociológicos sobre comunicação da época.

Em *Comunicação Social: teoria e pesquisa*, José Marques de Melo (Vozes, 1971) não decompôs o estudo da comunicação em escolas teóricas como nas coletâneas sociológicas sobre a comunicação, mas em modalidades: como conceito científico, filosófico e estrutural. Essa postura é bastante semelhante àquela presente em *Fundamentos científicos da comunicação* (Vozes, 1973). A coletânea organizada por Adísia Sá confere uma enorme abrangência para o estudo da comunicação, observando a existência de comunicação da interação celular aos fenômenos sociais. Desse modo, a comunicação é entendida como elemento natural (químico, físico, biológico), como linguagem (destacando as contribuições da semiologia), como elemento cultural (enfatizando especialmente a cultura popular) e como elemento social (reconhecendo a dimensão massificada na comunicação).

A ausência de delimitação nos estudos da comunicação dificultou a construção de uma epistemologia para a área: a definição de objetos, problemas, teorias e metodologias comuns, plenamente identificáveis como parte do campo (BARBOSA, 2002). A comunicação surgiu como um conceito tão ampliado quanto o próprio campo semântico da palavra. Isso se deveu ao fato de a reflexão sobre comunicação nos departamentos, faculdades e escolas de comunicação ter

se desenvolvido não apenas por causa dos cursos (FRANÇA, 2001; LIMA, 1983; MARTINO, 2011), mas devido também ao processo de profissionalização das atividades de comunicação e modernização do mercado de bens culturais no Brasil (ORTIZ, 2001). Ou seja, o desenvolvimento explosivo das indústrias culturais brasileiras (especialmente, a televisão e a publicidade) fez parte do mesmo processo de expansão dos cursos de comunicação pelo Brasil. Desde 1966, os currículos mínimos para a graduação na área tinham como objetivo principal a formação profissional para além de um ciclo básico de disciplinas de formação geral (WEBER, 2000, p. 170-175). Nesse sentido, valorizava-se o *profissional* (o “capital humano”) em detrimento do *intelectual*, visto como supérfluo diante das transformações socioeconômicas do país.

Nesse período, encontramos uma definição de comunicação mais delimitada no trabalho de Muniz Sodré. Em *A comunicação do grotesco* (Vozes, 1972), o autor investigou como a engrenagem industrial da cultura de massa combina antigas formações estético-culturais da consciência coletiva a novos mecanismos de produção orientada para o consumo. Dentre essas formações, o autor analisa a atualização do grotesco-escatológico em revistas e programas de televisão. Acredita que a maior possibilidade de “participação psicoafetiva” do espectador se dá de modo mais intenso e anódino na cultura de massa do que em outros sistemas culturais (eruditos e populares), porque aquela se dá em “milhares de fragmentos culturais” que bombardeiam o indivíduo (SODRÉ, 1972, p. 17-18). Seu objetivo é demonstrar as motivações políticas e mitológicas da cultura de massa brasileira presente nos seus apelos ao sensualismo e à vulgaridade. Mas, ainda que se distancie da perspectiva frankfurtiana, afirma que as mídias impõem seu modo especialíssimo de “ver o real” ao receptor (SODRÉ, 1972, p. 61).

Enquanto nos estudos sociológicos os teóricos da Escola de Frankfurt são referência fundamental, nesse livro de Muniz Sodré aparecem autores que estudam a dimensão mitológica na reprodução ideológica dos meios de comunicação de massa (*Mitologias*, de Roland Barthes; e *Cultura de massa no século XX*, de Edgar Morin), que procuraram demonstrar como a comunicação era motor do desenvolvimento nacional (*Comunicação de massa e desenvolvimento*, de Wilbur Schramm) e que buscavam uma alternativa tanto ao pessimismo da Teoria Crítica, quanto ao otimismo do funcionalismo norte-americano (*Apocalípticos e integrados*, de Umberto Eco).

A perspectiva desenvolvimentista, bastante suave em *A Comunicação do Grotesco*, foi mais estruturante dos trabalhos de José Marques de Melo. O então professor da USP, em *Comunicação, Opinião, Desenvolvimento* (1971), retomava as linhas mestras do trabalho de Wilbur Schramm. Estabelecendo uma relação causal entre informação e o progresso nacional, ele analisava as funções que os

meios de comunicação exerceriam no desenvolvimento dos países se eles fossem utilizados de modo a informar com determinados princípios de qualidade para estimular a população a transformar e melhorar a sua vida. Marques de Melo (1971) usou a noção de “redes de comunicação” como importante para a consolidação do desenvolvimento em países do então terceiro mundo, mas fez ressalvas sobre o fato de alguns aspectos (a pobreza, a miséria e a ignorância) serem estruturais, e não um problema de comunicação. Em *Sociologia da Imprensa Brasileira* (Vozes, 1973), ele retomou as ideias de Schramm para explicar os fatores socioculturais que retardaram o desenvolvimento da imprensa no Brasil em relação à América espanhola. Em outro livro, *Estudos de Jornalismo Comparado* (Pioneira, 1972), Marques de Melo se valeu das propostas de Jacques Kayser (da CIESPAL) para realizar comparações das características estruturais da atividade noticiosa não apenas no plano internacional, mas também em escala nacional.

A perspectiva desenvolvimentista era uma tendência da época. Em seus primórdios, o programa de pós-graduação em comunicação da UnB também valorizava o estudo de problemas de comunicação e desenvolvimento social, buscando formar um conjunto de estrategistas de comunicação, aptos a preparar programas e planos de comunicação para o desenvolvimento, especialmente o rural. Essa, inclusive, era uma das linhas de pesquisa do programa (comunicação e desenvolvimento rural), que contava com professores como David Loy Rossiter, Gentil Martins Dias e Lytton Leite Guimarães (PORTO, 2011).

O poder foi uma questão central que pautou, nesse momento, as reflexões teóricas sobre a comunicação. Em *O Monopólio da Fala* (Vozes, 1977), Muniz Sodré partiu de uma definição de comunicação como diálogo, como troca, como reciprocidade de discursos. A televisão e os outros meios de informação, portanto, não promoveriam comunicação de fato por monopolizarem a fala e inviabilizarem a resposta do receptor, que seria um consumidor passivo dos conteúdos que lhes são ofertados. É evidente a influência do pensamento de Jean Baudrillard na obra. Em “Réquiem pour les media”, um dos capítulos que compõem *Pour une critique de l'économie politique du signe* (1972), o pensador francês afirma que a televisão é uma forma de controle social em domicílio, que impõe o isolamento das pessoas em face de uma palavra sem resposta. No entanto, diferentemente de Baudrillard, Muniz se preocupou em mostrar como o sistema de televisão está imbricado com outras instâncias sociais: o poder econômico dominante, as configurações culturais, as ações do Estado. A partir de outra perspectiva, a questão da ausência de diálogo na comunicação foi trabalhada por José Marques de Melo na coletânea *Comunicação/Incomunicação no Brasil* (Vozes, 1976). Os autores reunidos na publicação não trataram, exclusivamente, dos sistemas midiáticos, mas das formas de “incomunicação” motivadas pelas diferenças de classe, padrões culturais, formações educacionais, distâncias espaciais e outros fatores.

Nesse contexto, um livro se destacou por sua modalidade de estudo (dos efeitos da comunicação massiva sobre a audiência), apesar de repercutir a perspectiva geral da crítica à mídia na época: a reprodução e o controle ideológicos. Sarah Chucid da Viá, em *Televisão e consciência de classe* (Vozes, 1977), analisou o impacto da TV entre trabalhadores têxteis no seu processo de construção de identidade profissional. Partiu do pressuposto de que os indivíduos não se identificam mais pelo “ambiente” que os cerca, mas pelas normas, símbolos, mitos e imagens produzidos pelos veículos de massa, sobretudo a televisão.

É importante lembrar o contexto político no qual essas reflexões estavam se dando no país, o que talvez nos ajude a entender por que – apesar das inúmeras diferenças teóricas entre esses estudos – todos compartilham, de uma forma ou de outra, de uma perspectiva crítica em relação ao papel desempenhado pela mídia. O campo da comunicação, assim como outros campos de saber, representava – ainda que indiretamente – uma crítica ao regime militar. Não queremos afirmar, com isso, que a produção intelectual do nosso campo nos anos 1970 tenha sido concebida exclusivamente como uma condenação da ordem vigente. Não podemos acreditar, todavia, que a dominância da perspectiva crítica nos estudos da comunicação seja um mero acaso. A adoção de determinados referenciais teóricos sempre está relacionada aos contextos da produção intelectual. Nesse sentido, num momento em que se consolidava a indústria cultural no Brasil, como parte do processo de modernização conservadora, os estudos sobre o “monopólio da fala”, sobre “a comunicação do grotesco”, sobre a “incomunicação” ou sobre o impacto da televisão na formação da consciência de classe continham críticas implícitas, indiretas, ao contexto político⁴⁹.

b) A emergência dos estudos de recepção (1978-1984)

De modo geral, as primeiras investigações do campo da comunicação tinham uma forte influência da semiologia, da teoria dos efeitos e da teoria crítica, dando, portanto, muito mais ênfase à análise da estrutura de produção das mídias e seu impacto na sociedade. No período que agora estamos observando, os estudos da comunicação passaram a considerar com maior acuidade a modalidade da recepção, não raro dando maior atenção à classe trabalhadora. Isso se pode identificar, por exemplo, em *Comunicação e classes subalternas* (Cortez, 1980), uma coletânea organizada por José Marques de Melo. Entre os estudos de recepção, pode-se de identificar essa opção pelos estudos de Carlos Eduardo Lins da Silva, em *Muito além do Jardim Botânico* (Summus, 1985), uma análise comparada sobre a recepção do *Jornal Nacional* em duas comunidades de trabalhadores,

49. É interessante o fato de que a tese de doutorado de José Marques de Melo, intitulada “Fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil”, ter sido publicada com o título *Sociologia da imprensa brasileira*, por causa da censura do regime militar (DORNELLES, 2004, p. 222).

uma em Paecará (São Paulo), outra em Lagoa Seca (Paraíba). Já *O Paraíso Via Embratel* (Paz e Terra, 1978), de Luiz Augusto Milanese, conta com a análise de como a chegada da televisão à pequena cidade de Ibitinga transformou os hábitos interioranos, a relação entre as pessoas e os padrões de consumo de seus habitantes. O estudo problematizou a expansão da rede nacional de televisão no Brasil, observando que com isso haveria um amento da reprodução do sistema ideológico, dos valores e práticas socioculturais dos grandes centros irradiadores da TV, especialmente do Rio de Janeiro, com a *TV Globo*.

Esses dois estudos, embora com diferentes perspectivas, não são uma ruptura total com os estudos do ciclo anterior. Embora sejam estudos de recepção, eles contam com uma matriz sociológica crítica, seja do ponto de vista das referências teóricas (predominantemente próxima ao marxismo), seja pelas opções metodológicas. Nos dois casos, a análise da recepção esteve associada com um estudo macrosociológico, observando a configuração e o impacto da constituição da rede nacional de televisão no Brasil. Enquanto Carlos Eduardo Lins da Silva observava o impacto da televisão na conformação da cultura política de trabalhadores, Luiz Augusto Milanese chegava à conclusão que o processo de integração nacional do qual fazia parte a televisão era o de uma integração à sociedade do consumo.

Esses trabalhos são mais explicitamente críticos (até mesmo nos títulos) do que aqueles do período anterior. Isso foi possível, porque, naquele momento, o país vivia o início do processo de transição para o regime democrático, que se deu com a ascensão do general Ernesto Geisel à presidência da República em 1974, quando, diante dos sinais de esgotamento do “milagre econômico” e da ditadura militar, o governo decide por em marcha o projeto de abertura “lenta, gradual e segura”. Nessa transição controlada, embora ainda fosse intensa a utilização dos mecanismos de repressão, houve o fim da censura prévia no rádio e na televisão e o restabelecimento da garantia do habeas corpus.

No contexto de distensão política, os estudos da comunicação se tornaram mais abertamente politizados. Nesse sentido, vale destacar a obra *Anos 70*, ainda que não tenha sido desenvolvida por estudiosos do campo da comunicação *stricto sensu*. Publicado em 1979, em cinco volumes, o trabalho foi resultado de uma pesquisa desenvolvida por Aduino Novaes e buscava apresentar um panorama crítico sobre a produção cultural brasileira nas áreas de cinema, literatura, música, teatro e televisão. Merece destaque os artigos de Maria Rita Kehl, Elizabeth Carvalho, Santuza Ribeiro e Isaura Botelho, que – no calor dos acontecimentos – abordam temas como a relação da televisão com o poder autoritário e com a política de integração nacional.

Nesse contexto, no campo da comunicação, houve a consolidação de um conjunto de estudos do jornalismo inspirados pela matriz crítica, como *Notícia*,

um produto à venda, de Cremilda Medina (Summus, 1978), *Ideologia e técnica da notícia*, de Nilson Lage (Vozes, 1979), e *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*, de Adelmo Genro (Tchê, 1987).

Cremilda Medina analisa a produção jornalística como um processo de produção industrial. A autora se propõe a observar como esse tipo especial de produto – jornalístico – é concebido, formulado, produzido no interior das empresas. Sua abordagem se dá a partir do “interior” das rotinas de produção noticiosa. Esse estudo foi importante para buscar uma especificidade ao estudo do jornalismo no campo da comunicação que o diferencie dos estudos sociológicos do jornalismo: que estudam mais as condições da existência de determinados produtos e práticas jornalísticas e o seu impacto na sociedade do que as práticas profissionais como mediação entre o “interior” e o “exterior” (sobre os estudos de jornalismo no Brasil, cf. BERGER, 2002 e MACHADO, 2004).

Ideologia e técnica da notícia (Vozes, 1979), de Nilson Lage, toma o jornalismo como uma forma de conhecimento não no sentido vulgar do positivismo, como a verdade pela evidência científica, mas como uma *práxis*. O autor reconhece que o jornalismo não captura os fenômenos a um só tempo objetivo, imparcial e verdadeiro, mas que é uma reconstrução baseada em “interferências” subjetivas. Observa, entretanto, que há “vantagens práticas” na técnica de produção de relatos aparentemente transparentes, cuja interpretação caberia ao leitor, o que é característico da linguagem referencial do jornalismo. O livro procurou se desfazer do entendimento do jornalismo como mercadoria e enfatizou mais a questão da linguagem⁵⁰.

Já Adelmo Genro, a partir do referencial marxista, acredita haver uma reificação do jornalismo que despotencializa o seu caráter revolucionário no contexto do capitalismo: o de ser uma forma de conhecimento emancipatória. O autor produz uma crítica aos estudos do jornalismo que o tomam como uma informação isolada da opinião e do juízo. Para ele, o jornalismo é uma forma de organização e de orientação de uma pluralidade de fatos, conforme opiniões e julgamentos. No contexto capitalismo, sua prática estava sendo moldada a partir da ideologia burguesa. Genro ainda argumentou que as teorizações sobre jornalismo no Brasil eram geralmente “positivistas”. Ao tentar aplicar a noção de objetividade das ciências naturais no jornalismo, segundo ele, essas abordagens acabam equivalendo aos manuais de redação.

Alguns estudos, nessa época, buscaram analisar formas alternativas de comunicação. São os casos de livros como *Em busca do voto perdido: os meios de*

50. Poucos anos depois da publicação de *Ideologia e técnica da notícia*, Nilson Lage – então professor da UFRI e da UFF – lançaria dois livros que até hoje são adotados em quase todos os cursos de jornalismo: *Linguagem jornalística* e *Estrutura da notícia* (ambos Ática, 1985).

comunicação na tentativa de restaurar um pacto populista, de Carlos Eduardo Lins da Silva (Coojornat/Adurn, 1981) e *Comunicação, hegemonia e contra-informação*, organizado por Carlos Eduardo Lins da Silva, Luiz Fernando Santoro e Anamaria Fadul (Cortez, 1982). Nesses estudos, há a forte presença de um referencial gramsciano. Dessa forma, se procura romper com a perspectiva frankfurtiana, que, segundo os autores, não permitia ao pesquisador observar nem as “brechas da indústria cultural” nem as formas de organização cultural (comunicacional, sobretudo) contra-hegemônica da sociedade civil, porque restringia a análise à reprodução da ideologia dominante.

Nos estudos sociológicos da comunicação, a matriz frankfurtiana ainda era dominante, mas trabalhos como *Por trás das ondas da rádio nacional*, de Miriam Goldfeder (Paz e Terra, 1980) reconheceram a importância das obras de Antonio Gramsci e de Pierre Bourdieu ao permitirem entender a comunicação para além dos processos ideológicos de reificação da satisfação da produção e do consumo culturais.

Nesse momento, outro tipo de estudo começou a se configurar no campo da comunicação, mais próximo da economia política. Esse foi o caso alguns trabalhos de Ciro Marcondes Filho: *O discurso sufocado* (Loyola, 1982) e *Imprensa e capitalismo* (Kairós, 1984), nos quais são abordadas formas alternativas de produção e organização da comunicação jornalística, mesmo afirmando que os jornais são resultados do capitalismo financeiro e comercial. No Brasil, essa modalidade de estudo está diretamente relacionada ao desenvolvimento de sistemas de comunicação que passam a se consolidar como indústrias culturais especialmente durante o regime militar. Dentro de uma perspectiva crítico-marxista, temas como a reestruturação do capitalismo e sua inserção no sistema mundial, promovidas pelo regime militar, o papel estratégico das comunicações na constituição de um conceito de nação e a necessidade de integração dos mercados estiveram presentes em estudos como *Comunicação de massa sem massa* (Cortez, 1980) e *Televisão e capitalismo no Brasil* (LPM, 1982), de Sergio Capparelli, um dos pioneiros na economia política da comunicação no Brasil.

Por sua vez, Muniz Sodré escreveu novos livros sobre a gestão do imaginário produzida pelos sistemas midiáticos. Em *A verdade seduzida* (Codecri, 1983), ele defendeu a ideia de que os meios de comunicação de massa são simbólicos, por incorporarem e substituírem o próprio referente. Aproximando Pierce do repertório marxista e da antropologia do imaginário de Gilberto Durand, ele afirma que esse processo servia como um dispositivo de controle dos antagonismos culturais no Brasil. Nesse livro, a comunicação não é central. A questão é a discussão do conceito de cultura brasileira diante dos referenciais “negro” e “branco”. Já em *A máquina de Narciso* (Cortez, 1984), a televisão retornou ao centro da análise. O autor utilizou a expressão *teletrealidade* para designar uma outra e nova dimensão constitutiva da

sociabilidade contemporânea, configurada por palavras, imagens e sons técnicos que possibilitam um modo de realidade desterritorializado, global, desmaterializado, em tempo real.

Nesse momento, outra abordagem sobre a televisão aparece no livro *Televisão: as Imagens e os Sons: no Ar, o Brasil*, Carlos Alberto Messeder e Ricardo Miranda (Brasiliense, 1983), no qual os autores discutem as formas de representação do nacional e do popular na televisão. Enquanto Muniz Sodré estava preocupado em entender a televisão como nova mídia tecno-mercantil, Messeder e Miranda se interessaram em analisar a televisão como espaço simbólico da constituição de imagens da nação.

A reflexão sobre as imagens técnicas, especialmente, sobre o cinema e a fotografia permeou os livros de Ismail Xavier e Arlindo Machado dessa época. O primeiro escreveu, entre outros, *Sertão Mar: Glauber Rocha e a estética da fome* (Brasiliense, 1983), *Sétima arte: um culto moderno* (Perspectiva, 1978), *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência* (Paz e Terra, 1977) e *D. W. Griffith: o nascimento de um cinema* (Brasiliense, 1983). Já o segundo escreveu, entre outros, *Eisenstein: geometria do êxtase* (Brasiliense, 1983) e *A ilusão especular* (Brasiliense, 1984).

Os estudos semióticos na comunicação, como sabemos, estavam presentes na fundação do campo nos anos 1970, com os trabalhos de Décio Pignatari, que continuou produzindo na década seguinte. *Signagem da Televisão* (Brasiliense, 1984) é um exemplo. Lucia Santaella, também do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, publicou *Produção de Linguagem e Ideologia* (Cortez, 1980), *Arte e cultura: equívocos do elitismo* (Cortez, 1982) e *O que é semiótica?* (Brasiliense, 1983).

Nesse conjunto de trabalhos, a comunicação, especialmente a fotografia e o cinema, são estudadas como *arte*. Ignorando a dimensão da produção capitalista das formas artísticas, esses livros concentram a sua abordagem na análise imanente de signos, bastante cara à semiótica pierciana, mas também à análise fílmica de matriz formal-estruturalista. A análise ideológica de filmes era mais comum no trabalho de Paulo Emílio Salles Gomes e de Jean-Claude Bernardet, por exemplo.

Nesse período, se consolidou o que nos parece ser uma tendência nos estudos da comunicação: o *presentismo*. Existia uma disposição para estudar os fenômenos comunicacionais enquanto eles estavam acontecendo ou quando tinham acabado de acontecer. Em outros termos, em geral, os estudos da comunicação desse momento trabalham numa *curta duração*, mais restrita aos eventos contingentes do que aos estruturais. Não foi à toa, por exemplo, que houve um grande número de estudos sobre a televisão. Naquele momento, o veículo estava se consolidando como a principal mídia do país, ampliando seu alcance nacional. Isso orientou muitas pesquisas e livros, realizados para entender um fenômeno em

curso: a consolidação da televisão no mercado de bens culturais, o seu impacto no comportamento social, a sua forma específica de significação ou sua maquinaria tecno-simbólica de construção de realidades e identidades.

O parecer 1.203, de 1977, e o parecer de número 2, de 1978, após a instalação do Conselho Federal de Educação (CFE), determinavam uma nova estrutura para o curso de comunicação social, que passaria a contar com as seguintes habilitações: jornalismo, relações públicas, publicidade, cinema e rádio e TV. Essas duas últimas habilitações eram novidades, assim como a exclusão de editoração. Isso, de certa forma, começou a aproximar do estudo da comunicação especialmente o cinema, que nos estudos do período fundador não era considerado.

A pujança das questões do presente no campo da comunicação, portanto, ficou evidente na própria reestruturação das habilitações do curso de comunicação, observando a centralidade do audiovisual como dispositivo midiático. Isso, acreditamos, apenas foi possível num momento em que a televisão, sobretudo, se consolidava como principal mídia no mercado. Para além de ter sido importante no projeto do regime militar de integração nacional, a televisão era um campo de atuação profissional em expansão.

Do ponto de vista da estrutura do curso, no entanto, pouco mudou. Era exigido um tronco comum com matérias de *fundamentação humanística geral* (Problemas Socioculturais e Econômicos, Sociologia, Psicologia, Antropologia Cultural, Cultura Brasileira, Língua Portuguesa), de *fundamentação específica* (Teoria da Comunicação, Comunicação Comparada, Estética e Comunicação de Massa, Sistemas de Comunicação no Brasil) e de *formação profissional* (Técnicas de Codificação, Legislação dos Meios de Comunicação, Técnicas de Produção e Difusão, Técnicas de Administração e Mercadologia). A resolução de número 3, de 1978, fixava esse currículo mínimo como necessário para a obtenção do grau de bacharel em comunicação social (ROXO, 2007: 166-167).

2) O CICLO DEMOCRÁTICO (1985-2010)

a) Da ideologia à cultura (1985-1996)

Com a redemocratização em curso, houve um substancial aumento de estudos que, dentro ou próximo de uma perspectiva gramsciana, procuravam entender as configurações de formas alternativas de comunicação, tais como: *Rádio livres: a reforma agrária no ar*, de Arlindo Machado, Caio Magri e Marcelo Massagão (Brasiliense, 1986); *Comunicação e transição democrática*, organizado por José Marques de Melo (Mercado Aberto, 1985); *Comunicação popular e alternativa no Brasil*, organizado por Regina Festa e Carlos Eduardo Lins da Silva (Paulinas, 1986); e *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*, de Luiz Fernando Santoro

(Summus, 1989). Outros estudos abordaram a questão da comunicação alternativa: *O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza* (Ática, 1986) e *Novas tecnologias da comunicação* (Summus, 1986), organizados por Anamaria Fadul.

Passou a haver, por exemplo, nos livros de Ciro Marcondes Filho, esforços para relativizar o poder dos meios de comunicação de massa na sociedade brasileira. São os casos de *Quem manipula quem?* (Vozes, 1986) e de *A linguagem da sedução: a conquista das consistências pela fantasia* (Perspectiva, 1988). Nesse momento, no entanto, ainda era comum a adoção da perspectiva frankfurtiana, como se pode ver em *Do jornalismo política à indústria cultural* (Summus, 1987), de Gisela Goldenstein, e em *A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro* (Duas Cidades, 1985), de Maria Arminda do Nascimento Arruda.

Trabalhos como *A leitura social da novela das oito*, de Ondina Fachel Leal (Vozes, 1986), com sua pioneira etnografia da audiência, são mais exemplares da nova perspectiva intelectual que ia se delineando. Neste livro, além de Pierre Bourdieu e Antonio Gramsci, foram considerados os trabalhos de Richard Hoggart, Douglas Kellner, John Fiske e John Hartkey, importantes nomes dos Estudos Culturais. Foi uma tentativa de estudar o consumo televisivo, para além da mera passividade. Ainda numa perspectiva culturalista, vale mencionar outro trabalho sobre televisão: o *Circo eletrônico*, de Maria Celeste Mira. O livro – fortemente baseado num referencial bakhtiniano – busca entender o duradouro sucesso do Sílvio Santos e do seu programa de auditório pelas formas seculares da cultura cômico popular mobilizadas pelo apresentador.

Outro trabalho das ciências sociais importante para a comunicação foi o de Renato Ortiz. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural* (Brasiliense, 1988) estudou a questão da indústria cultural a partir do referencial teórico de Pierre Bourdieu (especialmente, a economia dos bens simbólicos). O autor considerou a consolidação da indústria cultural no Brasil mais como uma lógica de organização do mercado de bens culturais do que como um conjunto de procedimentos homogeneizantes da produção e do consumo.

No campo da comunicação, por sua vez, houve esforços coletivos para considerar a comunicação como um circuito cultural envolvendo produção, circulação e consumo. A coletânea *Política e imaginário nos meios de comunicação para massas no Brasil* (Summus, 1985), organizada por Ciro Marcondes Filho, apesar de analisar objetos distintos, partia de um pressuposto, bastante caro aos Estudos Culturais, de que as práticas e representações culturais se dão num circuito (JOHNSON, 1983).

Nesse período, houve um grande destaque para a análise do discurso no campo da comunicação, especialmente devido às contribuições de Milton José

Pinto e Antonio Fausto Neto nesse campo. Passou a ser publicado um conjunto de livros que tinham como objetivo estudar a rede de sentidos sociais produzidos pelos dispositivos de enunciação presentes, especialmente, em textos e imagens dos meios de comunicação na sociedade brasileira. Adotando já uma perspectiva pós-estruturalista, destacam-se livros como *As marcas linguísticas da enunciação: esboço de uma gramática enunciativa do Português* (Numem, 1994) e *Comunicação e discurso: introdução a análise dos discursos* (Hackers, 1999), ambos de Milton José Pinto; *A encenação dos sentidos* (Diadorim/Compós, 1995), organizado por Sergio Porto, Antonio Fausto Neto e José Luiz Braga; *Comunicação e mídia: um estudo sobre a Aids* (Hackers, 1996), *O impeachment da televisão: como se cassa um Presidente* (Diadorim, 1994) e *Mortes em derrapagens* (Rio Fundo, 1990), os três últimos de Antonio Fausto Neto.

O esforço, aqui, era semelhante ao daqueles estudos de perspectiva culturalista, centrados na obra de Antonio Gramsci e de Pierre Bourdieu. Essa matriz de estudos do discurso se enquadrava naquilo que Milton José Pinto denominou de semiologia dos discursos sociais. Era uma análise dos discursos que não estava exclusivamente orientada e encerrada pela desmontagem da estrutura linguística do texto. Pelo contrário, baseada numa teoria social crítica e por teóricas da linguagem neomarxistas (Mikhail Bakhtin, Norman Fairclough, Jürgen Habermas, Pierre Bourdieu, Antonio Gramsci, Eliseo Véron), está sempre comprometida com a pluralidade histórica, discursivamente construída pelas enunciações, e nunca com o “discurso em geral”, a-histórico e assujeitado. É por isso que ela enfatiza o estudo dos processos de produção de sentido como práticas sociais específicas.

Particularmente no caso de Milton, essa perspectiva significou uma ruptura em sua carreira como pesquisador. Nos anos 1970, ele estava bastante influenciado pelo estruturalismo, especialmente pelos estudos de Roland Barthes, que naquele momento limitava-se a uma análise imanente dos enunciados, entendidos como atualizações de estruturas. Nesse momento, publicou *Análise semântica das línguas naturais* (Forense, 1977) e com Roberto DaMatta e outros *Arte e Linguagem* (Vozes, 1973). Além disso, ele traduziu textos de Roland Barthes, A. J. Greimas e de outros que compuseram *Análise Estrutural da Narrativa: pesquisas semiológicas*, além de ter escrito um texto introdutório.

Por outro lado, a semiologia dos discursos sociais, sistematizada por ele, foi uma abordagem que também refutou os estudos sociológicos da comunicação no Brasil, especialmente daqueles de matriz frankfurtiana, que não analisam os textos e produções midiáticas na sua complexa produção de sentidos, mas como instantâneos reprodutores da ideologia dominante. Essa crítica convivia com outra. Como já vimos, os estudos de recepção insurgentes procuravam novos

referências teóricas para estudar a produção de sentidos no âmbito do consumo midiático e não apenas na produção. Nesse contexto, estabeleceu-se um diálogo próximo com professores da linguística, como Eni Pulcinelli Orlandi, que publicou vários livros muito citados nas pesquisas em comunicação, como *Discurso e leitura* (Cortez/Editora da Unicamp, 1988), *As formas do silêncio* (Editora da Unicamp, 1993), *Gestos de leitura* (Editora Unicamp, 1994), *A linguagem e seu funcionamento* (Pontes, 1996) e *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico* (Vozes, 1996).

O ponto comum entre praticamente todos esses trabalhos foi o rompimento como o paradigma estruturalista. A maioria das pesquisas e reflexões teóricas, desse período, estava preocupada – de uma forma ou de outra – em trazer novamente para o centro do debate questões anteriormente recalcadas, como a subjetividade e a historicidade. No caso dos estudos da comunicação no Brasil, a virada pós-estruturalista esteve bastante associada às promessas do discurso pós-moderno sobre o fim das “grandes narrativas” (das certezas, do sujeito logocêntrico, do progresso, da verdade, das ideologias) e das “filosofias legitimadoras” (iluminismo, liberalismo, marxismo) da modernidade. Nesse contexto, alguns autores europeus se tornaram referências marcantes para os intelectuais brasileiros, que vão assumir seja uma perspectiva pessimista, seja uma mais otimista em relação às novas configurações culturais do mundo contemporâneo. Entre esses autores estão desde clássicos, como Michel Foucault, a outros como Gilles Deleuze, Félix Guattari, Jacques Derrida, Jean François Lyotard, Gilles Lipovetsky, Michel Maffesoli, Paul Virilio e Jean Baudrillard.

A busca pelo entendimento das novas configurações engendradas pela assim chamada pós-modernidade estava presente de inúmeros trabalhos de autores brasileiros, preocupados seja com os aspectos políticos – como *Pós-modernismo e política*, organizado por Heloísa Buarque de Hollanda (Rocco, 1992) –, seja com as relações das novas tecnologias da comunicação com a produção de subjetividades como em *Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual*, de André Parente (Editora 34, 1993), e em *O Inconsciente Artificial*, de Paulo Vaz (Unimarco, 1997).

A ascensão do discurso pós-moderno no campo da comunicação no Brasil se deu num momento da dissolução do socialismo real nos países do Leste Europeu e do avanço do capitalismo neoliberal sob o signo do fenômeno da globalização. Ou seja, era um momento de maior descrença com as perspectivas crítico-marxistas que não serviriam mais para um conjunto de estudiosos que estavam descrentes no socialismo e na luta de classes, não procuram entender a realidade a partir de categorias tidas como universais e totalizadoras como classe, gênero ou etnia, e sim por fluxos, agenciamentos e devires: processos de subjetivação. A emergência desse novo paradigma se deu numa conjuntura de redemocratização do país.

Nesse momento, se intensificou o processo de modernização das indústrias midiáticas, de suas tecnologias, produtos e competências profissionais, a partir dos incentivos à aceleração do consumo e à segmentação social proporcionada, especialmente, pelos governos de Fernando Collor de Mello e de Fernando Henrique Cardoso (SADER, 2009). A política econômica se baseou nas privatizações, na maior abertura ao capital, indústria, tecnologias e produtos estrangeiros, com o objetivo de inserir o Brasil no mercado global (IANNI, 1998).

A globalização levou uma enorme transformação no mercado dos bens simbólicos do Brasil. Houve uma ampliação dos serviços de telecomunicação, com a popularização do videocassete, da telefonia celular, das televisões a cabo e o sistema *pay-per-view* e do computador. Com isso, muitas empresas de comunicação passaram a diversificar os seus negócios, criando novos serviços e produtos. Houve também a ampliação por parte dessas empresas, especialmente das emissoras de televisão, da importação de novos formatos, produtos e serviços (BRITTOS e SIMÕES, 2010). A intensa participação do Estado na economia presente no contexto da ditadura militar fora substituída por preceitos político-econômicos baseados na liberdade individual e nas possibilidades do mercado global do consumo, em detrimento da visão nacional ou regional predominante outrora.

Nessa época de efervescência pós-estruturalista, muitos Programas de Pós-Graduação celebravam a interdisciplinariedade. Nesse momento, havia na comunicação um forte diálogo com outras áreas do conhecimento, como a psicanálise, sobretudo na sua vertente lacaniana, e a literatura, principalmente com a estética da recepção, desenvolvida por autores como Hans Robert Jaus e Wolfgang Iser.

Psicanalistas como MD Magno, Chaim Samuel Katz e Oscar Angel Cesarotto passaram a desenvolver estudos sobre a comunicação baseados em questões da violência, da transgressão, do trauma, do desejo, do tabu. Tomando o pressuposto lacaniano de que o campo do inconsciente é constituído pela linguagem, trabalhos começaram a considerar como objetivo de pesquisa manifestações corporais, verbais ou não verbais, bem como discursos midiáticos, como estruturas semióticas do inconsciente. O olhar psicanalítico sobre a comunicação influenciou um conjunto de estudos. *Televisão e psicanálise*, de Muniz Sodré (Ática, 1987), *Amor, do mito ao mercado*, de André Lázaro (Vozes, 1996), e *Comunicação e psicanálise*, de Jeanne Marie Machado de Freitas (Escuta, 1992) são alguns exemplos.

Nesse contexto de expansão da abordagem pós-estruturalista se, por um lado, houve uma proliferação de trabalhos teóricos no campo da comunicação, por outro, se desenvolveram também trabalhos mais preocupados com a análise da produção midiática em seus mais diferentes gêneros e suportes do que com a “crise de paradigmas” instaurada pela chamada pós-modernidade. Sobre o jor-

nalismo foram publicados livros como *A opinião no jornalismo brasileiro* (Vozes, 1985), de José Marques de Melo, *Intrigas da corte: o jornalismo político das colunas sociais* (Corpo da Letra, 1994), de Murilo Ramos, *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal* (Trajetória Cultural, 1988) e *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro* (Summus, 1991), de Carlos Eduardo Lins e Silva. Já sobre o cinema destacamos *Alegorias do subdesenvolvimento: Cinema Novo, Tropicalismo, Cinema Marginal* (Brasilense, 1993), de Ismail Xavier, e *Ozu: o extraordinário cineasta do cotidiano* (Marco Zero, 1990), organizado por André Parente e Lúcia Nagib. Já sobre o vídeo e novas tecnologias digitais, merecem destaque *Máquina e imaginário* (Edusp, 1993) e *A arte do vídeo* (Brasiliense, 1988), de Arlindo Machado.

Nesse período, ainda houve uma intensificação de estudos interdisciplinares da comunicação com outras áreas, especialmente com a saúde e com educação. Foram publicados, por exemplo, *Comunicação para a saúde: uma experiência brasileira* (Plêiade, 1996), de Wilson da Costa Bueno, e *Comunicação e criatividade na escola* (Edições Paulinas, 1990), de Ismar Oliveira Soares. Além disso, foram desenvolvidos estudos envolvendo diferentes especialidades da comunicação: comunitária, cidadã, organizacional, científica, ambiental, entre outras.

Também passou a ser parte das preocupações a discussão metodológica. Em *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico* (Loyola, 1990), Maria Immacolata Vassallo de Lopes, a partir da análise das dissertações e teses defendidas pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP, ela identificou a insuficiência metodológica dos trabalhos. Para ela, isso repercutia o próprio modo de estruturação do ensino de Comunicação Social no Brasil, caracterizado pela pouca relevância de disciplinas metodológicas para nas concepções dos currículos mínimos da graduação (MOURA, 2002), bem como nos próprios de pós-graduação (ROMANCINI, 2006). Ou seja, a formação nessa área conta obrigatoriamente com uma formação teórica (geral e comunicacional) e a prático-profissional. No entanto, a formação de um campo científico não se faz apenas por teorias e questões comuns, mas também por metodologias. Ou seja, a inexpressiva discussão metodológica fazia com que o próprio sentido epistemológico do campo ficasse comprometido.

O problema da constituição de um objeto para a comunicação, bem como de teorias e metodologias específicas, foi especialmente evidenciado quando a Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) instaurou no biênio 1996-1997 e consolidou nos triênios seguintes um modelo de avaliação dos programas de pós-graduação no Brasil baseado em formas de aferição da qualidade dos cursos oferecidos a partir da inserção internacional, da organicidade entre linhas de pesquisa e os projetos de pesquisa desenvolvidos por docentes e

discentes, da estrutura curricular, das publicações, da estrutura material, física e tecnológica e da qualificação do corpo docente (HORTA e MORAES, 2005). Com essa forma de avaliação, muitos programas de pós-graduação da grande área das Ciências Humanas foram descredenciados. No campo da comunicação, particularmente, começou a haver uma cobrança pela definição do objeto e da pesquisa: pela disciplinarização. Em geral, como vimos, havia uma grande dispersão de abordagens, teorias e objetos, e a comunicação era entendida num sentido bastante elástico, amplo e genérico, cabendo nele, inclusive, a produção midiática em seus diferentes gêneros e suportes, mas também a subjetividade, o inconsciente, o imaginário, o corpo e outras mediações socioculturais.

b) Entre o tecnológico e o cultural (1997-2011)

A tradução de *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (Editora da UFRJ, 1997), de Jesús Martín-Barbero, que tem como objetivo deslocar o tradicional objeto do estudo da comunicação (os “meios”) em prol da análise da comunicação em processo, do movimento social na comunicação, das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, dos lugares que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural dos produtos, das diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais que conformam a produção, a circulação e a apropriação de bens simbólicos (MARTÍN-BARBERO, 1997: 280). Por mais que Martín-Barbero tenha sido enfático no caráter processual da comunicação, suas ideias sobre as mediações repercutiram mais nos estudos da recepção. É o caso exemplar de *Vivendo com a Telenovela: mediações, recepção, teleficionalidade* (Loyola, 2002), de Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Silvia Borelli e Vera da Rocha Resende, no qual as autoras combinam a teoria das mediações de Martín-Barbero ao modelo das múltiplas mediações de Guillermo Orozco Gómez. Desse modo, elas não entendem a recepção como uma etapa do processo comunicacional, mas um processo dinâmico de produção de sentidos.

A influência desse trabalho não se deu apenas na consolidação dos estudos da recepção a partir das mediações socioculturais, mas de um entendimento ampliado de comunicação a partir da cultura. Assim, por exemplo, estudos das narrativas e discursos midiáticos passaram a contar com a análise das matrizes culturais que estão sendo apropriadas e reatualizadas em determinado processo comunicacional, bem como configuram processos de identificação e diferenciação no cotidiano da sua produção e do seu consumo.

Nesse momento, outra referência importante dos Estudos Culturais latino-americanos foi Néstor García Canclini. Seu livro *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização* (Editora da UFRJ, 1995), foi amplamente utilizado no campo da comunicação, abrindo a possibilidade de estudar o “consumo cultural” como um lugar de exercício da cidadania e de constituição das

identidades e diferenciações. Por sua vez, *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade* (Edusp, 1997) encontrou ressonância no campo da comunicação por dois motivos principais: pelo estudo das hibridações dos sistemas culturais (popular, massivo e erudito) no contexto da globalização e pela análise das articulações entre o tradicional, o moderno e o pós-moderno no campo cultural latino-americano, caracterizado pelo seu intenso hibridismo.

Na consolidação da perspectiva dos estudos culturais no campo da comunicação, foi importante a publicação de *A identidade cultural na pós-modernidade* (DP&A, 1997) e de *Da Diáspora: identidade e mediações culturais* (Editora da UFMG, 2003), ambos livros do Stuart Hall, amplamente citados pelos pesquisadores brasileiros. A partir dessas publicações, temas resultantes do processo de globalização e da chamada pós-modernidade como interculturalidade, transculturalidade, comunidade e multiculturalismo se tornaram recorrentes em estudos da comunicação, como em *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo* (Vozes, 1998), de Raquel Paiva, e em *Cinema, globalização e interculturalidade* (Argus, 2010), organizado por Denilson Lopes e Andréa França. Muitas dessas análises também têm como referência, entre outras, a obra de Arjun Appadurai.

O multiculturalismo também é um tema caro para o norte-americano Robert Stam, que há anos mantém um profícuo diálogo com estudiosos do áudio-visual brasileiro, como João Luiz Vieira, Ismail Xavier e outros. Aplicando o universo teórico de Mikhail Bakhtin às pesquisas sobre cultura de massa, Stam publicou no Brasil livros como *Introdução à Teoria do Cinema* (Papirus, 2006), *A Literatura através do Cinema: realismo, magia e a arte da adaptação* (Ed. UFMG, 2009), *Crítica da Imagem Eurocêntrica: multiculturalismo e representação* (com Ella Shohat, Cosac & Naif, 2006), *Multiculturalismo Tropical: uma história comparada da raça na cultura e no cinema brasileiro* (com Paulo, Fernando Simão Vugman, Edusp, 2008).

A influência dos estudos culturais fez com que, no campo da comunicação, houvesse uma tendência de entender a comunicação como cultura, ou seja, como parte do conjunto de estruturas, discursos, estéticas, poderes, ações e mediações socioculturais. Desse modo, novos diálogos foram estabelecidos, especialmente com a sociologia e antropologia urbanas, com a teoria literária e com a estética. Assim, um conjunto de estudos foi realizado sobre um conjunto de temas: novas formas de sociabilidade e produções culturais engendradas no cenário urbano e suas relações com as indústrias, tecnologias e discursos midiáticos, como em *Abalando os anos 90: funk e hip hop*, organizado por Micael Herschmann (Rocco, 1997), e em *O funk e o hip-hop invadem a cena*, do mesmo autor (Editora da UFRJ, 2000); reflexões sobre narrativas midiáticas e o cotidiano, como em *Narrativas televisivas: programas populares na TV*, organizado por Vera França (Autêntica, 2006); sobre as novas estéticas da comunicação no contexto contemporâneo,

como em *O choque do real: estética, mídia e cultura* (Rocco, 2007), de Beatriz Jaguaribe, em *A delicadeza: estética, experiência e paisagens* (Editora da UnB, 2007) e em *O império do grotesco* (Mauad, 2002), de Raquel Paiva e Muniz Sodré; e sobre as formas de engajamento juvenil mediadas pelas tecnologias da comunicação, como em *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano* (Mauad, 2007), de João Freire Filho.

Ainda no campo dos estudos culturais, vale citar trabalhos como *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*, de Ana Carolina Escosteguy (Autêntica, 2001), *Comunicação e Recepção*, de Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks (Hacker Editores, 2005), *Mercadores de sentido: consumo de mídia e identidades juvenis* (Sulina, 2007), de Veneza Ronsini, *Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media*, de Itania Gomes (E-Papers, 2007) e *Jovens na cena metropolitana: percepções, narrativas e modos de comunicação*, coordenado por Silvia Borelli (Paulinas, 2009).

Além desses, consolidaram-se estudos das representações culturais, seja da identidade nacional, como em *Imagens do Brasil na Televisão Fechada*, de Lavina Madeira Ribeiro (Editora Casa das Musas, 2010), seja da etnia, como em *Aqui ninguém em branco*, de Liv Sovik (Aeroplano, 2009), seja de gênero, como em *Política: palavra feminina*, de Raquel Paiva (Mauad, 2008).

Dentro da perspectiva dos estudos culturais, nesse momento, também houve uma reabilitação da teoria crítica, reconhecendo nela a importância para uma mudança de foco da produção para o consumo e os processos de mudança socio-cultural. Uma importante referência para a sedimentação dessa consideração foi *A cultura da mídia* (EDUSC, 2001), de Douglas Kellner, e a sua proposição de uma abordagem multiperspectivística, combinando a análise da produção e da economia política dos textos, do texto propriamente dito, da recepção e de seu uso. Nesse contexto, houve, por exemplo, a revisitação da noção de “sociedade do espetáculo” de Guy Debord.

Os estudos da economia política da comunicação, que começaram a se consolidar nos anos 1980, apresentaram, a partir dos anos 1990, uma grande expansão. Especialmente dedicada ao estudo da televisão, essa área passou a analisar as novas tecnologias da comunicação, as políticas públicas, as relações de mercado, os novos negócios das indústrias midiáticas e o coronelismo eletrônico em livros como *Às margens da estrada do futuro: comunicações, políticas e tecnologias* (Editora da UnB, 2000), de Murilo César Ramos, *Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas* (Paulus, 2007), organizado por Suzy dos Santos e Murilo César Ramos, *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia* (Paulus, 2005) e *A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes*, organizados por Valério Cruz Brittos e César Bolaño (Paulus, 2007).

A comunicação e política é outra vertente forte de pesquisa no Brasil, que se consolidou a partir do processo de redemocratização do país, especialmente a partir das eleições diretas de 1989. O contexto de institucionalização desse campo de investigação se caracterizou por profundas transformações nas práticas política que se tornaram profundamente mediadas pelos meios de comunicação, o que será justamente o objeto de reflexão desses estudos. São exemplos dessa abordagem os livros: *Mídia, eleições e democracia*, organizado por Heloíza Matos (Scritta, 1994), *Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão*, de Afonso Albuquerque (UFF, 1999), *Comunicação e espetáculo da política*, de Maria Helena Weber (UFRGS, 2000), *Comunicação e Política*, de Albino Rubim (Hacker, 2001), *Mídia: teoria e política*, de Venício Lima (Perseu Abramo, 2001), *Imprensa e Poder*, organizado Luiz Gonzaga Motta (EdUnB, 2002), *Transformações da política na era da comunicação de massa*, de Wilson Gomes (Paulus, 2004) e *A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*, de Alessandra Aldé (FGV, 2004). Nesse debate, tem sido significativa a contribuição de alguns historiadores, como Fernando Lattman-Weltman, Alzira Alves de Abreu e Mônica Kornis, que juntos organizaram o livro *Mídia e Política no Brasil* (FGV, 2003).

A pesquisa sobre jornalismo também se fortaleceu nesse contexto. Esse campo de estudos apresenta uma diversidade de perspectivas teóricas e variedade de objetos de estudos, como é possível perceber pelo título de alguns livros: *O Conhecimento do Jornalismo*, de Eduardo Meditsch (EDUFSC, 1992), *O Jornalismo no Cinema*, de Christa Berger (UFRGS, 2002), *Textuações*, de Fernando Resende (Annablume, 2002), *O Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas*, de Elias Machado (Calandra, 2003), *A Fabricação do Presente*, de Carlos Eduardo Franciscato (Editora UFS, 2005), *A Linguagem do Telejornal*, de Beatriz Becker (E-papers, 2005), *60 anos de Telejornalismo no Brasil*, organizado por Alfredo Vizeu, Flávio Porcello e Iluska Coutinho (Insular, 2010), *Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo*, de Itania Gomes (EDUFBA, 2011), *Regimes de Visibilidade em Revista*, de José Luiz Aidar (PUC-SP, 2011).

No contexto da globalização, além das novas configurações observadas do ponto de vista *culturalista* e/ou *político-economicista*, foram trabalhados os arranjos da rede e das tecnologias digitais como parte do processo de crise da representação, produzindo uma indistinção entre o falso e o verdadeiro, e das “grandes narrativas” da modernidade, como em *O virtual e o hipertextual*, de André Parente (Pazulin, 1999). Neste livro, os trabalhos de Paul Virilo e de Gilles Deleuze são fundamentais para o entendimento da virtualização na sociedade contemporânea agenciado pelas novas tecnologias.

Começaram, então, a se consolidar estudos da cibercultura que ora enfatizam as transformações na sociabilidade engendradas pelas novas tecnologias e

dispositivos de comunicação, como em *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*, de André Lemos (Sulina, 2002), e em *Redes sociais na internet* (Sulina, 2009), de Raquel Recuero, ora abordam as transformações da participação cidadã no contexto da sociedade em rede, como em *Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída*, organizado por Henrique Antoun (Mauad, 2008), ora analisam os imaginários mitológicos associados às tecnologias digitais, como em *A religião das máquinas: ensaios sobre o imaginário da cibercultura*, de Erick Felinto (Sulina, 2005), ora consideram os novos processos de subjetivação e espetacularização agenciados pelos dispositivos digitais de comunicação, como em *O show do eu: a intimidade como espetáculo*, de Paula Sibilia (Nova Fronteira, 2008), ora apresentam e exercitam perspectivas teórico-metodológicas como em *Métodos de pesquisa na internet*, de Adriana Amaral, Raquel Recuero e Suely Fragoso (Sulina, 2011), e em *Estendendo McLuhan: da aldeia à teia global* (Sulina, 2011), de Vinicius Andrade Pereira.

Valendo-se da obra de Gilles Deleuze, as tecnologias da comunicação foram estudadas nos modos como engendram novos processos de subjetivação na sociedade de controle, seja na cidade, como em *Jornadas Urbanas: exclusão, trabalho e subjetividade nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro* (Editora da FGV, 2007), seja na produção artística, como em *Nosso século XXI: notas sobre arte, técnica e poderes* (Relume-Dumará, 2000), ambos de Janice Caiafa, seja na imbricação com dispositivos de vigilância, como em *Vigilância e visibilidade: espaço, tecnologia e identificação* (Sulina, 2010), organizado por Fernanda Bruno, Marta Kanashiro e Rodrigo Firmino, seja nas novas configurações do corpo, como em *Em nome do corpo*, de Nízia Villaça e Fred Góes.

Por sua vez, em *Antropológica do Espelho* (Vozes, 2002), Muniz Sodré estudou constituição de uma ambiência tecno-mercantil no contexto daquilo que ele definiu como *mediatização*: a forte tendência à telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação. Essa nova forma de atividade organizadora da interação social é um novo *bios*, em que predominam as medições engendradas pelas organizações empresariais e um tipo particular de interação – a “tecno-interação” – caracterizada como uma *prótese* tecnológica e mercadológica da realidade sensível própria do capitalismo contemporâneo. O autor também estudou a mediatização da política em *As estratégias sensíveis: mídia, afeto e política* (Vozes, 2006), mas também da própria cidade do Rio de Janeiro, imersa à experiência televisiva, em *Cidade dos artistas* (Mauad, 2004), em parceria com Raquel Paiva.

Outro conjunto de estudos que se destacou na análise da experiência estética em produtos, tecnologias e processos audiovisuais, analógicos e/ou digitais:

Pré-cinemas e Pós-cinemas (Papirus, 1997) e *A Televisão Levada a Sério* (Editora do Senac, 2000), ambos de Arlindo Machado, *O olhar e a cena* (Cosac & Naify, 2003), de Ismail Xavier, *O documentário de Eduardo Coutinho: televisão, cinema e vídeo* (Zahar, 2004), de Consuelo Lins, e *Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro*, organizado por Yvana Fechine e Alexandre Figueirôa (Cepe, 2008).

Nesse momento, foram realizados ainda estudos que tratam das relações existentes entre a narrativa e os dispositivos midiáticos, especialmente o cinema e o jornalismo, como *Narrativa e modernidade* (Papirus, 2000), de André Parente, *Notícias do fantástico* (Editoras Unisinos, 2006) e *Narratologia: análise da narrativa jornalística* (Casa das Musas, 2005), de Luiz Gonzaga Motta, e *A narração do fato* (Vozes, 2009), de Muniz Sodré.

Se é verdade que os estudos da comunicação sempre privilegiaram a contemporaneidade, também é verdade que, nos últimos anos, tem crescido significativamente o número de trabalhos que se dedicam a uma perspectiva histórica dos meios e que também refletem sobre a questão da memória e mídia. São muitos os exemplos de abordagens desse tipo, mas – pela abrangência e qualidade das reflexões – citamos dos dois volumes do livro *História cultural da imprensa*, de Marialva Barbosa (Mauad X, 2007 e 2010). A mesma autora escreveu também *Percursos do olhar: comunicação, narrativa e memória* (EDUFF, 2007).

Mais uma vez, podemos encontrar no próprio contexto a explicação para o crescimento desse tipo de trabalho. Do ponto de vista institucional, é claro que o surgimento de entidades como a ALCAR (Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia) estimularam a consolidação desse campo de investigação. Mas a associação é, a nosso ver, mais sintoma do que causa do desenvolvimento das pesquisas na área. É possível imaginar que o fortalecimento das narrativas históricas e dos estudos sobre memória reflete algo maior: aquilo que alguns autores têm chamado de “desejo de compensação”, uma espécie de efeito contraditório causado pelas transformações aceleradas da própria contemporaneidade. A base de tudo seria a vontade de ancorar um mundo em crescente mobilidade e de encontrar elementos mais sólidos e concretos que possam servir de referência simbólica para os sujeitos e suas identidades, cada vez mais cambiantes.

É interessante observar que é neste mesmo cenário que vemos a comunicação buscar uma identidade como área e, ao mesmo tempo, se dispersar numa imensa variedade de subdisciplinas, que lutam por legitimidade e institucionalização. Depois da criação de associações de pesquisa mais generalistas como a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em 1977, e a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), em 1992, foram sendo criadas outras entidades a partir de subcampos e especialidades vigentes na comunicação no Brasil, tais como a

Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (SOCINE), em 1996; a Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (FOLKCOM), em 1998; o Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual (FORCINE), em 2000; a Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR), em 2001; a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), em 2003, o Capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC – Brasil), em 2004; o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), em 2005; a Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP), em 2006; a Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), em 2006; e a Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (COMPOLÍTICA), em 2006.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Marialva. Paradigmas de construção do campo comunicacional. In: WEBER, Maria Helena Weber; BENTZ, Ione e HOHLFELDT, Antonio. (org.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- BERGER, Christa. Jornalismo na comunicação. In: WEBER, Maria Helena. et al. (orgs.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre, Sulina: 2002.
- BLOCH, Marc. **Apologia da História: ou ofício de historiador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- BRAUDEL, Fernand. História e ciências sociais. A longa duração. In: **Escritos sobre a história**. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- BRITTOS, Valério e SIMÕES, Denis. A reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marco (org.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.
- DIAS, Osni Tadeu. Vitorino Prata Castelo Branco, autor do primeiro manual de jornalismo. In: MELO, José Marques de (org.). **Imprensa Brasileira - personagens que fizeram história**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2005.
- DIAS, Samia Cruanes de. A criação da habilitação Publicidade e Propaganda no Brasil. In: I Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2003.
- DORNELLES, Beatriz. História Social da Imprensa. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v. 41, p. 32 - 32, 2003.
- FERREIRA JUNIOR, Amarílio e BITTAR, Marisa. Educação e ideologia tecnocrática na ditadura militar. In: **Cadernos do CEDES (UNICAMP)**, v. 28, p. 333-355, 2008.

- FRANÇA, Vera. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: FRANÇA, Vera; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz (orgs.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- IANNI, Octávio. As ciências sociais na época da globalização. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, vol. 13, n. 37, 1998.
- JOHNSON, Richard. What is cultural studies anyway?. In: *Anglistica* 26, n. 1–2, 1983.
- LIMA, Venício. Repensando as Teorias da Comunicação. In: MELO, José Marques de (org). **Teoria e Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Intercom/Cortez, 1983.
- LOPES, Dirceu Fernandes. Formação de jornalistas: sete propostas à procura da prática. In: **Leopoldinaum** - Revista de Estudos e Comunicações da Universidade Católica de Santos, Santos, v. 1, n. 57, p. 09-16, 1994.
- LOPES, Maria Immacolta Vassallo de. A institucionalização dos estudos de Comunicação no Brasil. In: LOPES, Maria Immacolta Vassallo de; BUONANNO, Milly (orgs.). **Comunicação no Plural - Estudos de Comunicação no Brasil e na Itália**. São Paulo: Educ e Intercom, 2000.
- MACHADO, Elias. Dos estudos do jornalismo às Teorias do Jornalismo: três pressupostos para a consolidação do jornalismo como campo de conhecimento. **E-Compós** (Brasília), Brasília, v. 1, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- MARTINO, Luiz. O que foi teoria da comunicação? Um estudo da bibliografia entre 1967-1986. In: **Revista de Comunicação Midiática**, vol. 6, n.1, 2011.
- MELO, José Marques de. Costa Rego, o primeiro catedrático de jornalismo no Brasil. **Intercom - Revista Brasileira de Comunicação**, São Paulo, v. 1, p. 79-117, 2000.
- FONTES, Virgínia Maria e MENDONÇA, Sonia. **História do Brasil recente: 1964-1992**. São Paulo, Ática, 1996.
- MOURA, Cláudia Peixoto de. **O Curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.
- NUNES, Clarice. As políticas públicas de educação de Gustavo Capanema no Governo Vargas. In: BOMENY, Helena (org.). **Constelação Capanema: intelectuais e políticas**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2001.

NUZZI, Erasmo de Freitas. 40 anos de ensino do Jornalismo no Brasil: relato histórico. In: KUNSCH, Margarida Krohling. **O ensino de comunicação: análises, tendências e perspectivas futuras**. São Paulo: ABECOM/ECA-USP, 1992.

OLIVEIRA, Michelle Roxo de. **Sobre fronteiras no jornalismo: o ensino e a identidade profissional**. Tese de doutorado em Comunicação, Niterói, UFF, 2011.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

PORTO, Sergio. Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade de Brasília(UnB),Brasil: Uma formação teórico-prática e política do comunicador. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 12, p. 1, 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

SADER, Emir. **A nova toupeira: os caminhos da esquerda latino-americana**. São Paulo: Boitempo, 2009.

ROMANCINI, Richard. **O campo da Comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico**. Tese de doutorado em Ciências da Comunicação. São Paulo: ECA/USP, 2006.

ROXO, Marco. **Jornalistas Pra quê? Militância Sindical e o Drama da Identidade Profissional**. Tese de doutorado em Comunicação. Niterói: UFF, 2007.

_____. Sindicato e corporativismo: a trilha da identidade profissional no Brasil. **UNirevista** (UNISINOS. Online), v. vol 1, p. 1-14, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. Petrópolis: Editora Vozes, 1972.

_____. **O social irradiado: violência urbana, neogrotesco e mídia**. São Paulo: Cortez, 1992.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e Espetáculos da Política**. Porto Alegre: Editora da Universidade/ UFRGS, 2000.

WERNECK VIANNA, Luiz Jorge e CARVALHO, Maria Alice Rezende de. As Ciências Sociais no Brasil: a formação de um sistema nacional de ensino e pesquisa. In: **BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, v. 40, p. 27-63, 1995.

II – HISTÓRIA REGIONAL

Região Norte



MEMÓRIA DA HISTÓRIA DO CAMPO COMUNICACIONAL NO NORTE DO BRASIL *

Maria Ataíde Malcher
Suzana Cunha Lopes
Fernanda Chocron Miranda
Vanessa Brasil de Carvalho
Manuella Vieira Reale

O século XX é o contexto de institucionalização dos estudos em comunicação no Brasil. Com a multiplicação dos meios de comunicação de massa e sua crescente participação na vida social, o interesse e a necessidade de investigarmos os impactos midiáticos na sociedade ganham proporção (FRANÇA, 2001).

Marques de Melo (2003) esquematiza o processo de formação de um campo de estudo específico da comunicação em três etapas. Em um primeiro momento, acontece o que o pesquisador chama de “legitimação empírica”, ou seja, profissionais e pesquisadores congregaram os conhecimentos produzidos e vivenciados na prática da Comunicação em manuais, livros e outras publicações que contenham reflexões críticas sobre tais realidades comunicacionais.

A segunda etapa de construção do campo da comunicação foi a “assimilação universitária”, quando, “pressionadas pelo mercado, pelo Estado e pela sociedade civil, as universidades admitem essas novas formas de saber [os estudos sobre comunicação] e as convertem em cursos profissionais ou as privilegiam como objetos de pesquisa” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 40).

*A pesquisa, que apresenta a sistematização de dados inéditos, para este capítulo, foi realizada por um grupo de pesquisadoras liderado por uma professora doutora e composto por mestrandas, bolsistas CAPES, do Programa de Pós-Graduação “Comunicação, Cultura e Amazônia” e por uma bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq, todas integrantes fazendo parte da Universidade Federal do Pará (UFPA). É importante destacar, também, que a pesquisa só pôde ser efetivada por ter contado com pesquisadores distribuídos em vários estados do norte que atenderam à solicitação de informações demandadas pela equipe. Maria Ataíde Malcher é Doutora em Comunicação (USP) e Professora da Universidade Federal do Pará (UFPA). Email: ataidemalcher@uol.com.br.

Por fim, a terceira fase apontada por Marques de Melo (2003) é o “reconhecimento acadêmico”, caracterizado pela criação de programas fixos de ensino e pesquisa, especialmente, programas de pós-graduação, com o objetivo de formar pesquisadores, que posteriormente se congregam em comunidades científicas de âmbito internacional e nacional.

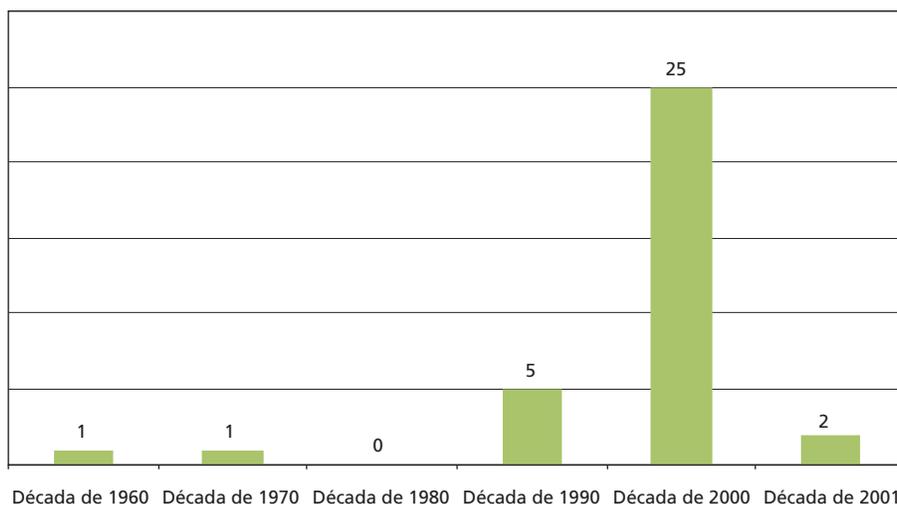
A Região Norte⁵¹ não está excluída dessa lógica. Neste capítulo, refletiremos, especificamente, sobre as duas últimas etapas acima relacionadas, mostrando o contexto do desenvolvimento dos cursos de graduação e pós-graduação em comunicação nessa parte do país. Inicialmente, abordaremos, em uma linha do tempo, a “assimilação universitária” da comunicação. Posteriormente, traremos a discussão do “reconhecimento acadêmico” por meio da pós-graduação. Em complementaridade, mostraremos, ao final, o movimento recente de participação do Norte em comunidades científicas nacionais e internacionais.

Os “jovens” cursos de Comunicação Social no Norte

A linha do tempo da criação de cursos universitários de comunicação social na região Norte é representada no Gráfico 1 a seguir.

GRÁFICO 1

Número de cursos de Comunicação Social criados na Região Norte por década



51. A Região Norte é uma das cinco regiões que fazem parte da divisão territorial oficial do espaço geográfico brasileiro e é composta de sete estados: Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins. É comum relacionar a Região Norte à Amazônia Brasileira, contudo, é importante registrar que essa segunda demarcação é mais abrangente que a primeira, incluindo, além dos sete estados do Norte, parte do Mato Grosso (Centro-Oeste) e do Maranhão (Nordeste).

Os primeiros dois cursos de graduação em comunicação social no Norte são da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) e da Universidade Federal do Pará (UFPA) e foram criados, respectivamente, em 1969 e em 1976. Ainda que com uma diferença de mais de 30 anos em relação ao primeiro curso de comunicação social no Brasil⁵², a formação de graduações em comunicação no Norte seguiu as tendências industrial, profissional e cívica (MARQUES DE MELO, 2003) nacionais.

A demanda dos primeiros cursos do Norte, no contexto de ditadura militar na década de 1970, estava associada à defesa e ao crescimento econômico do país. A política de ocupação territorial dos governos militares foi responsável pela implantação dos chamados “Grandes Projetos”⁵³ na Amazônia, cujo objetivo era integrar a região ao país. Contudo, o “desenvolvimento” não chegou, pois, como aponta Mello (2007), a região vivenciou apenas

os modelos de intervenção baseados em fundamentos exógenos de desenvolvimento, inspirados num paradigma de economia de fronteira prioritariamente agro-exportador, segundo o qual o desenvolvimento seria resultado tão-somente da crescente incorporação de terras e recursos naturais às necessidades ditadas pelas demandas conjunturais do mercado nacional e mundial (MELLO, 2007, p.57).

Não foi à toa, então, que os militares criaram os primeiros cursos de comunicação social no Norte vinculados a universidades federais concentradas nos estados do Amazonas e do Pará, principais alvos dos investimentos desse modelo econômico. Estratégicas para o governo, essas graduações tinham o objetivo de formar os profissionais liberais da área da comunicação e, ao mesmo tempo, ter certo controle sobre eles. Paralela à assimilação universitária da formação de jornalistas, por exemplo, aconteceu a regulamentação desses profissionais em 1969, de acordo com Romancini e Lago (2007, p.121).

Nessa época, os governos militares, tomando a comunicação como instrumento de persuasão, configuraram o caráter dos cursos de comunicação que foram criados. A ideia era fornecer técnicas e práticas que qualificassem os profissionais de comunicação a reproduzir e garantir a “ordem”. Isso explica, possivelmente, o privilégio que os currículos dos cursos – ainda hoje – dão a conteúdos práticos, em detrimento do aprofundamento teórico, reproduzindo uma visão mecanicista da comunicação.

Na década de 1980, o fim do governo militar e o conturbado processo de redemocratização do país refletiram na estagnação da criação de cursos de

52. O primeiro curso permanente de Comunicação Social no Brasil, voltado para o Jornalismo, foi criado em 1947 e mantido pela Fundação Cásper Líbero em convênio com a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (MARQUES DE MELO, 2008).

53. Como define Pandolfo (1994, p. 90), são um conjunto de “numerosos empreendimentos empresariais, alguns de grande porte, principalmente nos setores da mineração, energético, industrial e de serviços”.

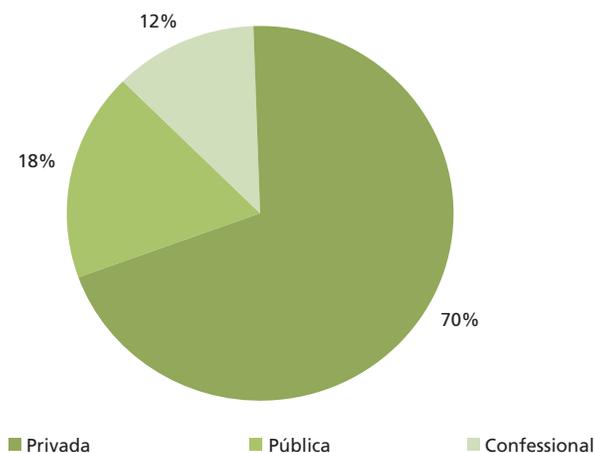
comunicação social no Norte. Como vimos no Gráfico 1, não há registro de novos cursos nesse período. Contudo, não podemos deixar de refletir sobre os impactos da nova política nacional de educação que se desencadeou a partir da Constituição de 1988 e que influenciou o contexto subsequente de institucionalização dos estudos em comunicação na região.

A noção de universidade que conhecemos hoje – autônoma e com ações de ensino, pesquisa e extensão indissociáveis – é fruto da Carta Magna de 1988 (NORONHA, 2008). Apesar dos avanços em relação ao modelo militar de ensino superior, muitas lacunas foram deixadas pela nova Constituição. Faltava uma regulamentação mais evidente, principalmente, em relação ao financiamento do ensino superior público e à “promoção de uma educação humanística, científica e tecnológica no país” (NORONHA, p. 103).

As críticas levaram ao lançamento da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), em 1996, que passou a definir as universidades pela pluridisciplinaridade de seus cursos e pela qualificação e produtividade de seus docentes. Novas possibilidades jurídicas culminaram na proliferação dos Centros Universitários, Faculdades Integradas e Institutos Superiores de Educação privados. Se, por um lado, expandiu-se a oferta de vagas no ensino superior, por outro, como enfatiza Noronha (2008), desvinculou-se o ensino da pesquisa e da extensão, “o que consolidou a valorização do diploma universitário como meio de ascensão social em detrimento da qualificação profissional, da educação científica e da formação da cidadania” (NORONHA, 2008, p. 107). Estas missões ficaram restritas às universidades públicas.

Esse é o contexto que explica o fenômeno evidenciado também no Gráfico 1 de proliferação de cursos de comunicação social, iniciando na década de 1990 e acentuando-se nos anos 2000. O monopólio público de formação em comunicação no Norte encabeçado pela UFAM e pela UFPA, que durou pouco mais de 20 anos, foi quebrado pela criação de 33 graduações na última década do século XX e nos primeiros 11 anos do século XXI. A natureza dos cursos é verificada no Gráfico 2.

GRÁFICO 2

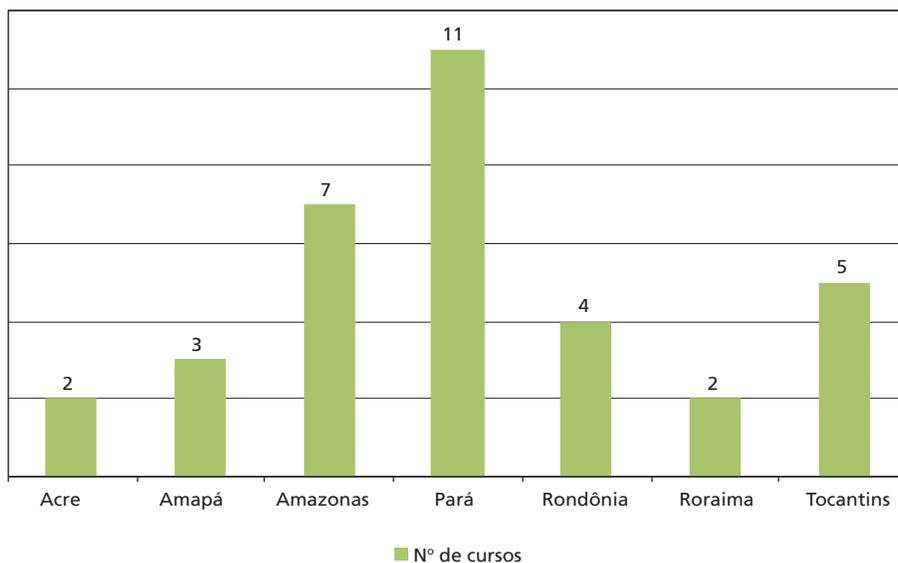
Distribuição dos cursos de Comunicação Social do Norte pela natureza das instituições

Apesar do ensino de comunicação no Norte ser majoritariamente privado, é interessante registrar que o pioneirismo dos cursos é das instituições públicas em quase todos os estados, à exceção do Amapá (AP) e de Rondônia (RO).

Outro fenômeno observado na região é que a desigualdade histórica dos investimentos, concentrados nos estados do Amazonas e do Pará, reflete-se na distribuição também desigual dos cursos de graduação e, como veremos posteriormente, dos programas de pós-graduação na área. O Gráfico 3 ilustra esse quadro.

GRÁFICO 3

Distribuição dos cursos de Comunicação Social entre os estados do Norte



A fim de compreendermos melhor esse cenário, realizamos uma pesquisa exploratória nas instituições do Norte que oferecem cursos de comunicação social, que hoje (2011) totalizam 34, nas diversas habilitações. Enviamos aos coordenadores dos cursos um questionário, solicitando informações sobre aspectos gerais das instituições, dos docentes e discentes e dos grupos de pesquisa⁵⁴. Desse total, conseguimos contato com 24 instituições⁵⁵, das quais apenas 15 responderam, sendo: oito privadas (correspondentes a 33 % do total de privadas), seis públicas (100% das públicas) e uma confessional (25% das confessionais).

Diante desses dados, um dos aspectos que mais nos chamou atenção foi a expressiva oferta de vagas feita pelos cursos privados, como mostra o Quadro 1.

54. Solicitamos também informações sobre a estrutura física das instituições, o formato dos Trabalhos de Conclusão de Curso, oferta de pós-graduação *lato sensu* em Comunicação e sobre os grupos de pesquisa. Por conta, porém, da limitação de espaço e do prazo para fechamento deste capítulo, os demais dados serão analisados em um segundo momento da pesquisa, na qual deverão ser trabalhados de modo mais qualitativo.

55. Sendo 16 privadas, seis públicas e duas confessionais.

QUADRO 1
Vagas ofertadas anualmente pelos cursos de Comunicação no Norte

NATUREZA DA IES	Nº DE VAGAS
Privada	1085
Pública	395
Confessional	60

Apesar de termos acesso aos dados de apenas oito universidades privadas, vemos que elas oferecem quase o triplo do número de vagas ofertadas anualmente por todos os cursos de instituições públicas. Se contabilizássemos o total das vagas das 24 instituições privadas, chegaríamos a um dado ainda mais expressivo.

O aumento na oferta de vagas, contudo, não garante a expansão em pesquisa, conseqüentemente não sinaliza o aumento na produção de conhecimento científico. E é isso que verificamos quando analisamos a distribuição dos grupos de pesquisa e o nível de qualificação do corpo docente dos cursos que responderam ao questionário, como demonstram os Gráficos 4 e 5.

GRÁFICO 4
Titulação do corpo docente dos cursos de Comunicação Social no Norte

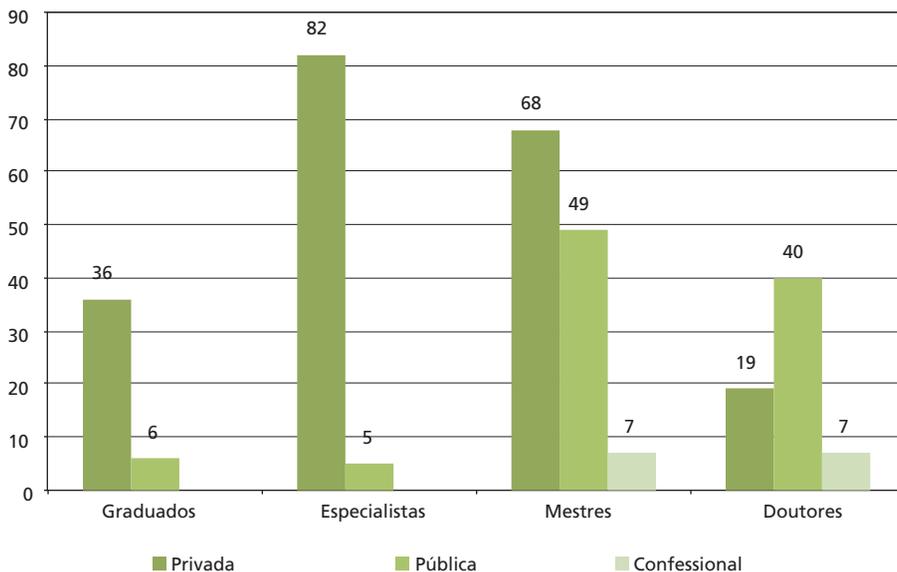
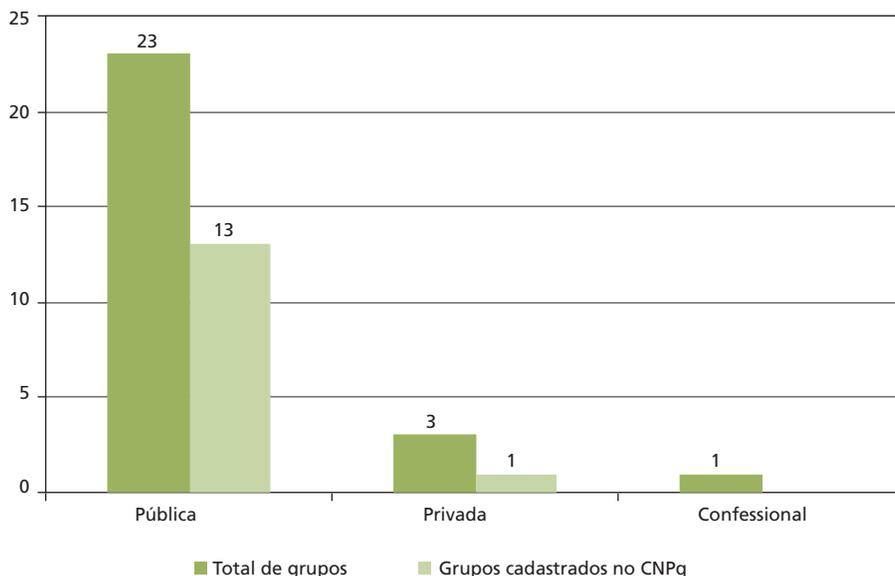


GRÁFICO 5
Distribuição dos grupos de pesquisa nas Instituições de Ensino Superior no Norte



Como vimos, a maioria do corpo docente dos cursos de instituições privadas é formada por graduados, especialistas e mestres. Já o curso da Faculdade Boas Novas – único representante de instituição confessional que respondeu à pesquisa – apresenta um equilíbrio no corpo docente, formado por 50% de mestres e 50% de doutores. As seis universidades públicas da região, por sua vez, juntas, detêm 40 doutores, cerca de 70% do total contabilizado em nossa pesquisa. Essa concentração é ainda mais acentuada quando percebemos que 32 desses doutores estão em apenas 03 instituições assim distribuídos: 14 na Universidade Federal do Pará (UFPA), 11 na Universidade Federal do Tocantins (UFT) e sete na Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

A partir desses dados, podemos configurar o panorama atual dos cursos de graduação em comunicação social na Região Norte como desigual e marcadamente concentrado nos estados do Amazonas e no Pará, em termos quantitativos e qualitativos. Esse quadro é fruto de um processo histórico do desenvolvimento regional também caracterizado pelo protagonismo dos dois estados na economia, que refletiu na maior atração de investimentos nacionais e até estrangeiros.

O INÍCIO DE UM AMADURECIMENTO: A PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO NO NORTE

Dando continuidade ao histórico da institucionalização dos estudos em comunicação no Norte, não poderíamos deixar de falar sobre um fato recente e extremamente importante para compreendermos o desenvolvimento do campo da Comunicação nessa parte do país: a criação de programas de pós-graduação (PPG) na área, que caracteriza a terceira fase de institucionalização do campo no Brasil apontada por Marques de Melo (2003), a saber, o “reconhecimento acadêmico”.

O pioneirismo da pós-graduação em comunicação no Norte, assim como o da graduação, foi das Universidades Federais do Amazonas (UFAM) e do Pará (UFPA), responsáveis pelos dois Programas de Pós-Graduação em Comunicação que existem na região atualmente, ambos em nível de mestrado Acadêmico. O PPG em Ciências da Comunicação da UFAM entrou em funcionamento em 2008 e o PPG “Comunicação, Cultura e Amazônia” da UFPA foi aprovado no primeiro semestre de 2010.

É interessante notar que a defasagem de cerca de 30 anos da criação da primeira graduação em comunicação social no Brasil e a primeira no Norte repete-se em relação à pós-graduação. O primeiro PPG em comunicação no país foi criado em 1970. Quase 30 anos depois, temos a criação dos dois únicos programas na região Norte. Essa diferença cronológica é reflexo da concentração que marcou o desenvolvimento da pós-graduação no Brasil.

Para termos uma ideia, Lopes (2006) contabiliza que, nos anos 80 do século passado, dos seis programas existentes no Brasil, cinco situavam-se no Sudeste, mais precisamente no estado de São Paulo. As disparidades regionais começam a diminuir na década de 1990 quando são criados os primeiros programas no Nordeste e no Sul. Apenas no século XXI, a difusão da pós-graduação em comunicação chega ao Norte.

As características gerais desses programas podem ser observadas no Quadro 2.

QUADRO 2

Informações gerais programas de pós-graduação em Comunicação no Norte

PPG	Área de Concentração	Linhas de Pesquisa	Nº de vagas
UFAM	Ecossistemas comunicacionais	- Ambientes comunicacionais midiáticos; - Processos informacionais científicos	10 vagas ¹
UFPA	Comunicação	- Mídia e cultura na Amazônia - Estratégias de comunicação midiática na Amazônia	08 vagas

Nota: ¹ Em 2010, o programa ofereceu, excepcionalmente, 12 vagas, que foram todas preenchidas.

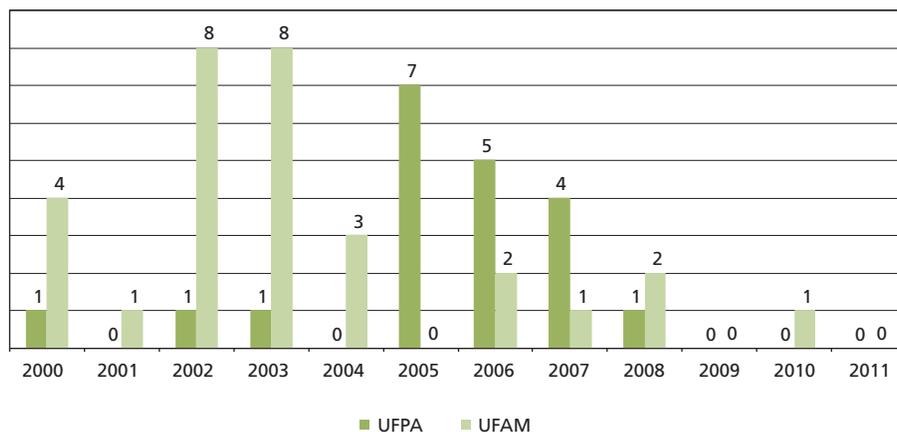
Como não poderia deixar de ser, o enfoque temático nas particularidades regionais busca tornar a produção científica em comunicação feita no Norte única no Brasil. Trata-se de construir conhecimentos que consolidem os programas como referências na região e no país acerca dos processos comunicativos próprios da Amazônia.

Mesmo considerando prematuro avaliar em que medida essa pretensão está sendo alcançada, o certo é que esses programas, e outros que venham a ser criados na região, terão que promover maior amadurecimento acadêmico e científico da comunicação no Norte, em um esforço para reduzir a defasagem histórica da pesquisa nessa parte do país. O aumento nos investimentos principalmente públicos nas pesquisas depende da formação de um verdadeiro *habitus* científico (BOURDIEU, 1983) e da produtividade de pesquisadores iniciantes e de docentes.

A fim de termos uma noção de como está se desenvolvendo a produtividade científica do corpo docente⁵⁶ dos dois PPGs do Norte, fizemos um breve apanhado do que foi produzido nos últimos dez anos⁵⁷, levando em consideração a publicação em periódicos *qualis*, livros e capítulos de livros. Esses dados estão apresentados nos Gráficos 5, 6 e 7.

GRÁFICO 6

Artigos publicados em periódicos *Qualis* pelos docentes PPGCOMs do Norte (2000 a 2011)



56. Não consideramos ainda nesta pesquisa a produção discente porque, em termos quantitativos, é muito pequena, já que os programas são novos. O PPGCOM da UFAM, por exemplo, só possui 14 dissertações defendidas, sendo nove de alunos da primeira turma selecionada em 2008 e cinco de alunos que ingressaram em 2009. Já o programa da UFPA ainda não tem nenhuma dissertação defendida, estando na fase de exame de qualificação dos alunos ingressantes da primeira turma, no 2º semestre de 2010.

57. Fonte: currículos dos docentes disponíveis na Plataforma *lattes*, atualizados entre 2010 e 2011.

GRÁFICO 7

Livros publicados pelos docentes dos PPGCOMs do Norte (2000 a 2011)

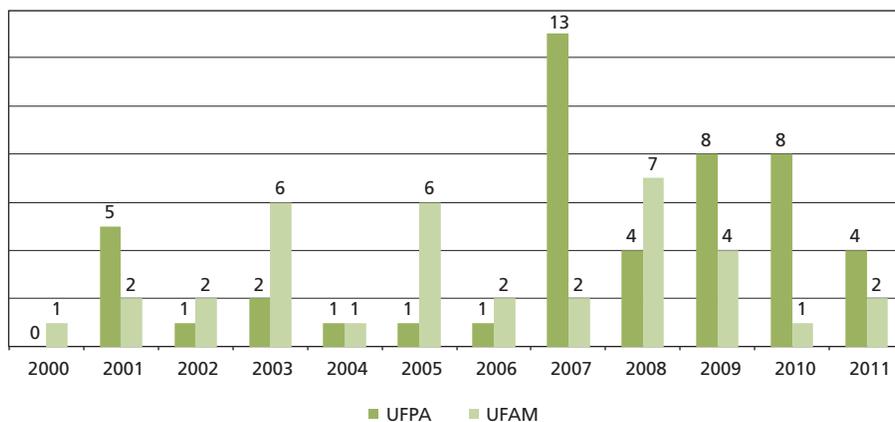
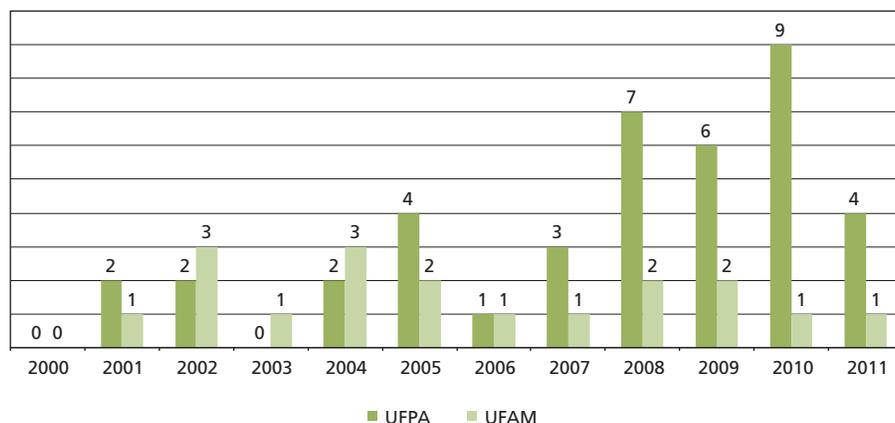


GRÁFICO 8

Capítulos de livros publicados pelos docentes dos PPGCOMs do Norte (2000 a 2011)



Muitas são as possibilidades de análise dos gráficos apresentados, contudo gostaríamos de centrar a discussão em apenas dois pontos. A primeira questão refere-se à quantidade de artigos, livros e capítulos de livros. Longe de ser o ideal, a produção docente é notadamente oscilante na última década, não seguindo uma lógica de desenvolvimento regular e ascendente. Em alguns anos, há uma grande produção, em outros, ela se reduz drasticamente.

Mais preocupante é o paradoxo de a produção docente anterior à criação dos PPGs em Comunicação ser maior do que nos anos em que os programas já estavam instalados. Dado que merece particular e aprofundada pesquisa, que não

poderia ser resolvida nas páginas seguintes, mas é interessante considerar que no período coberto pela pesquisa muitos dos docentes estavam em processo de doutoramento e outros não faziam parte do corpo docente das instituições de ensino.

Portanto, é necessário aprofundar a análise desses dados, buscando entender esse paradoxo, já que o desafio da pós-graduação em comunicação no Norte não se esgota na implantação dos programas. Para além da criação de novos PPGs em outros estados, a região precisa ampliar, manter a regularidade e qualificar a produção de seu corpo docente e discente, agregando capitais intelectuais para o fortalecimento da área no Norte.

A segunda questão que chama atenção diz respeito ao descompasso da produção entre as universidades. No ano em que os professores da UFAM apresentam grande produtividade, os da UFPA não fazem, e vice-versa. Essa percepção é preocupante porque revela ainda que são poucos ou fracos os laços entre as universidades.

Para pensarmos em um efetivo desenvolvimento da pesquisa e da pós-graduação em comunicação no Norte é imprescindível viabilizar a formação de uma rede de cooperação regional. O modelo de crescimento isolado não dará conta de enfrentar os desafios que a região impõe. Portanto, os pesquisadores precisam estar mais articulados a fim de reunir esforços e capitais que agreguem maior poder de atração de investimentos e que resultem em produções coletivas mais representativas para região.

Integração e colaboração são as palavras-chave para o crescimento e o amadurecimento dos PPGs da UFAM e da UFPA e devem contribuir também para a criação de outros programas nos demais estados da região. Como manifestação, ainda que incipiente, de uma tentativa de promover essa maior articulação interestadual, destacamos a realização dos congressos regionais Norte da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Esses eventos, mais do que acontecimentos pontuais, têm seguido o percurso nada simples de criar e manter laços não apenas entre pesquisadores de diversos estados, mas, sobretudo, entre os discentes, expandindo a cultura científica e o “reconhecimento acadêmico” nos lugares que já foram sedes dos congressos.

A ARTICULAÇÃO DOS PESQUISADORES E A PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA REGIÃO

Ao tratarmos da história da institucionalização dos estudos em comunicação na Região Norte, acreditamos ser pertinente mapear também, ainda que quantitativamente, a produção científica de estudantes e professores da região nos congressos nacionais e regionais da Intercom. Justificamos a escolha dessa instituição pela grande inserção que tem no Norte (por meio de congressos regionais) e pela integração que está promovendo da região ao contexto nacional das discussões.

Assim, fizemos o levantamento dos trabalhos registrados nos anais dos congressos regionais Norte da Intercom desde 2007⁵⁸ e dos trabalhos de pesquisadores e estudantes do Norte presentes nos anais dos congressos nacionais da Intercom desde 2000⁵⁹, data em que pela primeira vez o evento foi sediado na Região Norte, em Manaus, no estado do Amazonas.

Os dados foram trabalhados e são apresentados em tabelas e gráficos que nos permitem elaborar algumas análises acerca da produção acadêmico-científica de professores e, especialmente, estudantes de comunicação de nossa região, para além do contexto ainda restrito da pós-graduação. A Tabela 1 nos mostra como esses trabalhos estão distribuídos nos estados.

TABELA 1
Distribuição dos trabalhos dos anais dos Intercom Norte 2007-2011 por estado

ESTADO/ANO	2007	2008	2009	2010	2011
Acre	*	1	*	8	8
Amapá	1	*	*	*	4
Amazonas	2	18	22	42	53
Pará	54	20	18	33	40
Rondônia	1	2	19	21	8
Roraima	2	23	3	9	10
Tocantins	*	*	*	1	*
Outros estados	2	1	4	5	2
Outros países	*	*	1	*	*
Outras áreas	1	*	*	*	*
Total	63	65	67	119	125

A partir desses dados iniciais, podemos perceber o crescimento quantitativo de trabalhos apresentados nos congressos regionais da Intercom no Norte, o que reflete a importância que a instituição tem ganhado na região, congregando cada vez mais professores e estudantes de comunicação do Norte.

A política de, a cada ano, sediar os eventos em estados diferentes tem se mostrado produtiva, pois verificamos que a partir do momento em que o estado sedia o congresso regional aumenta sua participação no evento e existe a tentativa de continuidade dessa participação nos anos posteriores. O caso de Rondônia é

58. Partimos desse ano, pois foi a data em que os eventos da Intercom no Norte passaram a ter a natureza de congresso regional e, assim, mobilizar com mais expressividade a comunidade acadêmica de Comunicação. Antes de 2007, a Intercom promovia eventos menores, na forma de simpósios, sem regularidade, no Norte. O último simpósio realizou-se em 1997 (MALCHER & BRITO, 2007).

59. O ano 2000 justifica-se, também, porque só estão disponíveis no *site* da Intercom os anais dos congressos nacionais a partir desse.

ilustrativo, nesse sentido. Em 2009, o evento foi sediado nesse estado e registrou 19 trabalhos locais. Nos anos anteriores a quantidade foi bem menor (um trabalho em 2007 e dois em 2008) e, nos anos posteriores, percebe-se o esforço de participar do evento em outros estados (21 trabalhos em 2010 e oito em 2011).

Os estados que ainda não sediaram o evento, por sua vez, pouco participam do congresso em outros estados. O Amazonas é uma exceção, pois, apesar de ainda não ter sido sede do evento regional, desde 2008 tem expressiva representação de trabalhos nos congressos regionais Norte.

Além do Amazonas, o Pará é outro estado que se mantém bastante participativo independente da localidade onde o congresso é realizado. Dados ainda mais detalhados revelam-nos que, no Amazonas, as duas instituições que mais pesam na representação do estado nos congressos são a UFAM e a Faculdade Boas Novas (FBN); e, no Pará, a UFPA é a instituição que mais se destaca.

Mas nem só boa vontade e capacidade produtiva compõem o cenário da produção dos estados apresentada nos congressos regionais Norte. Não podemos deixar de considerar as dimensões continentais da região e as dificuldades de locomoção interna, que, muitas vezes, limitam e encarecem as possibilidades de deslocamento. Percebemos que a quantidade de trabalhos por estado em cada ano também reflete a proximidade dos diversos locais em relação à sede do congresso.

A análise dos Gráficos 9 e 10 mostra informações sobre os autores dos trabalhos e a natureza das instituições a que eles estão vinculados.

GRÁFICO 9

Quantidade de trabalhos nos anais dos Intercom Norte 2007-2011 por tipo de autoria

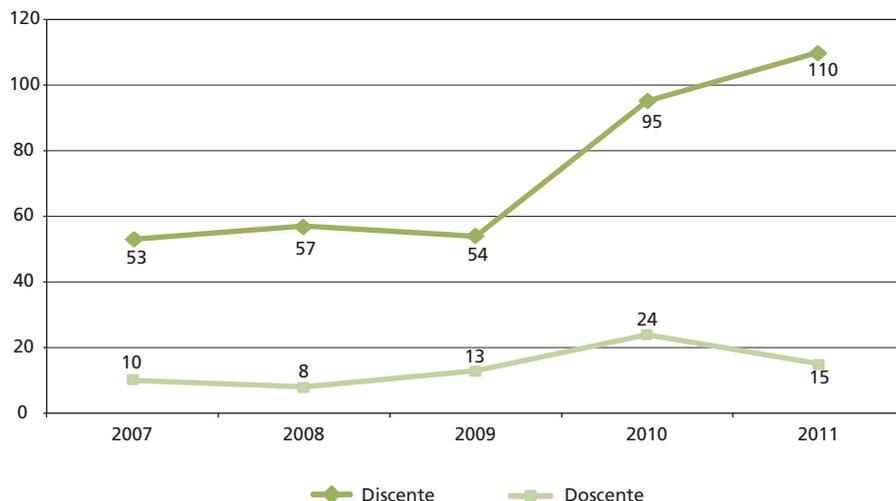
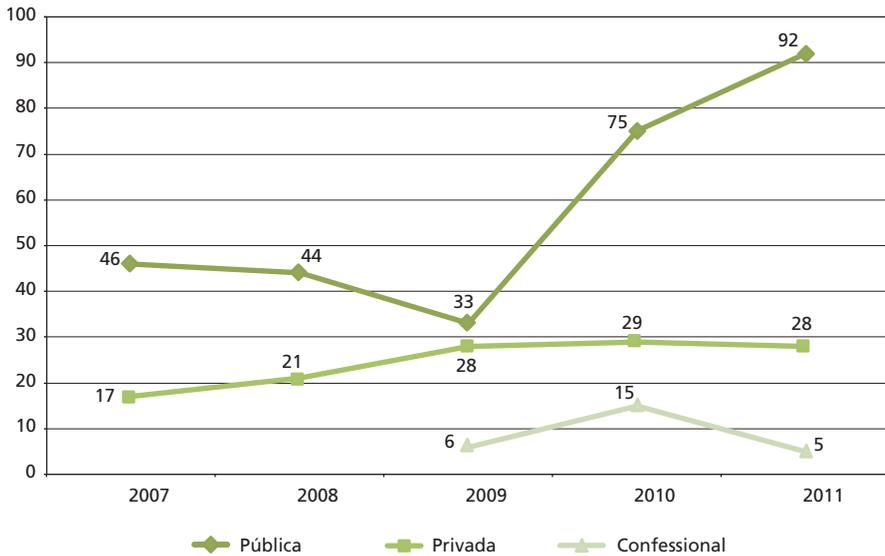


GRÁFICO 10

Quantidade de trabalhos dos anais do Intercom Norte 2007-2011 por natureza das instituições representadas



Os dados apresentados revelam muitas informações sobre os trabalhos publicados nos anais dos congressos regionais Norte da Intercom. A começar pelos tipos de autoria dos trabalhos. Percebemos a grande e crescente participação discente nos eventos da Intercom no Norte, representando, em cada ano, mais de 80% dos autores dos trabalhos publicados nos anais. A expressividade da participação discente manifesta-se também no âmbito dos estados, à exceção dos trabalhos do Tocantins e dos estados de outras regiões do país participante dos congressos regionais, cujos autores, majoritariamente, são docentes.

Em termos da natureza das instituições representadas por esses autores, verificamos que, com o passar do tempo, as instituições privadas e confessionais vêm aumentando sua participação nos regionais Norte. Em 2007, 83% dos trabalhos foram de autores vinculados a instituições públicas e 27% de autores ligados a instituições privadas. A partir de 2009, esse cenário mostra-se mais diversificado com o início da participação de autores de instituições confessionais. Nesse ano, o total de trabalhos foi composto por 49% de autores de instituições públicas, 42% de instituições privadas e 9% de instituições confessionais, com destaque para a Faculdade Boas Novas, do Amazonas, que é responsável pela quase totalidade dos trabalhos desse tipo de instituição.

No âmbito dos estados, dependendo da natureza da instituição sede do congresso, essa distribuição é ainda mais diversificada. Os congressos realizados em

Rondônia (2009) e em Roraima (2011) ocorreram em instituições privadas e, nesses anos, os trabalhos desses estados tiveram majoritariamente autoria vinculada às instituições privadas sedes dos eventos. A variância da natureza da instituição sede dos congressos, portanto, tem se mostrado importante para integrar o ensino privado de comunicação às discussões científicas da área.

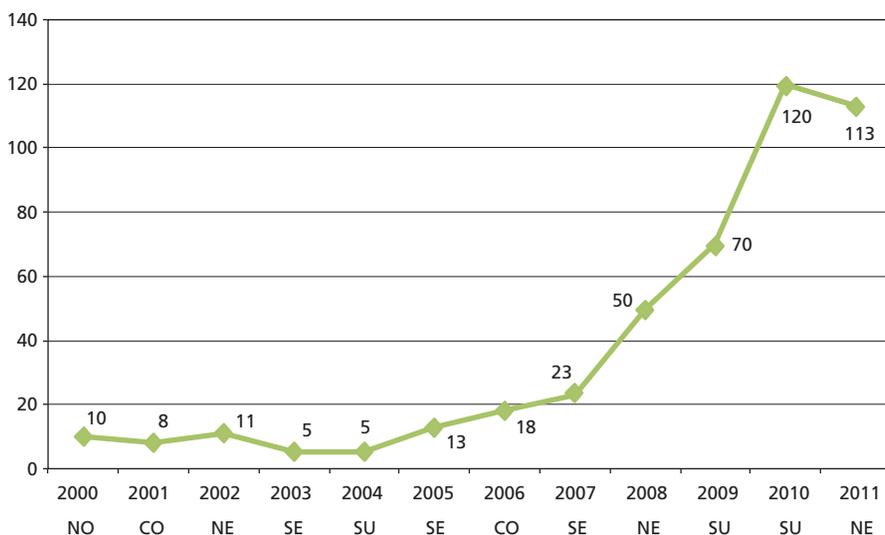
Vale registrar ainda a existência de trabalhos de universidades de outras regiões do Brasil e até de outros países, como a Universidade de Málaga, da Espanha, que foi representada por um trabalho no congresso regional de 2009. Isso demonstra, de forma ainda muito inexpressiva, embora importante, a repercussão desses eventos em âmbito nacional e internacional.

Muito mais poderíamos inferir e analisar a partir dos dados coletados na pesquisa exploratória sobre os anais dos congressos regionais Norte da Intercom. O espaço limitado deste capítulo direcionou-nos a destacar apenas as informações que nos pareceram mais significativas para compreendermos o desenvolvimento da produção acadêmico-científica da região nos últimos cinco anos.

É importante, contudo, ainda apresentar os principais dados referentes à participação de trabalhos do Norte nos congressos nacionais da Intercom. Consideramos os anais dos eventos desde 2000 até 2011. Vejamos, no Gráfico 11, o crescimento do número de trabalhos da região Norte apresentados nos congressos nacionais da Intercom.

GRÁFICO 11

Quantidade de trabalhos do Norte nos anais dos congressos nacionais da Intercom 2000-2011



O cenário da participação do Norte nos congressos nacionais da Intercom, resumido no Gráfico 11, assinala a representação relativamente pequena da região no evento com sede em Manaus, em 2000. Não temos a quantidade de trabalhos apresentados em anos anteriores para compreender o valor simbólico dos dez trabalhos desse ano, mas, a partir dos números acima, verificamos que a realização do congresso na região não foi suficiente, naquele momento, para mobilizar pesquisadores da região a se congregarem em eventos científicos de âmbito nacional, como o Intercom.

Dentre os fatores que podem contextualizar esse momento está a carência de professores doutores e, portanto, pesquisadores na região nesse período. A qualificação do corpo docente de comunicação das instituições de ensino superior do Norte começa a se expandir só nos anos posteriores e, certamente, contribuiu para o crescimento exponencial da participação de professores e, principalmente, estudantes nos congressos nacionais a partir de 2005.

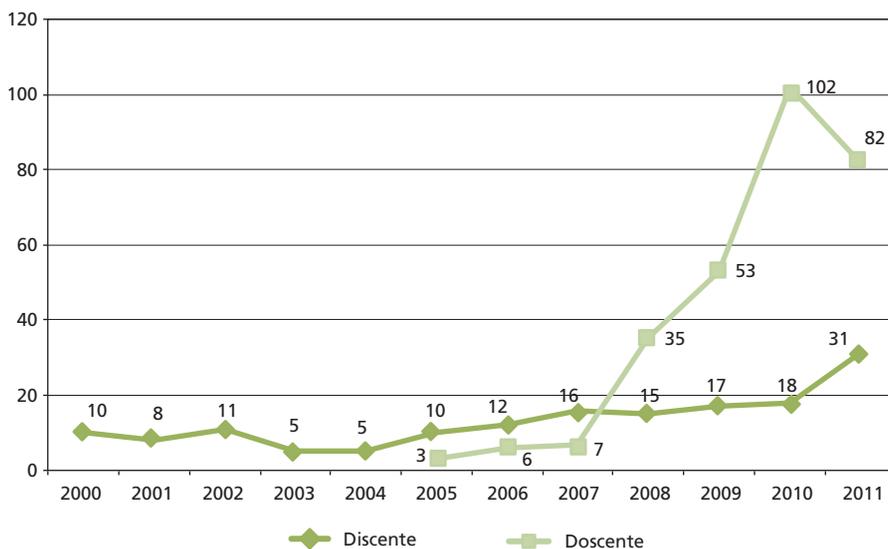
Nos últimos cinco anos, o crescimento do número de trabalhos coincide com a realização dos congressos regionais Norte. Percebemos, então, que, além de fatores mais amplos, como a qualificação do corpo docente, o retorno do investimento público no ensino superior e o próprio desenvolvimento das ciências da comunicação, a criação dos congressos regionais Norte promoveu de forma mais expressiva a inserção da região nas discussões nacionais da área.

Dados mais detalhados mostram que a participação dos estados ainda é muito desigual. Em 2000, por exemplo, dos dez trabalhos publicados, oito são do Pará, um do Amazonas e um do Amapá. Ao longo da década, Pará e Amazonas se mantêm como os estados de maior representação nos congressos nacionais. Tocantins, que, como vimos, pouco está inserido nos congressos regionais, mostra-se o terceiro estado que mais publica nos eventos nacionais. Roraima e Rondônia ganham destaque somente nos anos em que são sedes do congresso regional (2008 e 2009, respectivamente), demonstrando, novamente, o impacto dos eventos regionais sobre a participação do Norte nos congressos nacionais.

No Gráfico 12, vemos outro fenômeno interessante quanto à produção do Norte nos congressos nacionais da Intercom.

GRÁFICO 12

Quantidade de trabalhos do Norte nos anais dos Intercom Nacionais 2000-2011 por tipo de autoria



Até 2004, toda a produção do Norte apresentada nos congressos nacionais foi de autoria docente. Em 2005, vemos o início da publicação de trabalhos por estudantes nos eventos nacionais e, a partir de 2008, ocorre a virada quantitativa da produção discente sobre a docente, mantendo-se como tendência até 2010. Em 2011, já percebemos um crescimento mais expressivo da publicação por professores, mas ainda bastante inferior em comparação à quantidade de trabalhos de estudantes.

Além da justificativa óbvia de a quantidade de professores ser inferior à de alunos nas IES, deparamo-nos com um quadro de formação científica na região que envolve não somente um polo do ensino – professores ou alunos – mas ambos, o que nos leva a projetar um futuro ainda mais promissor para o Norte em termos de pesquisa em comunicação.

Os números aqui apresentados e analisados, mais do que fornecer dados estatísticos, servem para compreender o contexto presente, atual dos estudos de comunicação no Norte do país. Ainda que em quantidade bastante inferior em relação à representatividade das demais regiões brasileiras nos congressos nacionais da Intercom, o Norte tem se empenhado em desenvolver o campo da comunicação na região e diminuir as desigualdades históricas e que ultrapassam nossa área quando se trata de produção de conhecimento científico.

O desafio é enorme. Os investimentos, por mais significativos que tenham sido nos últimos anos, ainda não são suficientes. O quadro de doutores, como vimos, ainda é carente. A quantidade de programas de pós-graduação e grupos de pesquisa em comunicação também é muito pequena. Mas a história dos estudos em comunicação na região aponta para a grande potencialidade da contribuição do Norte para a compreensão e desenvolvimento da nossa área.

MUITA HISTÓRIA E AINDA MUITOS DESAFIOS

Sendo *locus* privilegiado e estratégico de produção de conhecimento científico, a universidade é legitimadora de campos do saber. Ela sozinha não formata áreas do conhecimento, mas certamente dá sua contribuição para organizar e agregar capitais aos campos que conseguem se inserir nela. No caso dos cursos de graduação e pós-graduação em comunicação no Norte não é diferente, mas possui particularidades que a própria região impõe.

Num mundo onde o conhecimento e a informação se tornaram a alavanca da nova ordem global e principal vetor de toda a dinâmica econômica, a Universidade, sobretudo em regiões periféricas, torna-se o instrumento mais estratégico na definição das políticas autossustentáveis e de longo prazo de desenvolvimento regional (MELLO, 2007, p. 19).

A história da institucionalização dos estudos em comunicação no Norte que mostramos neste capítulo a partir de recortes metodológicos, ainda que incompleta, já nos fornece um rico panorama para reflexões. Percebemos que a lógica da concentração e da fragmentação das instituições e produções da região, intensificada por questões geográficas, econômicas e sociais, precisa, com urgência, ser revista. Tentativas começam a se delinear, nesse sentido, como os congressos regionais e nacionais e internacionais que têm sido sediados no Norte.

Além da promoção de encontros científicos, outra ação que indica mudanças, a médio e a longo prazos, no panorama aqui apresentado é a adoção, pelo Governo, da política de descentralização da produção do conhecimento científico. Tem sido constante a destinação de investimento para regiões norte, nordeste e centro-oeste. Essa ação, mesmo que ainda insuficiente, tem sido estratégica para a política de desenvolvimento científico na área.

Contudo, os esforços precisam ser redobrados quando se trata de aperfeiçoar as redes de cooperação regional, tanto no âmbito da graduação quanto no da pós-graduação. Expandir as experiências já expressivas dos estados do Amazonas e do Pará para outros estados é também imprescindível. Não se pode conceber um desenvolvimento da pesquisa em comunicação na região monopolizada apenas pelas instituições do Amazonas e do Pará e, mais, centrada unicamente nas

instituições públicas. O diálogo entre as universidades públicas, privadas laicas ou confessionais precisa se efetivar para que as disparidades aqui levantadas sejam diminuídas e sejam congregados cada vez mais esforços a fim de fortificar a área de pesquisa comunicacional na região.

Por fim, não se pode perder de vista as necessidades sociais da região Norte:

É função das Universidades Amazônicas formar pessoal especializado para atender às necessidades da sociedade onde está inserida, produzir conhecimento novo nas áreas fundamentais e aplicadas, para habilitar pessoal a formular soluções para os problemas do desenvolvimento sustentado da região (DINIZ & GUERRA, 2000, p.59).

Assim, a Amazônia, em sua trama simbólica, cultural, sociopolítica extremamente complexa, requer um grande investimento de pesquisa e, a todo o momento, exige firme engajamento dos pesquisadores da área de comunicação e de todas as demais. Não se trata de engajamento meramente acadêmico, mas também, em sentido *lato*, político, pois há muito a ser feito na defesa dos interesses dos diversos povos que habitam esse continental espaço geográfico (MALCHER & BRITO, 2007).

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. Coleção Grandes Cientistas Sociais. p. 122-55.

DINIZ, Cristovam Wanderley Picanço; GUERRA, Renato Borges. **Assimetrias da Educação Superior Brasileira: vários brasis e suas consequências**. Belém: EDUFPA, 2000.

FRANÇA, Vera. O objeto da comunicação: a comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera (Org.). **Teorias da comunicação: escolas, conceitos, tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001, p. 39-60.

LOPES, Maria I. V. de. O campo da comunicação sua constituição, desafios e dilemas. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n.30, ago.2006, p. 16-30. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/487/411>>. Acesso em: 21 nov. 2010, 01h55.

MALCHER, Maria Ataíde; BRITO, Rosaly de Seixas. Amazônia: do oral ao digital. In: MARQUES DE MELO, José; MORAIS, Osvando J. de (Orgs.). **Mercado e comunicação na sociedade digital**. São Paulo: Intercom; Santos: Unisanta, Unisantos e Unimonte, 2007.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **História Política das Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2008.

MELLO, Alex Fiúza de. **Para construir uma universidade na Amazônia: realidade e utopia**. Belém: EDUFPA, 2007.

NORONHA, Nelson Matos de. **Sociedade e cultura na Amazônia: notas sobre o trabalho multidisciplinar na pesquisa e na pós-graduação (1998-2006)**. Manaus: EDUA/FUA, 2008.

PANDOLFO, Clara. **Amazônia brasileira: ocupação, desenvolvimento e perspectivas atuais e futuras**. Belém: CEJUP, 1994.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. São Paulo: Insular, 2007

Região Nordeste



NOTAS INTRODUTÓRIAS: UM PASSEIO HISTÓRICO EM TORNO DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO NO NORDESTE

Marialva Carlos Barbosa*

A importância dos estudos de comunicação no Nordeste, cuja institucionalização acadêmica se deu com a criação em 1961 do primeiro curso da área, graças ao pioneirismo de Luiz Beltrão, obrigou que acrescentássemos mais um capítulo em relação a esta região, já que como veremos, rapidamente, se constitui num polo decisivo e inovador para os estudos teóricos da área de comunicação.

Foi na Região Nordeste que se criou a primeira revista científica de comunicação – *Comunicação & Problemas* – cujo primeiro número foi publicado em 1965, pelo INCIFORM. Foi também na região que surgiu o primeiro centro de pesquisa da área, o ICINFORM – Instituto de Ciências da Informação, em 1963, resultado de uma parceria entre a Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP) e a Universidade de Brasília (UnB). Ambas as iniciativas, foram resultados da ação de Luiz Beltrão, o primeiro doutor em comunicação do Brasil, ele também um nordestino.

Surgiu também na Região como área de pesquisa os estudos de folkcomunicação na esteira do pioneirismo de Beltrão que também inaugurou essa linha de reflexão e que foi incentivada, sobretudo, por José Marques de Melo e outros discípulos de Beltrão, como Roberto Benjamin.

Esse caleidoscópio singelo da gênese da área científica da comunicação na região aponta apenas alguns instantes fundamentais. Como pedra de toque final dessa introdução, que estamos denominando notas introdutórias, há que lembrar que José Marques de Melo também fez seus estudos graduados de jornalismo no Nordeste, especificamente na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), antes de se firmar como nome decisivo na institucionalização do campo da comunicação a partir da sua atuação na área, disparada de São Paulo em direção a todos os cantos do Brasil.

* Vice-presidente da Intercom. Email: mcb1@terra.com.br.

Hoje concentra-se na região 157 cursos de comunicação e seis dos nove estados da região possuem cursos de pós-graduação na área de comunicação.

Se podemos identificar na explosão dos estudos graduados, sejam os que contemplam as tradicionais habilitações hoje transformadas em cursos independentes, sejam os que criaram novas áreas, muitas vezes ao sabor de modismos momentâneos, a centralidade das questões comunicacionais de maneira geral na sociedade contemporânea, podemos ver também certo oportunismo de algumas instituições em relação a este universo de saber (percebido algumas vezes exclusivamente como mercado da educação) em razão da própria importância da comunicação na atualidade.

Na esteira do fascínio das novas práticas e processos da comunicação explodem, mesmo em localidades distantes, em que parte da população vive muitas vezes abaixo da linha de pobreza, cursos de comunicação e marketing, comunicação institucional, comunicação para a web, hipermídia, entre diversas outras nomenclaturas ao sabor de processos que produzem mais encantamento do que são possíveis de ser apreendidos como fazeres.

Do pioneirismo dos anos 1960, quando Luiz Beltrão criou, em 1961, o curso de jornalismo da UNICAP, ainda hoje em funcionamento e referência no ensino em Pernambuco, à explosão dos cursos de comunicação nos anos 2011 um longo caminho foi percorrido. Nesse processo instituições foram fundamentais, disciplinas se instituíram, intelectuais se destacaram e autores se firmaram como referências obrigatórias.

Tal complexidade que o passado coloca diante de nós, também em relação a esta região, nos obrigou a fazer escolhas na tentativa de sistematizar a historicidade do campo da comunicação. Por esta razão, optamos por apresentar de maneira sucinta um breve panorama dos estudos de comunicação, tomando como central as instituições universitárias pioneiras.

Como em todo panorama estamos conscientes dos limites que esse texto trás. Mas pelo menos fazemos algumas referências que julgamos fundamentais em relação a uma região que foi pioneira na implantação de um saber reflexivo sobre a área de comunicação no Brasil.

UM CAMPO SE ANUNCIA

O primeiro curso de graduação na área de comunicação do Nordeste foi o de jornalismo criado, em 1961, por Luiz Beltrão na Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), que viria a ser o primeiro implantado no Nordeste. Como resume o site da instituição ao relembrar o momento fundador, “um dos primeiros desafios enfrentados na implantação foi a decisão de levar para a universidade um curso de jornalismo que ia de encontro aos interesses da velha prática do

jornalismo, numa época em que os repórteres não possuíam cursos universitários ou eram, em sua maioria, bacharéis em Direito⁶⁰.

Também no Ceará a institucionalização acadêmica do ensino se daria na década de 1960⁶¹, bem como na Bahia, mas em todos os outros estados a criação dos cursos de comunicação social, a maioria com apenas a então habilitação Jornalismo, se daria na década de 1970 na esteira da regulamentação da profissão que passou a obrigar os jornalistas deterem o diploma de curso superior para conseguirem junto ao Ministério do Trabalho o registro profissional.

A origem do curso de comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA) encontra-se no antigo curso de biblioteconomia e documentação. Em 1968, o curso de jornalismo é anexado à Escola que passa a se denominar Escola de Biblioteconomia e Comunicação. Continuria com este nome até 1987, quando é criada a FACOM – Faculdade de Comunicação⁶².

O quadro abaixo sintetiza os dados de criação dos principais cursos de comunicação no Nordeste:

QUADRO I

Primeiros Cursos de Graduação em Comunicação no Nordeste

Instituição	Ano de Início	Habilitações	Curso
UFMA	1970	Jornalismo Relações Públicas	
UFPI	1983	Comunicação	
UFCE	1965	-	Escola de Jornalismo
UFRN	1968		Escola de Jornalismo
UFPB	1977	Jornalismo e RP	
UNICAP	1961		Jornalismo
UFPE	1970	Polivalente Publicidade e Propaganda	
UFAL	1979	Jornalismo	Comunicação Social
UFS	1993	Jornalismo	
UFBA	1968	Jornalismo	Comunicação

Fonte: <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso em 20 de novembro de 2011.

Observando o quadro anterior podemos concluir que as iniciativas de implantação de cursos de graduação na área de comunicação, em torno das escolas ou das habilitações em jornalismo, encontraram também na região campo fértil para o seu surgimento em quatro instituições ainda na década de 1960.

60. Em <http://www.unicap.br/dcs/index2.htm>. Acesso em 20 de novembro de 2011.

61. Ver capítulo “Criação, desafios e inserção dos cursos de comunicação social no Ceará”, neste volume.

62. Em: <http://www.ici.ufba.br>. Acesso em 20 de novembro de 2011.

Além da iniciativa pioneira da UNICAP, em Fortaleza, ainda nos anos 1950, iniciou o processo de implantação da Escola de Jornalismo do Ceará, o que só se daria 15 anos mais tarde. No Rio Grande do Norte, o governador Aluísio Alves criou em maio de 1962 uma escola destinada aos estudos de jornalismo, que seria incorporada no ano seguinte à Fundação José Augusto, com o nome de Faculdade de Jornalismo Eloy de Souza. O curso seria reconhecido pelo Conselho Federal de Educação em setembro de 1968. Com a reforma universitária, em 1973, a UFRN absorveu as faculdades isoladas que funcionavam na capital do Rio Grande do Norte e, no ano seguinte, a Faculdade de Jornalismo Eloy de Sousa recebeu o nome de curso de comunicação social, vinculado ao Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA) da UFRN.

Em Pernambuco, a UNICAP, como já remarcamos, cria o curso de jornalismo em 1961. Somente nove anos mais tarde implantaria o segundo curso: o de relações públicas e apenas em 2001 passa a oferecer também a habilitação publicidade e propaganda.

O segundo curso da área de comunicação em Pernambuco, o da Universidade Federal de Pernambuco, só seria criado no início da década de 1970, apesar das tentativas da Associação de Imprensa Pernambucana (AIP) desde 1954 de implantar um curso de jornalismo. Em 1954, a diretoria da Associação entrou em contato com o reitor Joaquim Amazonas para tentar a implementação do curso no ano seguinte. Os resultados não foram dos mais promissores e o curso da UFPE só começaria quase vinte anos depois. No início com as habilitações polivalente e publicidade e propaganda, funcionava nas dependências do Colégio São José, no Bairro de Boa Vista⁶³.

Em 1984, a habilitação em jornalismo foi implantada substituindo o antigo polivalente e, em 1989, foi criada a habilitação em radialismo. Em 2008 é criado o curso de graduação em cinema, como parte da política expansionista do Ministério da Educação.

O segundo aspecto que se sobressai no quadro anterior é o surgimento na década de 1970/80 de mais quatro cursos na área de comunicação (UFMA, UFPI, UFPB e UFPE), acompanhando a primeira explosão dos estudos graduados em comunicação no Brasil, em função, sobretudo, da obrigatoriedade do curso superior para o jornalismo.

Em 1983 surgiria o curso de comunicação com habilitação em comunicação da Universidade Federal do Piauí. De acordo com Ana Regina Rego (2011), “a preparação e o processo de elaboração do primeiro projeto pedagógico contou a realização de um curso de aperfeiçoamento de recursos humanos na área de

63. UFPE – Centro de Artes e Comunicação: http://www.ufpe.br/cac/index.php?option=com_content&view=article&id=210&Itemid=172. Acesso em 20 de novembro de 2011.

jornalismo, promovido pela Secretaria de Comunicação do Estado em parceria com a SUDENE – Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste”, num curso ministrado na PUC-Rio. No mesmo texto, a autora aponta que o projeto de implantação do curso procurou “atender as necessidades que se apresentavam no panorama vivenciado à época, tais como a necessidade de formação de recursos humanos aptos a trabalhar nos modernos meios de comunicação e contribuir para o desenvolvimento do Estado, assim como a necessidade de planejamento e promoção de políticas interadas de desenvolvimento social” (RIBEIRO, 1988, p. 02, Apud REGO, 2011).

Outra característica que podemos remarcar é o surgimento tardio do curso num dos estados da federação, com a implantação somente em 1993 da habilitação jornalismo na Universidade Federal de Sergipe.

EM DIREÇÃO ÀS PÓS-GRADUAÇÕES

Se o pioneirismo do Nordeste pode ser destacado em relação à criação dos cursos de graduação na área de comunicação, o mesmo se dá, em certa medida, com a implantação das pós-graduações. É no Nordeste, especialmente, na Bahia, com a criação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da UFBA, com o nível mestrado, em 1989, que se inicia o processo de constituição de programas de pós-graduação na área fora do eixo Rio-São Paulo. Cinco anos mais tarde seria criado o nível doutorado.

O segundo programa de pós-graduação em comunicação do Nordeste só seria instalado nove anos depois do início do mestrado da UFBA: o da Universidade Federal de Pernambuco, inicialmente apenas com o nível mestrado, em 2001. Com duas linhas de pesquisa, Linguagem dos Meios e Cultura Midiática, o programa da UFPE criaria, em 2006, o segundo doutorado em comunicação do Nordeste. A partir daí as linhas de pesquisa do programa foram reformuladas em torno da “Mídia e Linguagem”, “Mídia, Tecnologias e Cotidiano” e “Mídia e Estética”.

Nos últimos anos, como parte da política da CAPES de incentivar a descentralização dos programas de pós-graduação, expandindo sua área de atuação para além das regiões economicamente mais importantes, assistiu-se a criação de programas de pós-graduação em comunicação em praticamente todos os estados do Nordeste. Excetuando o Maranhão, Alagoas e Sergipe todos os demais já possuem estudos pós-graduados *stricto sensu* em comunicação em funcionamento.

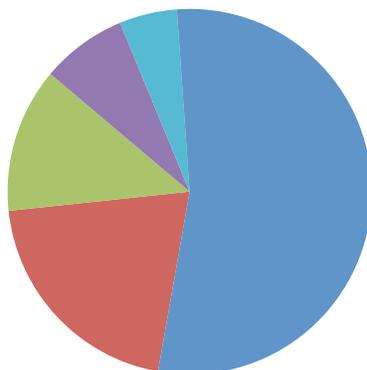
QUADRO II
Cursos de Pós-Graduação em Comunicação no Nordeste

Estado	Instituição	Ano de Criação	Curso	Linhas de Pesquisa
Bahia	UFBA	1989 (mestrado) 1994 (doutorado)	Comunicação e Cultura Contemporânea	Análise de Produtos e Linguagens da Cultura Midiática Cibercultura Comunicação e Política
Pernambuco	UFPE	2001 (mestrado) 2006 (doutorado)	Comunicação	Mídia e Linguagem Mídia, Tecnologias e Cotidiano Mídia e Estética
Ceará	UFC	2008 (mestrado)	Comunicação e Linguagens	Fotografia e Audiovisual Mídia e Práticas Sócio-Culturais
Paraíba	UFPB	2008 (mestrado)	Comunicação e Culturas Midiáticas	Mídia e Cotidiano Culturas Midiáticas Audiovisuais
Rio Grande do Norte	UFRN	2009 (mestrado)	Estudos de Mídia	Estudos de Mídia e Práticas Sociais Estudos de Mídia e Produção de Sentido
Piauí	UFPI	2010 (mestrado)	Comunicação	Mídia e Processos Sociais Processos e Práticas Jornalísticas

Fonte: CAPES - Documento de Área e UFPI (<http://ufpi.br/ppgcom/index/pagina/id/4842>)

Assim, dos 41 programas de pós-graduação em comunicação existentes hoje no Brasil, 19,51% estão concentrados no Nordeste. Se compararmos este número com o de outras regiões do país, observamos que a região ocupa a terceira posição em termos de estudos pós-graduandos em comunicação.

PGCOM



■ Sudeste ■ Sul ■ Nordeste ■ Centro-Oeste ■ Norte

Uma reflexão abrangente em torno dos enunciados das linhas de pesquisa dos programas do Nordeste mostra, ao contrário do que ocorre, por exemplo, na reunião Norte, uma preocupação com questões mais holísticas da comunicação que não se definem pela especificidade do território de sua produção. Essa tendência é decorrente, em parte, da formação dos próprios pesquisadores que atuam nessas pós-graduações, já que a maioria fez sua formação de doutorado no eixo Rio-São Paulo, e também em função do movimento da área nos últimos anos de definir questões mais abrangentes para o campo, havendo algumas vezes a percepção das questões regionalizadas como sendo menores no ranking das temáticas em evidência.

Isso produz também uma distorção de natureza política: olhando o enunciado das linhas estas poderiam ser oriundas de qualquer pós-graduação, não se percebendo claramente a relação dos estudos da comunicação com questões que enamoram da historicidade dos territórios culturais.

EXPLOSÃO DA GRADUAÇÃO

A partir da consulta ao site do Ministério da Educação listamos 157 cursos de graduação ligados à comunicação em todos os estados da região. A Bahia é o recordista na oferta de novas habilidades na área em diversas nomenclaturas que apelam, sobretudo, ao ensino de um ferramental indispensável para se mover profissionalmente num mundo governado por processos tecnológicos. Pernambuco e a Bahia detêm a dianteira numérica dos cursos da comunicação.

O quadro a seguir sintetiza numericamente esse movimento que estamos denominando explosão dos cursos de graduação.

Cursos de Graduação em Comunicação – Nordeste – 2011

Estado	Quant.	Nomenclatura	Instituições
Maranhão	10	Comunicação Social Jornalismo Publicidade Propaganda Radialismo Relações Públicas	UNICEUMA Pitágoras IMEC Faculdade de São Luis FCHSA UFMA Centro Univ. Maranhão
Piauí	12	Comunicação Social Jornalismo	CEUT Faculdade do Piauí Santo Agostinho IEST UEPI UFPI Inst. Ed. Raimundo de Sá

(Continua)

(Continuação)

Estado	Quant.	Nomenclatura	Instituições
Ceará	17	Comunicação Marketing Jornalismo Comunicação Social Publicidade Propaganda	UniSalvador FCC Fac. Est. Ceará FA7 UFC UNIFOR Evolutivo Grande Fortaleza FIC FGF FANOR UECE
Rio Grande do Norte	11	Comunicação e Marketing Comunicação Social Jornalismo Publicidade Propaganda Radialismo	UNIFACS SUDERN IESRN UERN UNP UFRN
Paraíba	13	Comunicação Marketing Comunicação em Mídias Digitais Comunicação Social Jornalismo Publicidade Propaganda Radialismo Relações Públicas	UNIFACS UFPB Maurício de Nassau INPER UFPB UFCG UEPB FARR FIP
Pernambuco	23	Comunicação Marketing Comunicação Institucional Comunicação Social Fotografia Jornalismo Publicidade Propaganda Relações Públicas	UNICAP UNIFACS IPESU ESP ESVRP FBV FJN – Paulista FJN – Recife Marista FIBAM FAVIP Maurício de Nassau FMR Fac. Metr. Grande Recife IPESU UFPE FIP FAVIP FIBAM Salgado de Oliveira
Alagoas	10	Comunicação Institucional Comunicação Social Jornalismo	IESA CESMAC Fac. Cidade de Maceio FITS Maurício de Nassau IESA UFAL

(Continua)

(Continuação)

Estado	Quant.	Nomenclatura	Instituições
Sergipe	8	Comunicação Marketing Comunicação Social Audiovisual Publicidade Propaganda Radialismo Jornalismo	Univ. Salvador Faculdade Aracajú Faculdade Tiradentes UFS FASER
Bahia	53	Comunicação e Il. Digital Comunicação Marketing Comunicação Empresarial Comunicação Institucional Comunicação para Web Comunicação Social Comunicação e Vídeo Hipermidia Comunicação Social Jornalismo Jornalismo em Multimeios Produção Editorial Prod. Comun. Cultura Publicidade Propaganda Publicidade e Marketing Radialismo Radio e TV Relações Públicas	IBES UNIFACS UNIJORGE Centro Univ. Estacio da Bahia FAESF/UNEF Faculdade Delta FTC – Itabuna FTC – Jequié FTC- Vitória da Conquista FTC – Salvador Faculd. Anísio Teixeira de Feira de Santana F2J FASB FSTA UNIBAHIA UFBA UNEB UFRB Metropolina Helio Rocha FAT FAR FJT FACINE FAMEC FACOC Salvador IBES UESC FACSUL UESB Faculdade Nac. Salvador

Fonte: <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso em 20 de novembro de 2011.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fato de existir quase duas centenas de cursos de comunicação no Nordeste brasileiro na segunda década do século XXI nos leva a refletir sobre que processos e práticas estarão sendo ensinados nessas instituições. Por outro lado, o aspecto multifacetado que assume a nomenclatura dos cursos, aponta uma tendência contrária às determinações do Ministério da Educação que vem procurando definir o campo em torno de especialidades delimitadas da área, mesmo no que diz respeito aos cursos tecnológicos.

A explosão de nomenclaturas é, em certo sentido, preocupante, já que deixa evidente uma tendência de fragmentação ao sabor de novidades que muitas vezes não se sustentam por mais de uma década. Há que se ter em mente também qual

é o mercado de trabalho desse jovem que sai hoje dos bancos das universidades e ostenta um diploma, por exemplo, de produtor hipermediático. Se nos grandes centros há espaço para os profissionais envolvidos com a relação comunicação e tecnologia, o mesmo parece que não ocorre nas cidades do interior, ainda mais quando este interior se refere a estados do Nordeste, que mesmo com a expansão econômica das últimas décadas, sofrem os impactos da desigualdade histórica, em relação, sobretudo, ao centro-sul do país.

Se essa é uma tendência claramente mostrada pelos dados numéricos de uma história que do passado chegou ao presente, as evidências do pioneirismo do Nordeste em relação aos estudos de comunicação também colocam a região no papel de protagonista da constituição da história do campo científico da comunicação.

REFERÊNCIAS

CAPES. <http://trienal.capes.gov.br/wp-content/uploads/2011/02/RELATÓRIO-DE-AVALIAÇÃO-2010-CSA-I.pdf>. Acesso em 19 de setembro de 2011.

MEC. Ministério da Educação. In: <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso em 21 de novembro de 2011.

RÊGO, Ana Regina. O campo acadêmico da comunicação no Piauí. 2011 (texto inédito).

RIBEIRO, Lavina Madeiro. PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - Jornalismo. UFPI. 1989.

UFPE – Centro de Artes e Comunicação: http://www.ufpe.br/cac/index.php?option=com_content&view=article&id=210&Itemid=172 . Acesso em 20 de novembro de 2011.

UFPI. <http://ufpi.br/ppgcom/index/pagina/id/4842>. Acesso em 21 de novembro de 2011.

UNICAP. <http://www.unicap.br/dcs/index2.htm>. Acesso em 20 de novembro de 2011.

Região Nordeste



CRIAÇÃO, DESAFIOS E INSERÇÃO DOS CURSOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL NO CEARÁ

Erotilde Honório Silva*

Roberta Manuela Barros de Andrade**

INTRODUÇÃO

O crescimento das fontes e veículos de comunicação e informação, o desenvolvimento de sistemas complexos e interdependentes de produção, circulação e consumo de bens culturais, a emergência de novas problemáticas sócio-políticas-econômicas-culturais em escala local, regional, nacional e global, a rapidez crescente de inovações tecnológicas, tudo isso requer a necessidade de repensarmos historicamente o lugar dos cursos de comunicação social no Brasil e seu papel de dinamizadores do tecido social.

No que diz respeito a este escrito, situamos nossa reflexão no desenvolvimento dos cursos de comunicação social no estado do Ceará. O objetivo de tal reflexão vai além da exposição meramente histórica da formação e estruturação dos cursos de comunicação social neste estado. Intenta-se fecundar um debate sobre os requisitos, características e dimensões que tais cursos engendraram ao longo de seu devenir, trazendo à luz os padrões científicos-pedagógicos sobre os quais se estruturaram, bem como suas inserções políticas e culturais, alavancadas pelas exigências de um mercado em largo processo de transformação.

Nesta perspectiva, as perguntas que nortearam nossas reflexões dizem respeito a: qual o perfil dos cursos de comunicação social no Ceará desde sua fundação em meados dos anos 1960 até a primeira década do século XXI? Que processos de validação política-econômica-cultural alicerçaram tal trajetória? Como

* Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Diretora do Centro de Ciências Humanas da Universidade de Fortaleza, Professor Titular da Universidade de Fortaleza e Membro de corpo editorial da Revista de Humanidades (UNIFOR). Email: eroh@unifor.br.

** Roberta Manuela Barros de Andrade é Professora Adjunta do Curso de Ciências Sociais da Universidade Estadual do Ceará (UECE).

historicamente essa trajetória equacionou as dimensões empíricas, teóricas e metodológicas fluentes em tais cursos? Como essas dimensões se confrontaram com o *boom* das novas tecnologias da comunicação e da informação nos anos 1990? Que tipo de tendências podem ser detectadas, em tais cursos, a partir de sua expansão numérica na primeira década do século XXI? É, pois, na tentativa de equacionar estas questões que este escrito encontra sua chave de compreensibilidade. Para tal, iniciamos nosso percurso histórico a partir de meados dos anos de 1960, quando os primeiros ecos de criação de uma Escola de Comunicação encontram lugar no Ceará.

O SÉCULO XX

A implantação da, então, Escola de Jornalismo no Ceará foi um processo árduo. Iniciou-se, efetivamente em 1957, materializando-se somente em 1965, e obedeceu claramente à incidência de forças oriundas do próprio mercado jornalístico cearense. Em 1957, a Associação Cearense de Imprensa (ACI), que tinha como meta estimular a criação de cursos de jornalismo no Ceará, tendo à frente seu presidente, Antônio Carlos Campos de Oliveira e a jovem jornalista Adísia Sá, entraram em contato com a Universidade Federal do Ceará (UFC), pressionando o seu então reitor, Antônio Martins Filho, entusiasta da causa, para a criação da Escola de Jornalismo (SÁ, 1979).

O gestor maior da UFC, empolgado com a ideia, patrocinou a ida de jornalistas a escolas sediadas nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo a fim de coletarem dados sobre a estrutura e o funcionamento de escolas já prestigiadas na área. Foram fundamentais os contatos da jornalista Adísia Sá, com o diretor da Faculdade Cásper Líbero, Carlos Rizzini, e com o pernambucano, Luiz Beltrão, pioneiro nos estudos e ensino de jornalismo à época. A escola se instalou, em 1965, conectada aos parâmetros sócio-políticos-culturais das consideradas “modernas escolas nacionais” naquele período. Neste contexto, durante o intervalo de oito anos, entre o primeiro contato com a Universidade Federal do Ceará e a efetiva criação da Escola de Jornalismo, a ACI e o Sindicato dos Jornalistas do Estado do Ceará realizaram quatro cursos “profissionalizantes”, um patrocinado pela própria ACI e três pelo Sindicato. A UFC também criou um curso livre, em 1964, com uma estrutura embrionária, que seria desenvolvida em 1965, com a criação efetiva da Escola de Jornalismo.

A escola ainda estava ligada à ACI, e iniciou suas atividades em seu prédio à Rua Floriano Peixoto, 735, 4º Andar, centro de Fortaleza. Somente em 1968 (três anos após sua criação), a escola passou a funcionar em instalações da própria UFC. Em 1968, a Escola de Jornalismo mudou de nomenclatura, passando a se chamar Escola de Comunicação Social, denominação que perdura até hoje na memória de seus professores mais antigos. Os primeiros professores deste período

para as chamadas “disciplinas teóricas” eram oriundos de um lado, da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, e, do outro, para as disciplinas “práticas”, das próprias redações dos jornais, particularmente dos impressos. As primeiras turmas da Escola de Comunicação estimulariam a formação de novos professores que se integrariam ao curso ainda em fins dos anos 1970. Os estágios só tiveram início em 1972, por meio de convênio celebrado entre o curso e o jornal *O Povo*. Desse modo, paradoxalmente, apesar de a Escola de Comunicação ter sido criada sob as pressões do mercado jornalístico local, o exercício da prática não era prioridade no currículo dos primeiros tempos. O reconhecimento do curso ocorreu no início dos anos 1970, á época do reitor Walter Cantídio.

A estrutura, o funcionamento e o direcionamento político da primeira Escola de Comunicação no estado do Ceará seguem, portanto, as mesmas orientações de suas congêneres, neste mesmo período, no resto do Brasil. Mas, em termos pedagógicos, o curso não seguiu a direção inicial, dos anos 1950, materializada na Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero e na Faculdade de Jornalismo da Universidade Nacional do Brasil (atual Universidade Federal do Rio de Janeiro), e difundida para o resto do país, de caráter mais “clássico-humanística, com ênfase nos estudos éticos, jurídicos, filosóficos e literários” (RIBEIRO apud MEDITSCH, 2011, on line). A ênfase pedagógica estava na apreensão de técnicas de redação jornalística, e a orientação humanística (oriunda da faculdade de Ciências, Filosofia e Letras) passava ao largo deste processo.

A primeira Escola de Comunicação no Ceará nasceu sob a égide do Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) que orientou o funcionamento e a estruturação do ensino de jornalismo no Brasil. Segundo Meditsch (2011), o CIESPAL representava, àquele momento, os interesses norte-americanos que, dominados pela geo-política da guerra fria, resolveram direcionar a formação dos jornalistas na América Latina, como uma estratégia para evitar o avanço do “comunismo” no continente, fixados na experiência cubana. Para tal, pregou-se a modernização dos sistemas educacionais latino-americanos, incluindo-se, aí, o ensino de jornalismo, através da hegemonia do ensino técnico e profissional por sobre o clássico-humanista e a consequente tecnificação do ensino de humanidades e a despolitização das questões educacionais (IANNI, 1976).

A invenção do currículo mínimo, iniciado em 1962, no Brasil, e continuado por toda a década de 1980⁶⁴, sedimentou a ênfase nos fluxogramas de disciplinas

64. As orientações fornecidas pela estrutura do currículo mínimo, encabeçadas por Celso Kelly, foram cinco ao todo, duas para os cursos de jornalismo e três para os cursos de comunicação social. O último currículo mínimo foi fixado em 1984, dividindo os cursos em 6 habilitações (jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, radialismo, cinema e produção editorial) e introduzindo a produção obrigatória de jornais laboratórios. Estas orientações só foram revogadas com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação LDB – em 1996.

que co-habitavam com as diretrizes do funcionalismo norte-americano do período. O Ceará não foi exceção. Esta linha de pensamento que sustenta uma visão da comunicação marcada pelo empirismo, levando a extremos a ideia da continuidade entre a ordem biológica e a social, foi a base de estruturação do curso de comunicação nos anos de 1960 e, posteriormente, nos anos de 1970. Esta perspectiva teórico-metodológica, baseada nas ideias prioritariamente de Lasswell, Lazarsfeld e Klapper, forneceria à comunicação o papel de distribuidor e regulador de informações.

Nesta linha, salientava-se o papel da comunicação para o desenvolvimento e a manutenção do corpo social. Paralela a essa orientação funcionalista, uniu-se à matemática funcional que valorizava as pesquisas quantitativas e as experiências laboratoriais, com o intuito de tornar mais eficaz o processo de comunicação. Esse paradigma foi melhor representado no Brasil pelas ideias de Moles. A física, a biologia, a psicologia behaviorista e a cibernética serviam de modelo para pensar “cientificamente” o processo de comunicação. Esta visão incorporada pelas escolas de jornalismo encontraria reforço ainda maior a partir do golpe militar de 1964.

Em 1965, o CIESPAL patrocinou quatro seminários no continente latino americano, dentre eles, o do Rio de Janeiro, que tinha a pretensão de tanto integrar grupos dispersos quanto contribuir para a sedimentação do regime democrático (!) a partir de uma melhor e mais eficaz participação da mídia na sociedade. Para alcançar esses objetivos, fazia-se necessário desenvolver, no ensino de jornalismo, a figura do profissional polivalente que pudesse atuar em todos os meios de comunicação simultaneamente. Se, como afirma Meditsch (2011), a figura do profissional polivalente, depois chamado de comunicador social, foi rejeitada em todo o Brasil por parte das escolas de Comunicação, e esquecida nos currículos seguintes que reafirmaram as habilitações tradicionais (jornalismo, publicidade e propaganda e relações públicas), no Ceará e em muitos outros estados do Nordeste, essa orientação generalista perduraria até os anos de 1990, só se modificando na entrada do novo século.

Não é à toa, pois, que, a partir de 1969, no Ceará, passamos a ter a escola de comunicação que viria a substituir a antiga escola de jornalismo. Essa mudança foi possível a partir da implantação do terceiro currículo mínimo que tornou o curso de jornalismo uma das habilitações de um novo curso, o de comunicação social, que vigora até hoje. Segundo Nixon (1981), em 1970, o CIESPAL havia conseguido que cerca de 30% das escolas de jornalismo na América Latina mudassem sua nomenclatura para a escola de comunicação ou um seu derivado. Na década seguinte, esse número chegaria a 85%. A regulamentação profissional e a unificação da linguagem acadêmica foram, de fato, objetivos alcançados pelo CIESPAL nesse período.

O currículo das primeiras turmas da escola de comunicação, sediada pela Universidade Federal do Ceará, demonstra claramente esta orientação. Disciplinas como sociologia, história da cultura e dos meios de comunicação, fundamentos científicos da comunicação, introdução às técnicas de comunicação, problemas sócio econômicos contemporâneos, jornalismo impresso, jornalismo comparado, pesquisa e análise de mercado, relações públicas, fotojornalismo, administração de empresas de jornalismo, psicologia social, opinião pública, teoria e pesquisa, radiojornalismo, estatística, cinema, publicidade e propaganda, telejornalismo, psicologia da comunicação, práticas de redação, introdução à filosofia, teatro, estágio supervisionado espelham esta orientação de cunho ideológico. Como lembra Meditsch (2011, on line), foi “a época da régua em sala de aula, da contagem de palavras, da mediação de colunas”. Entrementes, esta pedagogia política não foi implantada em sua totalidade, como previsto pelo CIESPAL, pois encontrou dificuldades estruturais em seu caminho.

No Ceará, a escola de comunicação não conseguiu formar este profissional polivalente, não só porque tal pretensão era, no mínimo, grandiosa, mas também porque a estrutura da escola não permitia essa materialização. Apesar do currículo extenso, que abarcava áreas como o jornalismo impresso, radiofônico, televisivo, além do universo da publicidade e propaganda e das relações públicas, efetivamente, o curso só estava preparado para oferecer rudimentos na área de jornalismo impresso. Não havia qualquer tipo de estrutura que suportasse a construção mínima de técnicas jornalísticas no universo, por exemplo, do rádio ou da TV, pois não existiam estúdios de rádio e TV de nenhuma ordem implantados, no que, mais tarde, em meados dos anos de 1980, denominar-se-ia simplesmente de curso de comunicação social. Esta penúria estrutural alcançaria toda a década seguinte. A escassez de recursos materiais foi, assim, um ponto em comum no desenvolvimento dos cursos de comunicação no Ceará, realidade que, em muitos sentidos, perdura até hoje.

Somava-se aos escassos recursos técnicos uma incapacidade estrutural do curso de acompanhar as transformações do mercado. Esta dissociação entre teoria e prática talvez não tenha se tornado tão caótica no estado do Ceará, neste período, cremos, devido à própria estrutura de mercado de mídia cearense ainda de caráter bastante embrionário. Até os anos de 1980, só havia dois grandes jornais de peso no estado: o jornal *O Povo* e o jornal *Tribuna do Ceará*. Ao lado deles, havia o jornal *O Estado* e o jornal *Meio Dia*, este último de curta duração. Com a crescente centralização das redes de televisão, radicadas no Rio de Janeiro e em São Paulo, as televisões locais tornavam-se meras repetidoras das programações produzidas no Sudeste do país, com exceção do espaço mínimo destinado às notícias locais. A publicidade ocorria ainda de forma artesanal. A formação radiofônica estava nas mãos dos sindicatos dos radialistas, ofertando seus cursos periódicos,

que pareciam suprir as necessidades do mercado local. A denominação relações públicas, por outro lado, carecia de sentido para este mercado.

Tratava-se de um estado pobre, cuja penúria se apresentava de forma clara na própria estruturação de nosso sistema midiático. O curso de comunicação social da UFC, soberano no estado durante 32 anos, podia funcionar dissociado do mercado local, sem maiores consequências para a sociedade maior. Os profissionais desqualificados para a sua pretensa formação polivalente/generalista que saíam de seus muros não causavam grandes prejuízos a um mercado, ele mesmo, com níveis de exigência profissional bastante rudimentares.

Na década seguinte, essa incapacidade de lidar com as exigências do mercado tornar-se-ia maior, e acabaria por solidificar a tão discutida dissociação entre teoria e prática. Se essa separação se instituiu, no século XX, com a guerra fria, atingindo tanto os anos de 1960 como os anos de 1970, nos anos de 1980, esta ruptura se aprofunda, ainda que fique sob a égide de outra orientação ideológica. Com a abertura política e a consequente flexibilização dos regimes militares no continente, os intelectuais de orientação marxista assumem a direção do CIESPAL. Neste período, valorizava-se o que se denominou de comunicação popular ou alternativa que, em tese, deveria fazer frente à grande mídia, refutando o seu caráter eminentemente alienador.

Apesar da orientação geral do curso de comunicação social no Ceará ser ainda generalista, no que diz respeito às disciplinas “práticas”, o ensino das disciplinas “teóricas” esteve voltado para uma crítica aberta ao sistema midiático comercial enquanto se exaltavam comunicações alternativas à ordem dominante. Era o império de disciplinas ligadas à comunicação popular/alternativa/comunitária. Enquanto isso, as disciplinas tradicionais relacionadas com as supostas “teorias da comunicação” tinham como principal suporte os expoentes da primeira Escola de Frankfurt, nomeadamente Hockheimer e Adorno, e, em menor grau, Walter Benjamin. Marcuse foi praticamente esquecido no curso de comunicação social da UFC, exceto nas incursões de disciplinas eletivas ligadas à estética. A orientação funcionalista das décadas anteriores foi praticamente alijada.

No que diz respeito às disciplinas “práticas”, não há qualquer avanço significativo. A infraestrutura do curso de comunicação social permanecia tão precária quanto na década anterior; continuava a inexistência de laboratório/estúdio de TV, o único estúdio de rádio era inconsistente, enquanto a estrutura das redações para o impresso funcionava de forma precária e artesanal. A novidade digna de nota é a criação da rádio universitária ligada à UFC, em 1981. Entrementes, durante toda esta década, a relação da rádio com o Curso de Comunicação Social foi problemática. A participação do Curso na estruturação da programação da rádio não se estabeleceu. Somente nos anos de 1990, o curso de comunicação social conseguiu

um espaço garantido na rádio, com um único programa montado pelos estudantes do curso na estrutura ainda precária do seu artesanal estúdio, e retransmitido pela emissora. Enquanto isso, a *Revista de Comunicação Social*, criada ainda nos anos de 1970, nem sempre lançada de acordo com a periodicidade indicada, se propunha fazer um jornalismo alternativo à grande mídia.

Esta orientação se inicia nos anos de 1980, perdurando até fins dos anos de 1990. Com o fim das estruturas repressivas criadas pela ditadura militar brasileira, com a consolidação de uma nova Constituição para o País, promulgada em 1988, com o regresso de acadêmicos e intelectuais à vida universitária, exilados do país nas décadas anteriores, foram-se criando, nas universidades brasileiras, novas condições de ensino, pesquisa e extensão. A partir dos anos de 1980, entrando na primeira parte dos anos de 1990, os professores do curso de comunicação da UFC começam a se qualificar para o ensino da comunicação social. À semelhança de seus colegas dos anos de 1960 e 1970, os docentes desejavam se aperfeiçoar na área das humanas, integrando-se a programas de pós-graduação locais. Até então, o quadro de professores era composto, majoritariamente, por graduados e alguns poucos especialistas. Não havia incentivo à pesquisa ou à qualificação docente da parte da gestão do curso ou da gestão superior da universidade, seja pelo estímulo à busca de programas de pós-graduação no eixo Rio-São Paulo ou no exterior, seja na produção de trabalhos acadêmicos ou na formação de grupos de estudo. As iniciativas eram individuais, enfrentando obstáculos de muita complexidade e, em alguns casos, literalmente, barradas pela política institucional vigente. Entre os anos de 1980 e 1990, alguns professores filiaram-se a mestrados ligados a humanidades. Em particular, alguns docentes começam a cursar o mestrado em sociologia do desenvolvimento da UFC e, em fins dos anos de 1990, o programa de doutorado. Neste período, também, a participação de professores do curso nos congressos de classe e acadêmicos da área como os da ABEPEC, Intercom e ALAIC ocorrem de forma mais sistemática e interessada. Até então, a única pesquisadora reconhecida nacionalmente na área era a professora Adísia Sá, que já havia publicado, nos anos de 1971, *Metafísica Para Quê?*. Em 1972, *Ensino de Filosofia no Ceará* (org.), e *Fundamentos Científicos da Comunicação*; em 1975, *Introdução à Filosofia* e, em 1979, *Ensino de Jornalismo no Ceará*. Estes eram livros que pautavam uma discussão importante sobre a filosofia que regia o estudo das práticas jornalísticas no país.

Esta inserção dos docentes em cursos de mestrado e doutorado, ainda que restrita ao universo da própria UFC e, em particular, ao da sociologia, promoveu o surgimento de publicações na área, sob a forma de dissertações, teses e resultados de pesquisa. De uma situação de relativo descaso com a pesquisa acadêmica, passou-se lentamente a se produzir, ainda que timidamente, material publicável.

Nos anos de 1990, pela primeira vez na UFC, começam a aparecer os primeiros projetos científicos apoiados pelo sistema de bolsas de iniciação científica da CAPES e do CNPq.

Entrementes, o currículo continua semelhante àquele dos anos de 1980, sem nenhuma alteração significativa. Mas o ensino do jornalismo impresso alcançou novos patamares. Apareceu a *Revista Entrevista*, cuja estrutura e conteúdo procuravam acompanhar as discussões sobre o “*new journalism*”⁶⁵ já presentes no sul/sudeste do país. Enquanto isso, o ensino das técnicas de produção da notícia passou, diferentemente, das décadas anteriores, a flertar com o jornalismo crítico. Embora a estrutura da “sala de redação” do curso, na era da revolução da informática, ainda fosse equipada com máquinas de datilografia dos anos de 1970, a forma de produzir a notícia impressa começava a ser repensada e revolucionada pelos professores dos anos de 1990, apesar de essa década se caracterizar como representante do maior processo de sucateamento das universidades, por parte do governo vigente, já visto na história do ensino superior brasileiro.

Enquanto isso, a prática de produção do jornalismo radiofônico apresentava sinais de mudanças importantes comparadas com as décadas anteriores. Os produtos radiofônicos eram rediscutidos e reatualizados por meio do exercício de programas que contemplavam gêneros em desuso ou subutilizados pelo mercado. Apesar das condições infraestruturais precárias, há também avanços significativos neste item. Neste período, alguns professores do curso tiveram contato com universidades fora do estado, inclusive estrangeiras, o que gerou mudanças efetivas em sua estrutura e orientação, criando-se, ao final do século XX, as condições necessárias para a implantação do primeiro mestrado em comunicação do estado.

Quanto ao ensino das técnicas de produção do jornalismo televisivo, os avanços foram escassos, uma vez que, durante a década de 1990, não havia câmaras de vídeo nem ilhas de edição com as quais os alunos pudessem praticar. O ensino da fotografia também não atendia às necessidades da área e, por isso, não despertava interesse. Não havia praticamente câmaras fotográficas, e as existentes, além de serem defasadas em relação ao mercado, não estavam em bom estado de conservação. As condições infraestruturais do curso de comunicação social da UFC seguiam as correntes em outros cursos do País, naquele momento, típicas das universidades públicas federais e estaduais.

65. O *new journalism* é um gênero jornalístico que defende a ideia de é possível não haver cisões entre uma reportagem e um romance literário. Surgido na imprensa norte americana, nos anos de 1960, pretende unir literatura e jornalismo. Uma das publicações que popularizaram o novo estilo foi a revista. *The New Yorker* que publicou a reportagem-perfil do ator Marlon Brando redigida por Truman Capote. O objetivo era dar um enfoque mais imaginativo e lírico à reportagem, permitindo ao jornalista inserir-se na narrativa sem alterar a realidade da notícia sobre a qual trabalhava. Seus defensores acreditam que o jornalista pode vir a ser “um romancista da realidade que conta histórias”. Tem como principais expoentes Tom Wolfe, Gay Talese, Norman Mailer e Truman Capote.

A política de arrocho e privatizações⁶⁶ iniciada no governo Collor, que encontrou seu ápice nos dois governos FHC, não só reduziu o quadro de professores (durante quase uma década os concursos públicos para a reposição de cargos são interditados) como o financiamento de novos equipamentos ou a manutenção de antigos. Mas, o fim da era FHC e o início da era Lula vão mudar o quadro do ensino superior no Brasil em todas as áreas, inclusive no ensino da comunicação.

Na área educacional, o governo FHC criou as condições legais para o direcionamento das instituições públicas para a esfera privada, por meio de fundações privadas, contratos e convênios com o setor empresarial, todos eles recorrentes nesta década. A mercantilização do ensino superior se embasou no princípio da autonomia universitária que pôde ser identificado, no ideário liberal, com o mercado. O eixo dessa política era garantir que o poder do mercado pudesse, ele mesmo, determinar todas as dimensões da universidade: cursos, tempo, trabalho, docência, pesquisa etc. Esse quadro gerou, em todo o país, um novo setor de investimento: o campo educacional superior (SGUISSARDI, 2000).

No Brasil, em 1998, 62% dos estudantes estavam matriculados nas instituições de ensino superior (IES) particulares (764 instituições particulares, sendo 76 universidades). Em meados dos anos de 1990, foram abertas cerca de 336 instituições particulares. Esse crescimento acentuado tornou o ensino superior brasileiro o mais privatizado da região, contra 10% na Bolívia, 16% na Argentina e 17% no México. Nos EUA, o país tido como referência para a legitimação da privatização do ensino superior, o índice era de 22% (GAZETA MERCANTIL, 1999). Estavam, pois, criadas as condições necessárias para o *boom* de novos cursos de comunicação de origem privada no estado do Ceará.

O SÉCULO XXI

Durante 32 anos, desde a sua fundação, o curso de jornalismo da UFC, como já se disse, reinou soberano no estado, mas a entrada do Brasil no novo milênio mudaria substancialmente este quadro. De uma situação de escassez, passou-se rapidamente a um quadro inflacionário. Se o avanço do ensino superior brasileiro em direção ao ensino particular encontrou o seu período de expansão ainda nos anos de 1990, no Ceará, somente com a entrada do novo século, esta expansão alcançou os cursos de comunicação social. Esta proliferação inscreve-se nos quadros de aumento da oferta de ensino superior embasada na iniciativa privada.

66. O termo privatização designa as iniciativas que ampliam o papel do mercado em setores anteriormente considerados de competência do Estado. Isto inclui não apenas a venda de bens e serviços de propriedade ou de prerrogativa exclusiva do Estado, mas, também, a liberalização de serviços até então de responsabilidade do Estado como a educação, saúde e meio ambiente, pela desregulamentação e estabelecimento de contratos de gestão de serviços públicos por provedores.

Nos início do século XXI, o barateamento das tecnologias da informação e o conseqüente acesso de uma ampla parcela da população à internet consolidaram-se como o grande suporte para a criação de laboratórios experimentais na área de comunicação, o que viabilizou a criação de cursos de comunicação, com habilitações prioritariamente em jornalismo e publicidade e propaganda, na iniciativa privada no Estado. Anteriormente, as dificuldades de acesso às novas tecnologias tornavam oneroso às instituições privadas investirem em tais cursos, em especial, por conta das exigências das atividades laboratoriais. Mas, graças à rede de computadores, alunos e professores passaram a disponibilizar textos, sons, fotos, gráficos ou vídeos a custo muito baixo. Como afirma Zanotti (2008), com a tecnologia, ficou prático e relativamente barato produzir páginas de programas de rádio, telejornais, disponibilizar arquivos em PDF de versões impressas ou adentrar no universo da produção on line propriamente dito. Esta realidade facilitou, pelo menos, no Ceará, a expansão dos cursos de comunicação social, em especial na capital cearense.

A Universidade de Fortaleza (UNIFOR) fundou em 1997, o curso de comunicação social com habilitação em publicidade e propaganda, o primeiro do estado nessa categoria. Em 2001, abriu outro curso na área, desta vez, com habilitação em jornalismo. Em 2000, a Faculdade da Grande Fortaleza (FGF) criou o seu curso jornalismo. Em 2001, as Faculdades Nordeste (FANOR) cria o curso de comunicação social com habilitação também em jornalismo e, em seguida, as habilitações em publicidade e propaganda, rádio e TV. A Faculdade Integrada do Ceará (FIC) criou, em 2001, as habilitações em jornalismo e publicidade e propaganda. Em 2004, a Faculdade 7 de Setembro (FA7) criou também um curso com habilitação em jornalismo. No interstício deste *boom* de crescimento, perdurou ainda a orientação de produzir um profissional polivalente e, ao mesmo tempo, especialista, resultado das múltiplas habilitações que congregavam a plêiade desses cursos.

Marcam esse período alguns projetos que chamavam a atenção para a área, como a entrada no ar da televisão universitária, em agosto de 2005, cuja programação se divide atualmente entre a FGF e a UNIFOR, sem a participação da universidade pública (UFC) e a criação, em 2009, do Programa UFC TV, retransmitido em sinal aberto, pela TV Ceará. A criação do mestrado acadêmico em comunicação social, em 2008, vinculado ao curso de comunicação social da UFC veio suprir os anseios de quantos desejam aprofundar estudos na área e, até então, só conseguiam fora do Estado. No Nordeste, apenas Bahia e mais recente Pernambuco e Piauí contam com seus programas de pós-graduação. Por outro lado, a UFC aumenta as suas habilitações e expande os cursos da área de comunicação social, ao mesmo tempo em que funda o Instituto de Cultura e Arte (ICA), em 2003, que congregou os cursos de graduação

em artes cênicas, cinema e audiovisual, comunicação social (habilitações em jornalismo e publicidade e propaganda), design de moda, música, filosofia, gastronomia e dança. A expansão de cursos e habilitações que, na região Sul/Sudeste do país encontraram lugar nas décadas anteriores, acontece no Ceará apenas na entrada do novo milênio.

No que diz respeito às IES privadas, o grande alicerce deste crescimento, no Ceará, foi a ênfase na conquista da competência técnica e tecnológica. O eixo dessas IES está centrado em discursos que se reportam às inovações dos seus jornais laboratórios e dos seus núcleos de jornalismo, rádio, TV e publicidade e propaganda. Salienta-se a implantação, em alguns desses cursos, desde ilhas de edição em todas as salas de aula a núcleos integrados de comunicação que pretendem recriar as condições de mercado em sala de aula, qualificando, em teoria, seus egressos para as exigências do sistema midiático contemporâneo.

No entanto, como afirma Zanotti (2008), essa pretensão parece ser falha em vários aspectos relevantes. Os famosos jornais laboratórios não são necessariamente jornais, ao menos na formatação em que se encontram no mercado, o que denota diferenciações entre a sua produção em sala de aula e as condições do mercado. As políticas de produção de pautas, o *timing* em que as notícias reportagens são elaboradas, a concorrência entre os diversos veículos de comunicação, as pressões relacionadas à empregabilidade de seus profissionais, aliadas à enormidade de conteúdos encontrada nos jornais “reais”, tornam impossível aos órgãos laboratoriais cumprirem com suas promessas de trazerem “o mercado” para a sala de aula.

Os professores atuantes nas IES de caráter privado vêm dos programas de pós graduação, em geral, das IES públicas, que não conseguem integrar em seus quadros os profissionais que qualificam. Neste sentido, os recursos humanos docentes obedecem a uma mesma formação; então, por que o desempenho é tão dispare (não necessariamente pior) dessas IES? O grande entrave das IES privadas não estaria na qualidade de seu corpo docente, mas em dois fatores que se complementam mutuamente: as suas políticas de educação mercantilizadas e o grande despreparo cultural/intelectual/reflexivo de seus alunos.

Couto (2011) afirma que esse despreparo se apresenta em várias dimensões: o baixo nível de leitura constatado entre seus alunos faz com que, muitas vezes, façam leituras equivocadas de temas discutidos em sala de aula; os conhecimentos gerais acerca da realidade sociopolítica e econômica brasileira e internacional não pré-existem, o uso do senso comum é uma constante; há resistência em buscar fontes de informações distintas da internet, em geral, esta última sem critérios de confiabilidade de seus dados. Este perfil apresentado dos discentes das IES privadas é, entretanto, uma tendência bastante preocupante nas IES públicas, que, a cada ano, se aproximam mais e mais desta realidade. Entretanto, os discentes das

IES privadas ainda têm um vetor que dificulta a supressão das condições desiguais de capital cultural com a qual iniciam seus cursos: oriundos de classes economicamente mais desfavorecidas, estes alunos trabalham para pagar seus estudos, o que diminui o tempo que podem dedicar às atividades acadêmicas.

Por outro lado, no que diz respeito às disciplinas “teóricas” presentes nos cursos privados ou públicos, o paradigma marxista parece ter sido substituído pelas explicações pós-modernas das sociedades e pelos estudos culturais. Da formação funcionalista clássica norte-americana, passou-se a discutir a “problemática da comunicação” e, por último, chegou-se ao círculo dos estudos específicos que dizem respeito a teorias ditas correspondentes a áreas jornalística, publicitária, de cinema, vídeo etc. Como afirma Meditsch (2011), cada nova teoria ensina que as anteriores não tinham importância, mas todas garantem ser mais importantes do que as práticas. Saiu-se de um currículo generalista dos anos de 1960, 1970, passando pelos currículos “críticos” dos anos de 1980 e 1990, para, nos primeiros anos de século XXI, recairmos em um currículo que, apesar de almejar à transdisciplinaridade (um rápido exame dos fluxogramas correntes nas IES públicas e privadas contemporâneas atesta esta realidade), ainda não consegue equacionar a bom termo a relação teoria e prática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se a tensão teoria e prática é um tema recorrente na história dos cursos de comunicação social mundo afora, em pleno século XXI, apesar do aparecimento nos novos currículos de disciplinas que tentam dar conta da inserção das novas tecnologias no sistema midiático e, por conseqüente, de novos campos de atuação do profissional da área, a dissociação entre teoria e prática nunca esteve tão clara. Com o fim da exigência do diploma, os cursos de comunicação social do estado do Ceará vêm apostando no que denominam de “melhor qualificação de seus egressos”. Enquanto os cursos ligados à UFC apostam em uma formação mais humanística (pressionados, quem sabe, em parte, pela sua eterna defasagem em relação às novas tecnologias da comunicação e da informação), as IES privadas apostam no brilho das novas tecnologias. Mas, seja qual for a estratégia utilizada pelas IES, a velha querela entre teoria e prática permanece.

Como afirma Pinto (2004), por mais desenvolvida que apareça no âmbito dos cursos, a componente laboratorial e a produção de meios jornalísticos reais, é muito difícil, embora não de todo impossível, replicar, em um contexto de ensino-aprendizagem, as condições de uma redação profissional, com as condicionantes de natureza editorial e empresarial, de recursos, de ritmos e de *timings*. Assim, a velha promessa de preparar profissionais para o mercado é um trabalho de Sísifo, quando muito, os cursos preparam diplomados, que, na melhor das hipóteses,

reúnem um conjunto de condições, competências e requisitos para eventualmente virem a ser enquadrados pelos seus pares e inseridos no mercado das habilitações, as quais os cursos pretendem prover, reproduzindo o mesmo campo de forças, desiguais e assimétricas, que passaram tantos anos, em teoria, a combater.

Por outro lado, a ênfase em disciplinas de caráter humanístico, relacionadas, à história, economia, literatura, semiótica, filosofia, psicologia, sociologia e congêneres, de tão generalizantes e superficiais, dificilmente capacitam seu público a obter conhecimentos mais pertinentes sobre as principais questões que pulsam em tais áreas e nem sequer servem de chave de inteligibilidade para os eventos mais genéricos que circundam a contemporaneidade. Quando muito, podem ser enquadradas na missão de ampliar os horizontes do futuro cineasta, radialista, publicitário, jornalista ou qualquer outra habilitação que se possa pensar ainda em criar no estado. Em geral, apresentam-se desconectadas da realidade. E quando aplicadas a ela ou ao “campo comunicacional” são afastadas da prática, porque em geral, os mestres que as ministram ou não têm experiência profissional em relação ao campo em que a habilitação pretende atuar ou suas experiências são muito superficiais neste campo.

Assim, em pleno século XXI, no estado do Ceará, depois de 46 anos, depois da fundação da primeira escola de jornalismo do estado, e num contexto de proliferação de cursos de comunicação com habilitações as mais diversas, o modo de conceber e caracterizar os currículos continua a reproduzir a cisão entre o universo da teoria e o da prática. Portanto, muito além das querelas atuais entre as orientações sócio-político-econômicas dos cursos oriundos do contexto privado ou público, ou da recente discussão em torno dos cursos de longa ou de curta duração, o mais relevante é que, em qualquer âmbito em que se construa a práxis dos cursos de comunicação no nosso estado, a ruptura primeira entre teoria e prática continua a ser uma constante.

Apesar dessa constatação, ou paralela a esta, existe, na atualidade, uma participação mais constante de alunos e professores dos cursos de comunicação em eventos, fóruns, congressos e seminários, estimulados pelas exigências de “produtividade” da área, vigentes por todo o Brasil. O trabalho interdisciplinar promovido pelos professores de diversas áreas do campo comunicacional, tanto da IES pública como das IES privadas vem rendendo apresentações de resultados de pesquisa de docentes e discentes em encontros de iniciação à pesquisa, das mais diferentes filiações.

Por outro lado, as pesquisas em andamento dos docentes da área tem garantido a publicação de artigos em revistas de circulação nacional proeminentes. Neste contexto, o resultado dessas práticas reflete ainda a produção de um conjunto variado de produtos advindos das disciplinas de cunho prático-laboratorial,

que incluem jornais murais, impressos, eletrônicos, ensaios fotográficos que preencham um papel de destaque na formação profissional dos egressos, ganhando reconhecimento País afora. Neste sentido, hoje, os cursos de comunicação no estado do Ceará estão conectados com as políticas institucionais vigentes no Brasil, carregando consigo todos os impasses e desafios que tal inserção apresenta à nossa contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

COUTO, Andréa T. Políticas públicas para a educação: a privatização do ensino superior e suas conseqüências para os cursos de Jornalismo de IES IN: **Revista ALTERJOR**. São Paulo: ECA/USP, ano 02, vol.02, julho-dezembro de 2011.

GAZETA MERCANTIL. Análise setorial, V. 1, L.1, SP, 1999.

IANNI, Otávio. **Imperialismo e Cultura**. Petropolis: Vozes, 1976.

MEDITSCH, Eduardo. **Crescer para os lados ou crescer para cima**: o dilema do campo acadêmico do jornalismo IN: www.bocc.ubi.pt, acessado em 12 de maio de 2011.

MIZUKAMI, Maria da Graça Nicoletti. **Ensino**: As Abordagens do Processo. Editora EPU, São Paulo: 1986

NIXON, Raymond. **Education for Journalism in Latin America**. Mineápolis: Minnesota Journalism Center, 1981.

PINTO, Manuel. O ensino e a formação na área de jornalismo em Portugal. IN: **Comunicação e Sociedade**. São Paulo: Metodista, vol 05, 2004.

SÁ, Adísia. **Ensino de Jornalismo no Ceará**. Fortaleza: Imprensa Universitária da Universidade Federal do Ceará (UFC), 1979.

SÁ, Adísia (coord). **Fundamentos Científicos da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1973

SGUISSARDI, V. O desafio da educação superior no Brasil: quais são as perspectivas? IN: Sguissardi, V. (org). **Educação superior**: velhos e novos desafios. São Paulo: Xamã, 2000.

ZANOTTI, Carlos Alberto. Teorias do Jornalismo e atividades laboratoriais. IN: **VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo:UMESP, 2008.

Região Centro-Oeste



CENTRO-OESTE: CINCO DÉCADAS DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Bruno Augusto Amador Barreto*

A OCUPAÇÃO DO OESTE BRASILEIRO

A história do centro geográfico do Brasil pode ser dividida em dois períodos: o primeiro compreende 460 anos, da Colônia a meados do século XX, e o segundo com 50 anos, após a inauguração de Brasília, em 1960. Até o início da construção da nova capital do país, em meados dos anos 50, o oeste brasileiro vivia “a despeito da decadência e mesmo relativo despovoamento” (RICARDO, 1970: 102). No início do século XX, ainda são muitos os relatos de apreensão com a falta de habitantes e desenvolvimento na região (BARÃO DE MELGAÇO, 1905). MARQUES DE MELO (2001: 15) destaca que a “Região Centro-Oeste costuma figurar no conjunto dos episódios da nossa história como caudatária dos acontecimentos protagonizados pelos centros hegemônicos nacionais”, aponta ainda que a “explicação é plausível, pois se trata de um território que só foi desenvolvido tardiamente” (*ibid.*).

A construção de Brasília possui uma importância histórica na integração e no desenvolvimento do interior do país. “Tratando-se de uma região central e com dificuldades de ligação com o mar” (ANDRADE, 2007: 285), logra um desenvolvimento significativo somente após ser transformada também em centro político. Nos anos 60, o Centro-Oeste assiste, pela primeira vez em sua história, as suas imensas áreas despovoadas receber um grande contingente humano e financeiro, com investimentos em infraestrutura e movimentos migratórios sem precedentes. De 1872, quando é feito o primeiro recenseamento no Brasil, até 2010, a população da região cresceu mais de 60 vezes; seus 1.736.965 habitantes, nos anos 50, saltou para os quase 14 milhões atuais.

*Doutorando em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo. Bolsista do Programa de doutorado no País com Estágio no Exterior (PDEE) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), na Universidad Pontificia de Salamanca (Espanha). Coordenador e professor dos cursos de Comunicação Social do Centro Universitário da Grande Dourados (UNIGRAN). E-mail: brunoaabarreto@gmail.com.

ANOS 60 E 70: OUSADIA E PIONEIRISMO

“Não são, pois, somente as mercadorias, os artigos de comércio, os produtos, mas a língua, a cultura, as ideias e os costumes que circulam ao longo dos caminhos. (...) Todos os que habitam ao longo e na vizinhança dos caminhos, ficam diretamente sob a influência dos focos de irradiação de cultura, e tendem a transformar-se sob a pressão, mais ou menos intensa, dos elementos de cultura, material e espiritual que o comércio, as migrações e as viagens põem com frequência ou constantemente, em circulação.” (AZEVEDO, 1958: 15)

A conquista do espaço territorial, com a abertura das vias de comunicação significou também abrir o caminho para as ciências da comunicação no centro do Brasil. Tão logo foi inaugurada a capital, a primeira universidade do oeste brasileiro foi criada, “a fundação imediata da Universidade de Brasília constitui fator decisivo para criar no Planalto Central um pólo intelectual arrojado e inovador. E isso foi produto indiscutível da atitude patriótica e destemida de Darcy Ribeiro, ao conceber uma universidade comprometida com o futuro” (MARQUES DE MELO, 2001: 15). Para DUARTE e BARROS (2004: 95) a “construção da Capital fez que, do ponto de vista da história das ciências da comunicação no Brasil, a sua principal universidade, a Universidade de Brasília (UnB) já nascesse como pólo de pesquisa pioneiro e significativo”.

O pioneirismo da UnB na região Centro-Oeste, com seu projeto “inovador e ousado”, a projeta entre as principais instituições do país, protagonista em vários momentos da história das ciências da comunicação do Brasil. Entre as cenas que a UnB é protagonista destaca-se a instalação da primeira Faculdade de Comunicação de Massa do Brasil, agrupando os cursos de jornalismo, TV-rádio-cinema e publicidade e propaganda, já em 1963. Segundo GERALDES (2001: 283), dois anos após sua criação, a faculdade contava com 51 graduandos de jornalismo e 22 em cinema.

Problemas? Inúmeros. A ditadura militar, instaurada no país em 64, afastara o diretor da Faculdade, Pompeu de Souza; um significativo contingente de professores pediu demissão e até a palavra *massa*, no nome, provocava polêmica. Os militares a consideravam subversiva.

Luiz Beltrão, que assumira a direção da Faculdade depois da saída de Pompeu de Souza e também acabara sendo afastado (...). A Faculdade de Comunicação se corroia, fruto de disputas internas e a ditadura dava sinais de que não acabaria tão cedo. GERALDES (2001: 283)

Segundo a UnB (2010), a faculdade foi “criada segundo uma concepção pioneira e inovadora” que “foi brutalmente interrompido pelos acontecimentos políticos de 1964”. A faculdade ressurgiu em 1966, sem o “subversivo” nome “de massas”.

Além da primeira faculdade de comunicação, a UnB titula o primeiro doutor, Luiz Beltrão, e o primeiro mestre em comunicação do país, José Salomão David Amorim; possibilitando que:

(...) a região Centro-Oeste tenha ocupado na História Brasileira das Ciências da Comunicação um lugar especial. Brasília funciona, nos anos 60, como alavanca dos modernos estudos acadêmicos sobre a comunicação de massa. Verifica-se ali ideias vanguardistas que circulam no imaginário internacional, catalisando o conceito de “aldeia global” esboçado por Marshall McLuhan. (MARQUES DE MELO, 2001: 15)

No final desta década, em março de 1968, a Universidade Federal de Goiás (UFG) abre seu curso de jornalismo; mesmo sendo criado cinco anos após o da UnB, para o Ministério da Educação (2008), é o pioneiro na área de comunicação social do Centro-Oeste. Segundo o *site* do MEC, os cursos de jornalismo e publicidade da UnB são oficialmente criados em 1971. Já o primeiro curso de relações públicas no centro geográfico do país é criado em 1975, na UFG.

Até o fim dos anos 70, o Centro-Oeste contava com cinco cursos na área da comunicação social, sediados em Brasília e Goiânia: jornalismo, TV-rádio-cinema e publicidade, na UnB, e jornalismo e relações públicas, na UFG.

ANOS 80 E 90: DA ESTAGNAÇÃO AOS NOVOS CAMINHOS

Nos anos 80, há uma estagnação na abertura de cursos na Região, onde apenas duas graduações são criadas; uma no início desta década: radialismo, aberta em março de 1981, na Universidade Federal de Goiás. E outra na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, já no final da década, em 1989, com o primeiro curso de jornalismo fora do eixo Brasília-Goiânia.

Na década de 90, os cursos quase quadruplicam, passando de apenas sete para 27. O estado de Mato Grosso recebe seus primeiros cursos em 1990, na Universidade Federal de Mato Grosso com as habilitações de jornalismo, radialismo e publicidade e propaganda. Em 1992, surge a primeira graduação no interior da região, em Várzea Grande, região metropolitana de Cuiabá, com a criação do curso de jornalismo do Instituto Varzeagrandense de Educação. Já os cursos de publicidade e propaganda da Universidade de Cuiabá e do Centro Universitário Cândido Rondon são criados em 1996 e 1995, respectivamente.

Em 1994, surgem em Mato Grosso do Sul os cursos de publicidade e propaganda, relações públicas e rádio e TV na Universidade Católica Dom Bosco, em 1990 abrem o curso de jornalismo. Neste período, a Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal também inicia seus cursos de jornalismo e publicidade e propaganda.

Em Goiás, apenas o curso de publicidade e propaganda da UFG, aberto em 1997, foi criado nesta década. No Distrito Federal, os cursos de jornalismo e publicidade e propaganda são criados na Universidade Católica de Brasília, em 1996, no Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB), em 1998 e no Centro Universitário Planalto do Distrito Federal, em 1999; neste ano, o IESB funda o bacharelado em comunicação institucional e relações públicas.

O final dos anos 90 e o início do século XXI foram marcados pelo o aumento do número de instituições e de cursos de ensino superior em todo o país; fenômeno possibilitado pelo incentivo do Governo Federal, após a publicação da Lei de Diretrizes e Bases, no final de 1996. O grande crescimento ocorre no último governo do presidente Fernando Henrique Cardoso e no primeiro do presidente Luis Inácio Lula da Silva. O segundo governo do presidente Lula, de 2007 a 2010, há uma desaceleração deste crescimento, principalmente nas instituições privadas, que passam por um controle mais rígido pelo Governo Federal.

ANOS 2000: MULTIPLICAÇÃO DO ENSINO

Nos anos 2000, o Brasil vive um momento ímpar em sua economia, marcado pelo significativo aumento do consumo. Chega ao final da primeira década do século XXI com um investimento publicitário na ordem dos 24,7 bilhões de reais (2009), contra os 10,9 bilhões que foram investidos no ano 2000. O país é o maior mercado da América Latina - único continente onde a publicidade cresceu em 2009; o Brasil ocupa ainda a sétima posição mundial em investimentos em propaganda, atrás de Estados Unidos, Japão, Alemanha, China, Reino Unido e França, respectivamente.

Este cenário favorável, vivido nos anos 2000, é chamado pelo Mídia Dados 2010 como a “A década de ouro” da mídia nacional: “A multiplicação da riqueza do Brasil por quase três – e o correspondente crescimento do potencial de consumo de toda a população – e também do investimento publicitário mais do que bastariam para justificar o título de Década de Ouro para o período iniciado em 2000.” (42-60). No Centro-Oeste a indústria midiática tem alçado bons resultados nos últimos anos, sobretudo nos meios jornal e televisão.

A aprovação da LDB na década anterior, acrescida do cenário econômico favorável, permitiu um crescimento acentuado na criação de cursos de comunicação social no Centro-Oeste. Nos anos 2000, 79 cursos são criados, ou seja, 75,2% de todas as graduações existentes na região ainda não completaram 10 anos de existência (em Goiás este percentual chega a 91,4%). Chegamos ao final da década com 105 cursos, entre bacharelados e tecnológicos, na área comunicação social, em 50 instituições de ensino, como podemos ver na Tabela 1.

TABELA 1
Cursos de Graduação em Comunicação Social no Centro-Oeste

	DF	GO	MT	MS	Total
IES com cursos de Comunicação Social	15	16	09	10	50
Habilitações em Jornalismo	10	08	07	07	32
Habilitações em Publicidade	15	10	05	07	37
Habilitações em Relações Públicas	02	04	01	01	08
Outras habilitações	04	02	01	02	09
Cursos Tecnológicos	03	11	00	05	19
Total de cursos	34	35	14	22	105

Fonte: Ministério da Educação (2008), elaboração própria.

Dos 105 cursos, 60% estão no eixo Brasília-Goiânia, as duas maiores cidades da região, contra 21,9% que estão nas capitais pantaneiras, Cuiabá e Campo Grande; sendo os outros 18% ofertados em cidades do interior. Até meados da década de 90, os cursos na área concentravam-se basicamente nas capitais, hoje encontramos habilitações de comunicação sendo ofertadas também em onze cidades do interior: em Goiás nas cidades de Anápolis, Luziânia, Rubiataba e Rio Verde; em Mato Grosso em Alto Araguaia, Rondonópolis, Sinop e Várzea Grande; e em Mato Grosso do Sul em Dourados, Três Lagoas e Seviria.

O ensino de graduação em comunicação social no Centro-Oeste é majoritariamente privado, apenas 11,4% dos cursos são ofertados por instituições públicas - federais e estaduais. Todas as universidades federais localizadas nas capitais do Centro-Oeste possuem cursos de jornalismo e publicidade, com a exceção da UFMS que possui apenas o curso de jornalismo. Das instituições públicas, apenas a Universidade Federal da Grande Dourados e a Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul chegam ao final da primeira década do século XXI sem ofertar nenhum curso na área. As Universidades Federais de Brasília, de Goiás e de Mato Grosso possuem três cursos de graduação cada, a de Mato Grosso do Sul e as Universidades Estaduais de Goiás e Mato Grosso oferecem uma habilitação.

O crescimento do número de graduações no Centro-Oeste nas duas últimas décadas não é acompanhado pelo nível de pós-graduação *stricto sensu*. O segundo mestrado em comunicação do Centro-Oeste surge apenas quatro décadas após a criação do programa pioneiro da UnB: em 2007, na Universidade Federal de Goiás; um ano depois, é lançado o programa da Universidade Católica de Brasília. E recentemente, em agosto de 2011, o quarto mestrado em comunicação do Centro-Oeste inicia suas atividades, tendo como sede a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

No entanto, estes Programas ainda não suprem a demanda de mais de 100 cursos de graduação, a região carece de mestres e doutores em Comunicação. Esta situação dificulta a abertura de núcleos de pesquisa com fomento de órgãos federais, como CNPq e CAPES, dado ao reduzido número de doutores. O problema é agravado se considerarmos o pequeno apoio à pesquisa dos respectivos órgãos de fomento estaduais. Das 50 instituições da região, apenas 11 são universidades; faculdades isoladas e centros universitários não possuem obrigação legal com a pesquisa, o que minimiza ainda mais a sua realização.

Segundo a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES, 2010), órgão do Ministério da Educação do Brasil responsável pela regulamentação dos cursos de mestrado e doutorado, existem, em 2010, 54 Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação Social e Ciências da Informação no país, destes 39 são Mestrados e 15 Doutorados. A maioria dos cursos está localizada no Sudeste, esta região e o Sul do país detêm 75,9% de todos os Programas de Pós-Graduação na área. A Região Nordeste possui 12,9% destes cursos; seguida pelo Centro-Oeste, com 7,4%; e o Norte, com 3,7%.

Para o Prof. Wilson Gomes, da Universidade Federal da Bahia, então coordenador da área de Ciências Sociais Aplicadas I da CAPES, no Brasil “(...) seriam precisos 33 anos para que o sistema conseguisse terminar de doutorar todos os docentes necessários à graduação em Comunicação” (GOMES, 2000: 128).

Além de poucos Programas *Stricto Sensu*, segundo o Ministério da Integração Nacional, “o investimento em P&D no Centro-Oeste ainda é muito modesto e bastante concentrado no Distrito Federal. A região conta com 6.162 pesquisadores, a grande maioria nas Universidades e mais de um terço no Distrito Federal” (2006: 94). Em 2009, apenas 24 pesquisadores possuíam bolsa de estudos da CAPES para realizar Pós-Graduação em todo o Centro-Oeste (GEOCAPES, 2009).

Ao entrar nos anos 10, década que completaremos 50 anos do Campo Comunicacional no Centro-Oeste, percebemos que o “lugar especial” e pioneiro destacado pelo professor MARQUES DE MELO (2001: 15), ocupado pela Região nas Ciências da Comunicação brasileira, ainda restringe-se ao Distrito Federal, especificamente ao Programa da UnB. Esta Universidade, impar na região, não reflete de forma direta a memória das Ciências da Comunicação dos Estados de Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. O campo comunicacional, assim como foi a ocupação territorial, possuiu um desenvolvimento tardio e lento, ficando praticamente estagnados até os anos 2000. Há cinco anos, como visto, o Centro-Oeste possuía apenas um Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu*.

Dado o espaço deste texto e a incoerência que seria particularizar o seu conteúdo em um único Programa de Pós-Graduação, já que a proposta é fazer uma retrospectiva do campo em todo o Centro-Oeste, faremos a seguir uma

apresentação da proposta e dos principais indicadores fornecidos pela CAPES (2010) sobre os três primeiros Programas da Região. O mestrado da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, criado há apenas alguns meses, até a data que escrevemos este capítulo (setembro de 2011) ainda não possuía seus indicadores divulgados no portal da CAPES.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

O Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação da Universidade de Brasília, como visto, foi o primeiro da Região Centro-Oeste; segundo a CAPES (2010) “é o terceiro mais antigo do país”. Criado de fato em 1963, com sérias dificuldades durante os primeiros anos da Ditadura Militar, inicia oficialmente suas atividades em 1974 (GERALDES, 2001: 283), o Programa começa oferecendo um mestrado; 40 anos depois, em 2003, o doutorado inicia suas atividades. Atualmente os dois níveis estão estruturados em uma Área de Concentração: “Comunicação e Sociedade”, que abriga quatro Linhas de Pesquisa, Tabela 2.

TABELA 2

Dados do Programa em Comunicação da UnB

Nível	Início	Área de Concentração	Linhas de Pesquisa
mestrado	1974	Comunicação e Sociedade	1. Imagem e Som
doutorado	2003		2. Jornalismo e Sociedade 3. Teorias e Tecnologias da Comunicação 4. Políticas de Comunicação e de Cultura

Fonte: CAPES (2010)

O curso de mestrado, por muitos anos o único da região, tem importante papel na formação de docentes e pesquisadores na Região Centro-Oeste. O Projeto do doutorado na Universidade surge nos “primeiros anos da década de 90. Em 1999, o Projeto de doutorado foi aprovado pelas instâncias superiores da Universidade de Brasília, sendo que o primeiro edital de seleção para o doutorado foi lançado em 2002, com aulas iniciando-se no primeiro semestre de 2003.” (UnB, 2010b).

Segundo a Proposta do Programa (UnB, 2010b), a sua Área de Concentração reflete “a vocação da Faculdade” e tem por objetivo “a investigação das práticas, processos, produtos, instituições e tecnologias do campo da Comunicação e suas relações com as esferas políticas, econômicas e culturais das sociedades contemporâneas.”

As quatro Linhas possuem 22 Projetos de Pesquisas, sendo que cinco estão concluídos e o restante em andamento. As Linhas *Jornalismo e Sociedade* e *Imagem*

e *Som* são as que possuem o maior número de Projetos de Pesquisas, oito e sete, respectivamente. Nenhuma Linha de Pesquisa apresenta trabalhos ligados diretamente à Comunicação e a Sociedade da Região Centro-Oeste.

O Corpo Docente é formado por 23 pesquisadores, sendo 15 permanentes, sete colaboradores e um visitante. A área de formação do quadro é diversificada, 12 (52,1%) são titulados em Comunicação; três (13%) em Sociologia; dois (8,6%) em Ciências da Informação; dois (8,6%) em Comunicação Visual; dois (8,6%) em Ciências Sociais Aplicadas; um (4,3%) em Economia; e um (4,3%) em História.

Estes docentes são egressos de 15 Universidades: sete (30%) da própria Universidade de Brasília; dois da Universidade Estadual de Campinas; um da Universidade de São Paulo; um da Universidade Pontifícia Católica de São Paulo; um da Universidade do Vale do Rio dos Sinos; e 11 (47,8%) foram titulados em Universidades estrangeiras: dois na Universidad Autonoma de Barcelona, Espanha; um na Universidad Complutense de Madrid, Espanha; um na Universidade Nova de Lisboa, Portugal; um na Université de Grenoble, França; um na Graduate Center/CUNY, EUA; um na McGill University, Canadá; um na Université René Descartes – Sorbone, França; um na University of Wisconsin, EUA; um na Universidade de Lancaster, Grã-Bretanha; e um na University of Missouri, EUA.

A CAPES (2010) destaca a grande experiência do Corpo Docente, quatro (17,3%) concluíram o doutorado há mais de 25 anos; dois (8,6%) há mais de 15; quatro (17,3%) há mais de dez; onze (47,8%) há mais de cinco; e apenas dois (8,6%) há menos de cinco anos.

O Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília, desde 1977, data oficial da primeira dissertação defendida, formou 306 pesquisadores, sendo 19 doutores e 290 mestres. A UnB teve uma média de 9,2 pós-graduados por ano, um indicador baixo dado a carência de pesquisadores em Comunicação no Centro-Oeste. Esta média é 5,2 vezes menor que a do Programa da Universidade de São Paulo, com 47,8 pós-graduados por ano; outro Programa pioneiro, contemporâneo ao da UnB, que formou de 1972 a junho de 2008, “1727 pós-graduados, sendo 632 doutores e 1095 mestres.” (VASSALLO DE LOPES, 2008: 200).

Conforme observamos na Tabela 3, o curso de mestrado ainda é o que possui a grande maioria dos egressos, o doutorado da UnB, em sete anos de atividade titulou apenas 16 pesquisadores.

TABELA 3
Teses e Dissertações em Comunicação defendidas na a UnB

	1977/ 1979	1980/ 1989	1990/ 1999	2000/ 2006	2007/ 2008	2009/ 2010	TOTAL
DO	-	-	-	-	11	5	16
ME	19	24	73	111	30	33	290

Fonte: CAPES (2010) e UnB (2010a)

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

O segundo Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação da Região Centro-Oeste passou por vários anos de construção até sua recomendação pela CAPES, a primeira proposta foi apresentada sem êxito em 2003, a equipe de professores envolvida no projeto readequou o mesmo e o apresenta pela segunda vez, mais uma vez a comissão de especialistas do órgão do Ministério da Educação não aprova a criação do mestrado na Universidade Federal de Goiás. Na terceira tentativa, o projeto é aprovado e o Programa inicia suas atividades em 2007, com o nível de mestrado (UFG, 2010b). O curso possui como Área de Concentração: “Comunicação, Cultura e Cidadania”, que abriga duas Linhas de Pesquisa, Tabela 4.

TABELA 4
Dados do Programa em Comunicação da UFG

Nível	Início	Área de Concentração	Linhas de Pesquisa
mestrado	2007	Comunicação, Cultura e Cidadania	1. Mídia e Cultura 2. Mídia e Cidadania

Fonte: CAPES (2010)

O curso surge com grandes expectativas na Região, conhecendo a carência de pesquisadores no Centro-Oeste o “Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação da Universidade Federal de Goiás tem por objetivo a capacitação e a formação de profissionais para atuarem na docência do ensino superior, na pesquisa científica e no desenvolvimento de atividades inerentes à área de concentração” (UFG, 2010b). A qualificação profissional e a formação de mais mestres no Brasil Central em Goiás é uma injeção importante para a solidificação das Ciências da Comunicação na Região, até então exclusiva do Programa da UnB.

Segundo a Proposta do Programa (UFG, 2010b), “com a finalidade de inserir-se no contexto nacional” a UFG “tem consolidado espaço para acordos com outros programas de Pós-graduação, além de manter um permanente e importante diálogo com entidades científicas tais como Intercom (Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), Compós (Associação Nacional de

Programas de Pós-Graduação em Comunicação), Socine (Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema), Abralic (Associação Brasileira de Literatura Comparada)”.

Atualmente as duas Linhas de Pesquisa possuem 22 Projetos de Pesquisas, um já concluído. A Linha de *Mídia e Cultura* conta com doze Projetos e a de *Mídia e Cidadania*, dez.

O Corpo Docente é formado por dez pesquisadores, nove permanentes e um colaborador. Destes 50% são titulados em Comunicação; dois professores cursaram o doutorado em Ciências da Informação; um em Cinema, um em Letras e outro em Educação. Estes docentes são egressos de oito Universidades, seis nacionais e duas estrangeiras: três são da Universidade de São Paulo; já a Universidade Metodista de São Paulo, a Universidade Federal da Bahia, a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e a Universidade de Brasília, possuem um egresso cada; as universidades estrangeiras, também com um titulado cada, são a Universidade de Sorbone, na França, e a Universidad de Múrcia, na Espanha. Quanto à experiência do Corpo Docente, o Programa da UFG possui 60% do seu quatro com doutorado concluído há mais de 10 anos; com destaque a um com mais de 20 anos e três com mais de 15; nos outros 40%, encontramos três doutores há mais de cinco anos e apenas um com menos de cinco.

Iniciado em 2007, o Programa da UFG formou seu primeiro mestre já no ano seguinte, de atividade recente, o mestrado fecha o ano de 2010 com seus primeiros 20 pesquisadores, conforme observamos na Tabela 5.

TABELA 5
Dissertações em Comunicação defendidas na UFG

	2008	2009	2010*	Total
ME	1	9	10	20

Fonte: CAPES (2010) e UFG (2010) *Defesas até em novembro de 2010

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA

O segundo Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação do Distrito Federal, terceiro do Centro-Oeste, inicia suas atividades em 2008 na Universidade Católica de Brasília (UCB). Assim como o Programa iniciado no ano anterior em Goiás, o mestrado da UCB tem como proposta a “formação avançada de professores e pesquisadores”.

Os objetivos do Programa da UCB são os únicos entre os Programas da Região que apresentam um objetivo específico com referência ao Centro-Oeste. O mestrado está estruturado em uma Área de Concentração e duas Linhas de Pesquisa, Tabela 6.

TABELA 6
Dados do Programa em Comunicação da UCB

Nível	Início	Área de Concentração	Linhas de Pesquisa
mestrado	2008	Processos Comunicacionais	1. Processos Comunicacionais na Cultura Mediática 2. Processos Comunicacionais nas Organizações

Fonte: CAPES (2010)

O objetivo da Área de Concentração é “produzir conhecimento a partir da observação dos fenômenos intrínsecos à comunicação enquanto processo, situando-os histórica e epistemologicamente, justificando as abordagens e as tendências teóricas e metodológicas, de forma a avançar na circunscrição do campo da comunicação como ciência, destacando a valorização da formação docente e as possibilidades de inserção transformadora nos processos da comunicação” (UCB, 2010).

As duas Linhas do Programa possuem juntas sete Projetos de Pesquisa, todos em andamento; sendo cinco ligados a Linha *Processos Comunicacionais na Cultura Mediática* e dois na Linha de *Processos Comunicacionais nas Organizações*.

O Corpo Docente é formado por nove pesquisadores, sete permanentes e dois colaboradores. A formação do quadro é composta por cinco áreas: Comunicação, com quatro titulados; História, com dois; e Sociologia, Linguística e Artes com um cada. Estes docentes são egressos de cinco Universidades, uma delas estrangeira. A Universidade de Brasília e a Universidade de São Paulo titularam três doutores cada; a Universidade Metodista de São Paulo e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, um cada; e um docente foi titulado na França, Université de Paris III. Quanto à experiência do Corpo Docente, a UCB conta com um doutor titulado há mais de 20 anos, cinco há mais de 10 anos e três há cinco anos ou mais.

Com as atividades iniciadas em 2008, os primeiros mestres em Comunicação da Universidade Católica de Brasília são titulados em 2010. Atualmente, seis pesquisadores possuem o título de Mestre da única universidade privada com Programa *Stricto Sensu* na área no Centro-Oeste, Tabela 7.

TABELA 7
Dissertações em Comunicação defendidas na UCB

	2009	2010	Total
ME	-	6	6

Fonte: UCB (2011)

PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO NO CENTRO-OESTE

Como relatam GUSHIKEN e POSSARI (2007:121) o estado-da-arte da Pesquisa em Comunicação no Centro-Oeste ainda possui pouca sistematização e

institucionalização; são poucas as referências bibliográficas e os pesquisadores com estudos sobre o sistema midiático e o campo comunicacional da Região.

Um estudo pioneiro e ímpar de resgate da memória das Ciências da Comunicação na macro-região Centro-Oeste surge por meio da Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, em parceria com o UniCEUB de Brasília; o trabalho resgata a trajetória de pesquisadores do Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. A iniciativa é personificada na figura dos pesquisadores José Marques de Melo e Jorge Duarte (2001) coordenando um grupo de 26 pesquisadores que perfilarão a trajetória de 37 personagens comunicacionais da região; sendo: 21 do Distrito Federal, dois de Goiás, dois de Mato Grosso do Sul e doze do Mato Grosso, neste último os pesquisadores não são perfilados individualmente, mostra as pesquisas realizadas pelos professores da UFMT.

O Grupo do Distrito Federal é bem representado no estudo, com mais da metade dos perfilados; o Grupo do Mato Grosso, em escala menor, também possui uma unidade de grupo representada; já os Grupos de Goiás e Mato Grosso do Sul não são, propriamente, resgatados, e sim possuem pesquisadores estudados. Principalmente, com a criação do mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Goiás, e recentemente o da UFMS, há a necessidade de conhecer melhor os Grupos do interior do Centro-Oeste, não apenas do pólo hegemônico da região, Brasília.

Em 2008, a pesquisadora Nelia R. del Bianco da Universidade de Brasília, fez um estudo levantando as pesquisas realizadas na região sobre “A questão ecológica na agenda da pesquisa em comunicação da Região Centro-Oeste”. Segundo BIANCO, mesmo com a presença da ecologia em nossos veículos e cenários “o tema é abordado de forma tímida no conjunto da pesquisa em comunicação na região Centro-Oeste” (2008: 454). BIANCO também destaca o papel do pesquisador Eron Brum nos estudos ligados ao meio ambiente no Centro-Oeste:

O pesquisador de destaque, na área de mídia, ecologia, meio ambiente da região Centro-Oeste é, sem dúvida, o professor da UNIDERP Eron Brum. Mestre e doutor em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP, professor do mestrado em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional, esse jornalista do Mato Grosso do Sul, formado pela Universidade Católica de Santos, faz diferença ao encarar o desafio da interdisciplinaridade ao orientar dissertações fora de um programa de pós-graduação em Comunicação. (2008: 463)

Outro estudo de resgate das pesquisas realizadas no Centro-Oeste é realizado pela professora do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso, Maria Helena Antunes (1999: 247), há pouco mais de dez anos, quando se comemorou os 20 anos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Ciências da Comunicação (Intercom), a pesquisadora já

mostrava preocupação e elucidava o estado da pesquisa em Comunicação no Centro-Oeste. Em seu estudo, fez um levantamento de 1974, com as primeiras pesquisas na UnB, até 1997 sobre as investigações na área em dez escolas da região. Obteve os seguintes resultados: DF: 102 pesquisas; GO: 15; MS: 18; e MT: 40, totalizando 175 pesquisas. Destacam-se as produções de Brasília, por ser a única cidade na época a possuir um programa na área, e a UFMT, que em 1997 desenvolveu um mestrado Interinstitucional em Comunicação em convênio com a ECA/USP. As outras pesquisas foram realizadas em programas afins, como as pesquisas realizadas no mestrado em Educação da UFMS, com enfoque na Comunicação. Entretanto, as pesquisas apontadas por ANTUNES são sobre a Comunicação Social em geral, não são estudos específicos sobre a área no Centro-Oeste.

Os pesquisadores de Mato Grosso, especificamente da UFMT, destacam-se na contribuição à área com o registro da memória das Ciências da Comunicação na região, principalmente por meio de publicações nos livros e revistas da Intercom, além do trabalho de ANTUNES (1999), acrescenta-se os professores GUSHIKEN e POSSARI (2007). MOTTA FILHO (2008), também da UFMT, destaca o papel institucionalizador da Intercom Centro-Oeste, narrando a memória do evento de 2007, realizado em Cuiabá, diz que um dos resultados do evento “foi a aproximação institucional de pesquisadores e professores de Mato Grosso com pares de Goiás, Brasília e Mato Grosso do Sul.”

Com estudos incipientes sobre o Campo Comunicacional no Centro-Oeste, a primeira Tese de doutorado sobre a Região será defendida, pelo autor deste capítulo (BARRETO, 2011), no final de 2011, sob orientação do Prof. Dr. José Marques de Melo.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Manuel Correia de. **Formação territorial e econômica do Brasil**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2007.
- ANTUNES, M. H., **O estado da pesquisa em comunicação na região centro-oeste**. IN: LOPES, M. E. V., Vinte anos de Ciências da Comunicação no Brasil. Santos: Universidade Santa Cecília, 1999.
- AZEVEDO, Fernando de. **Um trem corre para o Oeste**: Estudo sobre a Noroeste e seu papel no sistema de viação nacional. 2ª ed. São Paulo: Edições Melhoramentos, 1958.
- BARRETO, Bruno Augusto Amador. **Geografia da Comunicação no Centro-Oeste**. Tese de Doutorado. Orientação: Prof. Dr. José Marques de Melo. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2011.

BIANCO, N. R., **A questão ecológica na agenda da pesquisa em comunicação da Região Centro-Oeste**. IN: MARQUES DE MELO, J., Mídia, Ecologia e Sociedade. São Paulo: Intercom, 2008.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Ministério da Educação. **Mestrados e Doutorados Recomendados na Região Centro-Oeste**. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/cursos-recomendados>, acessado em 5 de dezembro de 2010.

DUARTE, J. e BARROS, A. **Disseminação da Teoria Crítica na Universidade Brasileira: estudo de caso do grupo comunicacional da UnB**. In: MARQUES DE MELO, J. e GOBBI, M. C. (Orgs) Pensamento comunicacional latino-americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico. São Bernardo do Campo: UMESP: Cátedra UNESCO de comunicação para o desenvolvimento regional, 2004.

GEOCAPES. Dados Estatísticos: **Concessão de Bolsas de pós-graduação da Capes no Brasil**. Disponível em: <http://geocapes.capes.gov.br>; acessado em 22 de novembro de 2010.

GERALDES, E. **Pós-Graduação na UnB: o ventre da memória**. In: MARQUES DE MELO, J. e DUARTE, J. Memória das ciências da Comunicação no Brasil: os grupos do Centro-Oeste. Brasília: UniCEUB, 2001

GOMES, Wilson. Entrevista In: MOREIRA, Sonia Virginia. **O estado da arte dos cursos brasileiros de pós-graduação em Comunicação**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo – Volume XXIII, nº 2, julho/dezembro de 2000.

GUSHIKEN, Y. e POSSARI, L. H. V. **Centro-Oeste: práticas midiáticas e pesquisa acadêmica**. IN: MELO, J. M. e MORAIS, O. J. (Orgs), Mercado e Comunicação na Sociedade Digital. São Paulo: Intercom; Santos/SP: Unisanta, Unisantos e Unimonte, 2007.

MARQUES DE MELO, J. e DUARTE, J. **Memória das ciências da Comunicação no Brasil: os grupos do Centro-Oeste**. Brasília: UniCEUB, 2001

MEC. Ministério da Educação. **Relação em Cursos de Comunicação Social na Região Centro-Oeste**. Correio Eletrônico, março de 2008.

MELGAÇO, Barão de. (Augusto Leverger). **Vias de Comunicação de Matto-Grosso**. Publicação Oficial. Cuyabá: Estabelecimento Avelino de Siqueira, 1905.

MÍDIA DADOS 2010. São Paulo: Grupo de Mídia de São Paulo, 2010

MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL. **Plano Estratégico de Desenvolvimento do Centro-Oeste (2007-2020)**. Brasília, 2006.

MOTTA FILHO, Afrânio, **UFMT faz balanço positivo do Intercom Centro-Oeste 2007**. Revista Brasileira de Comunicação, São Paulo, v.31, n.1, janeiro/junho 2008

RICARDO, Cassiano. **Marcha para Oeste**: a influência da “Bandeira” na formação social e política do Brasil. Vol. I e II. 4 ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Editora da Universidade de São Paulo, 1970

UFG. Universidade Federal de Goiás. **Proposta do Programa em Comunicação/UFG** - 2009. Disponível em: <http://www.capes.gov.br>, acessado em: 07 de dezembro de 2010a.

_____. mestrado em Comunicação. Disponível em: <http://www.facomb.ufg.br/mestrado>, acessado em: 10 de dezembro de 2010b.

UCB. Universidade Católica de Brasília. **Proposta do Programa em Comunicação/UCB** - 2009. Disponível em: <http://www.capes.gov.br>, acessado em: 10 de dezembro de 2010.

_____. mestrado em Comunicação. Disponível em: <http://www.poscomunicacao.ucb.br/textos/2/201/Dissertacoes/?sIT=8>, acessado em: 18 de janeiro de 2011.

UnB. Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação. Disponível em: <http://www.fac.unb.br>; acessado em 10 de dezembro de 2010a.

_____. Proposta do Programa em Comunicação/UnB - 2009. Disponível em: <http://www.capes.gov.br>, acessado em: 10 de dezembro de 2010b.

VASSALLO DE LOPES, M. I. **A Pós-Graduação em Comunicação na USP: pioneirismo e contribuições na construção do Campo no Brasil**. IN: Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. Año V – Número 8-9 – Enero/Diciembre de 2008. São Paulo: ALAIC, 2008.

Região Sudeste



CENÁRIOS E PERSPECTIVAS DA PÓS-GRADUAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE

Maria Cristina Gobbi*
Juliana C. G. Betti**

A experiência brasileira de pós-graduação nos últimos anos é a coisa mais positiva da história da educação superior no Brasil e é também a que tem que ser levada a sério.

(Darcy Ribeiro)

INTRODUÇÃO

Foi precisamente no final da década de 1970 que Darcy Ribeiro acenou positivamente em relação ao desenvolvimento de políticas de implantação dos cursos de pós-graduação no Brasil. Ainda que inicialmente o enfoque pudesse privilegiar apenas alguns aspectos das inúmeras possibilidades advindas dessa inauguração, como as possibilidades do desenvolvimento científico e tecnológico, ascensão da carreira acadêmica, capacitação profissional etc, é na análise de seu conjunto que poderemos delinear sua efetiva contribuição para uma “eventual correção de rota”.

O termo pós-graduação foi utilizado pela primeira vez no ano de 1940, no Artigo 71 do Estatuto da Universidade do Brasil, embora os passos iniciais para a inauguração tenham ocorrido ainda nos anos de 1930, “na proposta do Estatuto

*Pós-Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo (USP). Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Bolsista IPEA. Vice-coordenadora no exercício da coordenação do Programa Pós-Graduação em Televisão Digital da Unesp, coordenando a linha de pesquisa Gestão da Informação e Comunicação para a Televisão Digital e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma instituição. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano do CNPq. Coordenadora do GP da Intercom Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina. E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

**Jornalista, mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. Bolsista IPEA. Professora dos cursos de Comunicação da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho (Unesp). E-mail: jubetti@terra.com.br.

das Universidades Brasileiras, onde Francisco Campos propunha a implantação de uma pós-graduação nos moldes europeus⁶⁷”.

Em 1950 começaram a surgir os primeiros acordos com os Estados Unidos, iniciando os intercâmbios (estudantes e professores). Mas foi na década de 1960 que um grande impulso foi dado, com iniciativas da “(...) Universidade do Brasil na área de Ciências Físicas e Biológicas (seguindo o modelo das *graduate schools* norte-americanas), resultado de um convênio com a Fundação Ford, e outra na mesma universidade, na área de Engenharia, com a criação da Comissão Coordenadora dos Programas de Pós-Graduação em Engenharia (COPPE)⁶⁸”.

Em meados da década de 1960 o Brasil estava em franco processo de modernização, e muitos países desenvolvidos já miravam as nossas perspectivas de crescimento, especialmente quanto à expansão do mercado consumidor. Assim, se por um lado esses acordos trouxeram benefícios, por outro, criam o contexto da dependência no desenvolvimento, especialmente em ciência & tecnologia.

A dependência de modelos externos, “(...) própria do contexto de sua implantação”, como afirma Santos (2003, p. 628), trouxe várias dificuldades para o rápido desenvolvimento da pós-graduação no país. Esses ‘acordos’ acarretaram “(...) implicações na estrutura dos currículos, programas, nas formas de avaliação e em diversas outras áreas”. É o que alguns cientistas sociais chamam de “parceria subordinada”, pois desestimula iniciativas de incremento, notadamente pela compra de *know-how* estrangeiro, “(...) limitando a formação de cientistas e pesquisadores. Nesse contexto, o valor do cientista depende do impacto internacional que seu trabalho tem e da consonância do tema de sua pesquisa com os interesses dos países desenvolvidos⁶⁹”.

Também é imperativo mencionar que outra marca igualmente importante no desenvolvimento da pós-graduação no Brasil, deixada por essa vinculação foi a “(...) importação de teóricos e de teorias, esta ‘ciência de reprodução’, só foi implantada em razão da visão de modernização da intelectualidade orgânica da elite, que consistia em tentar reproduzir no Brasil marcas dos países ‘adiantados’, principalmente os EUA, no intuito de tornar o país subdesenvolvido o mais parecido com o país desenvolvido” (CUNHA, 1983, p. 255 apud SANTOS, 2003, p. 629). É aquilo que conhecemos como reprodução da ciência internacional,

67. Nota das autoras. “(...) Tal modelo foi implementado tanto no curso de Direito da Universidade do Rio de Janeiro quanto na Faculdade Nacional de Filosofia e na Universidade de São Paulo” (SANTOS, 2003, p. 628).

68. Nota das autoras. A título de curiosidade “(...) é também do começo da década a implantação do mestrado em Matemática da Universidade de Brasília, o doutorado do Instituto de Matemática Pura e Aplicada, o mestrado e doutorado na Escola Superior de Agricultura de Viçosa, na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, assim como os cursos de pós-graduação no ITA e na UnB” (SANTOS, 2003, p. 629).

69. Nota das autoras. Ainda de acordo com Santos (2003, p. 627-629) “A interferência da United States Agency for International Development (USAID) nos rumos da educação brasileira na década de 1960 deve ser entendida sob esta ótica (ROMANELLI, 1993, p. 196; WEREBE, 1994, p. 173)”.

também chamada de modismo ou imitação, muito comum até hoje em algumas universidades e em agências de fomento a pesquisa do país, e que temos combatido, especialmente a partir da segunda metade dos anos de 1990.

Contudo é fundamental registrar que foi Newton Sucupira⁷⁰, em 1965, o relator do Parecer 977⁷¹ do Conselho Federal de Educação, oficializando a implantação formal dos cursos de pós-graduação nas universidades brasileiras. Do mesmo modo é atribuída a ele, como integrante da reforma universitária ocorrida em 1968, a indissociação do ensino, da pesquisa e a exigência de que o professor universitário tivesse uma formação de pós-graduação no sentido stricto, justificando que somente dessa maneira seria possível garantir a qualidade do ensino e da pesquisa. Deste modo, pesquisa e a pós-graduação seriam condições *sine qua non* para a existência de uma universidade.

Fazendo uma avaliação do desenvolvimento do sistema da pós-graduação no Brasil, a partir da segunda metade da década de 1970, especialistas, como Mammana (1976), Zancan (1997) e Ernst Hamburger (1980) relatam diversos problemas no processo de avaliação a partir da definição de indicadores, resultado dos sistemas internacionais adotados. Mammana (1976), por exemplo, faz uma crítica a tentativa de internacionalização da produção científica e aos instrumentos de avaliação, afirmando que “(...) em vez de avaliar o grau de utilidade do cientista para o país, mede, de certa maneira, o grau de ressonância em que esse cientista está com os problemas da moda, e, portanto, o quanto ele é útil para os países desenvolvidos”; Zancan (1997) avalia criticamente a falta de indicadores internacionais para ponderação das publicações e o centralismo das pesquisas, afirmando que “(...) o sistema de avaliação implantado não permite aquilatar a expressão da subárea do conhecimento no contexto mundial, já que não há indicadores universais que sirvam de referência para todas as áreas do conhecimento” e, finalmente Ernst Hamburger (1980), pondera sobre a estrutura. Para ele, os cursos no Brasil deveriam desenvolver “(...) ‘linhas de pesquisa de maior interesse para o país, libertando-se, na medida do possível, dos modismos e preconceitos internacionais’ e definirem ‘programas e currículos partindo da realidade e das aspirações brasileiras e não somente da tradição em outros países’” (SANTOS, 2003, p. 632).

70. Nota das autoras. “Como membro do antigo Conselho Federal de Educação, o vice-presidente da Academia Brasileira de Educação (ABE), professor Newton Lins Buarque Sucupira, participou de momentos decisivos na história da educação nacional, que estruturaram as bases do ensino superior”. (Fonte: Folha Dirigida, 2011, web).

71. Nota das autoras. A título de curiosidade “O Parecer 977 estabelecia a pós-graduação conforme o modelo norte-americano. A pós-graduação *stricto sensu* dar-se-ia em dois níveis independentes e sem relação de pré-requisitos entre o primeiro e o segundo (mestrado e doutorado). A primeira parte dos cursos seria destinada a aulas e a segunda à confecção do trabalho científico de conclusão (dissertação ou tese). Os currículos seriam compostos conforme o modelo norte-americano, que compreendia o *major* (área de concentração) e o *minor* (matérias conexas)”. (SANTOS, 2003, p. 629).

Para esses cientistas é necessário rever alguns critérios de avaliação utilizados na atual conjuntura dos programas de pós-graduação. Santos (2003, p. 630), refletindo sobre essas críticas afirma que a.

(...) internacionalização das publicações é um padrão totalmente adequado aos trabalhos nas áreas de Ciências Exatas e Biológicas, cujos temas não estão, necessariamente, circunscritos a um espaço geográfico, cultural e histórico. A publicação em periódicos internacionais de trabalhos na área de Ciências Humanas (e em Ciências Sociais Aplicadas⁷²) é algo muito mais difícil e improvável. Como tornar viável a publicação internacional de um trabalho sobre os índios *caiapós* ou sobre o movimento dos *sem-terra no Pontal do Paranapanema*? Há, efetivamente, interesse das editoras estrangeiras por esses temas? Reforça Silva (2003, p. 630) com as palavras de Hamburger (1980, p. 86), “(...) as normas das revistas internacionais foram estabelecidas nos países desenvolvidos e traduzem as necessidades desses países, e somente destes. Os trabalhos realizados no Brasil seguindo estas normas estarão mais ligados às sociedades desenvolvidas do que a sua própria comunidade” e finaliza com as considerações de Nunes (1978, p. 38), onde afiança que “(...) a dependência cultural faz com que as atividades científicas desenvolvidas no país estejam impregnadas por mecanismos e propósitos que condicionam o comportamento de seus pesquisadores. Um desses mecanismos é a atribuição de prestígio acadêmico aos cientistas em função da quantidade de artigos de sua autoria publicados em revistas de renome internacional, constituindo-se esse mecanismo na melhor medida de qualidade do que o país dispõe. Portanto, tais artigos, por estarem ligados a equipes editoriais em atividade nos países desenvolvidos, devem refletir problemas de interesses desses países, para que sejam publicados.

Por outro lado, Góes (1972), como alega Santos (2003, p. 630), “(...) fez grandes elogios à decisão de se adotar o modelo norte-americano de pós-graduação no Brasil, afirmando que este era ‘sem dúvida, no mundo desenvolvido, o que alcançou os mais elevados padrões e deu os melhores frutos em termos quantitativos e qualitativos’”, porém Santos reforça que no mesmo artigo Góes afiança a dificuldade em se desenhar o caminho a ser seguido, pois há diferenças entre as estruturas universitárias que devem ser consideradas.

Também nessa corrente está Newton Sucupira, que em um dos capítulos do Parecer 977/65 “(...) chega a ter o sugestivo título: ‘Um exemplo de pós-graduação: a norte-americana’”. Santos (2003, p. 631), também avigora que “(...) a constatação do valor dado à utilidade prática do conhecimento revela o paradoxo do padrão da pós-graduação de origem com o academicismo dos mestrados brasileiros, diferença essa que tende a ser minimizada com o advento do mestrado profissional”.

72. Nota das autoras. Inclusão nossa.

Para o professor Marques de Melo (1998, p. 87) um os grandes problemas enfrentados pela pós-graduação no Brasil, especialmente em relação aos estudos comunicacionais, foram (e tem sido) o modismo e a imitação, que, em última instância, são focos diferentes de um mesmo fenômeno: a dependência externa. Mas é necessário reforçar que estamos em constante revisão de nossas necessidades, quer estruturais, metodológicas, de inserção internacional, de avaliação da produção ou de formação, no âmbito da pós-graduação. Isto tem permitido o desenvolvimento da pesquisa como um instrumento vital para a construção de uma sociedade democrática mais justa.

Do mesmo modo, fazendo uma ‘visita’ pelas produções científicas, quer de livros, dissertações, teses ou artigos, especialmente na área da comunicação, ainda que de forma breve, é possível observar que de fato há um campo antagônico, que sobrevive daquilo que Sonntag (1988) definiu como crise. Mas essa crise deve ser entendida no sentido do reexame, da renovação, da construção de novos modelos e instrumentos teórico-conceituais, com a finalidade de contribuir para “autorreflexión necesaria y evitar que se caiga en esquematismos estériles”. É neste sentido devemos avaliar com reservas a adesão irrestrita ao conceito manipulatório, mas também não podemos ignorar aspectos reais e contributivos do mesmo.

Nossa experiência em pesquisa, especialmente na pós-graduação, permite afirmar que o cenário da pós-graduação no Brasil não se tratar de uma totalidade teórica, metodológica e ideologicamente homogênea que recebemos sem reserva e assimilamos, mas de um conjunto de aproximações que pagam tributo a fontes e a modelos bastante diferenciados entre si, nas quais as contribuições empíricas norte-americanas e européias, assim como os múltiplos dados da própria história do desenvolvimento do campo no Brasil, se encarregaram, ainda que oficiosamente, de contextualizar, dando a conhecer, pelo menos, a teoria básica, norteadas pelos primeiros conjuntos de contribuições que aqui chegaram, mas estão sendo moldadas aos padrões e as necessidades de nosso ritmo de desenvolvimento.

Ao mesmo tempo, os centros de pesquisas, desenvolvidos principalmente a partir dos anos de 1970, não interromperam as análises críticas dos meios massivos, nem as reflexões teóricas e metodológicas sobre nossa identidade na área da Comunicação. Ao contrário. Podemos afirmar que a rica continuidade de investigação nesses novos espaços permitiu a incorporação de certas ferramentas de análises, muitas vezes mais adequadas às realidades comunicacionais da América Latina. A adesão de outras disciplinas, tão utilizadas por nossos pesquisadores, aceitou a anexação de ferramentais teórico-metodológicos originários de outras áreas, como a lingüística, teoria literária, musicologia, semiótica, antropologia cultural, psicanálise, psicologia social, ciências sociais, entre muitas outras, enriquecendo ainda mais as análises realizadas.

Outro fator preponderante para o desenvolvimento da pós-graduação no país, especialmente no que tange a área da comunicação, de forma geral, formada pela imprensa diária, as revistas especializadas, as programações televisiva e radiofônica, são fontes ricas de material sobre praticamente a totalidade das formas, produtos, fenômenos da cultura e dos meios de comunicação de massa em todo o continente.

As análises bibliográficas compiladas e o exame de certas atitudes, definições e críticas produzidas por intelectuais, pesquisadores e especialistas em *mass media* e cultura popular de nossa região, permitiram e permitem verificar a ampliação da pesquisa. O direcionamento de aportes epistemológicos tem buscado dar conta das necessidades teórico-metodológicas, ainda que em certos aspectos, como afirmam alguns pesquisadores, demonstre reducionismo crítico e teórico, mas tem trazido uma experiência científica relevante, colocando o Brasil em algumas áreas de referência, com resultados de pesquisa de ponta. O campo que desejamos recortar, conhecer e entender não é certamente simples em nenhum aspecto. Também não queremos simplificá-lo, principalmente se isso significar reduzir sua amplitude e dimensão.

ALGUNS DADOS ESTATÍSTICOS RELEVANTES DA REGIÃO SUDESTE

A região Sudeste é a de maior população e a expectativa de vida é de 69,2 anos. É também a região com a maior densidade demográfica (76,31 hab./km²) e o mais alto índice de urbanização: 89,3%. Abriga as três mais importantes metrópoles nacionais, São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. É formada pelos estados: São Paulo (Capital: São Paulo), Minas Gerais (Capital: Belo Horizonte), Espírito Santo (Capital: Vitória) e Rio de Janeiro (Capital: Rio de Janeiro). Com 927.286,2 km², corresponde a 10,9% da superfície brasileira, tem uma população de 80.353.724 habitantes⁷³, que equivale a 42% da população brasileira, que está em torno de 190.732.694 habitantes⁷⁴. É a mais desenvolvida das regiões, com mais de 73% das indústrias, responsáveis por mais de 70% do valor da produção nacional. Tem um índice de mais de 90% da população alfabetizada.

A PÓS-GRADUAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE: DADOS GERAIS

O Brasil, país de dimensões continentais, tem como desafio prover suas cinco regiões de pesquisadores, nas mais diversas áreas do conhecimento. Essa distribuição continua muito desigual, como apontaram os levantamentos realizados. Atualmente (dezembro de 2010 – último censo) há 135.439 doutores e 236.760

73. Censo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2010.

74. Dados do censo demográfico de 2010.

mestres formados nas oito grandes áreas do conhecimento definidas pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e disponibilizadas na Plataforma Lattes. A região Sudeste concentra 69.980 doutores e 105.700 mestres, representando sobre o total 52% e 45%, respectivamente, se comparadas com o número total do país.

Analisando o quadro geral das oito áreas e comparando as cinco regiões do Brasil é possível observar que as cifras são discrepantes. As regiões Norte e Centro-Oeste são as que mais sofrem com a falta de doutores e mestres em seus quadros institucionais. Não obstante o crescimento da quantidade de programas de mestrado e de doutorado em 20% nos últimos três anos, conforme avaliação trienal (2007-2010) da Capes⁷⁵, e que o maior desenvolvimento tenha ocorrido na região Norte, com um incremento de 35% no triênio, sendo a mais representativa dentre as regiões, ainda há muito por fazer. Nas outras regiões, o aumento foi de: Nordeste, com 31,3%; Centro-Oeste, com 29,8%; Sul, com 24,2% e o Sudeste, com 14,9%.

Esses resultados reforçam que embora “(...) com o avanço da pós-graduação no Norte e no Nordeste, é no Sudeste que está a maior parte dos cursos: 2.190, representando 53,4% do total. De acordo com o presidente da Capes, Jorge Guimarães, a razão para essa disparidade é histórica e está ligada à organização econômica e científica do país”⁷⁶. Muitos desses titulados (graduados) acabam migrando para o Sudeste onde a oferta tanto de cursos de pós-graduação, como de centros de pesquisa são maiores e, posteriormente a sua formação, são nesses locais que encontram espaço para estabelecerem suas bases profissionais, não retornando, assim, aos seus estados de origem após a formação.

Atualmente há 39 programas de pós-graduação em comunicação credenciados em todo o país. A tabela a seguir evidencia a distribuição por região e por tipo de unidade.

75. Pesquisa realizada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), órgão vinculado ao Ministério da Educação (MEC), disponível em http://trienal.capes.gov.br/?page_id=100. Acesso em nov 2010.

76. Material disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/saber/798580-numero-de-cursos-de-mestrado-e-doutorado-cresce-20-em-tres-anos-no-brasil.shtml>. Acesso em nov 2010.

TABELA 1
Programas de Pós-Graduação em Comunicação credenciados pela Capes por Região – ano 2011

Região	Quantidade de Programas
Totais	39
Centro-Oeste	3
Nordeste	5
Norte	2
Sudeste	21
Sul	8

Fonte: Dados das autoras, nov de 2011

Com referência ao número de programas, a região sudeste, mais uma vez, é a mais representativa. São 21 programas, configurando 54% do total.

As unidades públicas federais e estaduais são as mais representativas, com cinco programas cada, representando praticamente 50% do total. Há somente uma instituição municipal, localizada em São Caetano do Sul, no ABC Paulista⁷⁷. Os outros dez programas estão em universidades privadas. A tabela a seguir mostra os dados.

TABELA 2
Programas de Pós-Graduação em Comunicação (mestrado e doutorado) credenciados pela Capes por Unidade de Ensino – ano 2011

Região/Tipo	Sudeste
Totais	21
Federal	5
Estadual	5 ⁽¹⁾
Municipal	1
Particular	10

Fonte: Dados das autoras, nov de 2011

Nota¹: Na Universidade de São Paulo há três programas.

77. Região do Grande ABC ou ABC Paulista é parte da Região Metropolitana de São Paulo. A sigla vem das três cidades, que originalmente formavam a região: Santo André (A), São Bernardo do Campo (B) e São Caetano do Sul (C). Ao longo do tempo foram ocorrendo divisões políticas e atualmente a Região do Grande ABC possui sete cidades, são elas, além das três descritas: Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra.

Na avaliação realizada pela Capes⁷⁸ em 2010 foram verificados 2.718 programas de pós-graduação que correspondem a 4.099 cursos e desses 2.436 são mestrados, 1.420 doutorados e 243 mestrados profissionais, em todas as áreas do conhecimento. Nos últimos três anos foram mais de 140 mil titulados, divididos em 100 mil mestres, 32 mil doutores e 8 mil mestres profissionais. Embora as cifras sejam significativas, o problema da distribuição desigual dos titulados é fato. O desenvolvimento de um país e, por conseguinte a melhoria de seus indicadores sociais pode ser afetada não só pela erradicação do analfabetismo total ou funcional, mas pelo investimento que se faz em ciência e em tecnologia e os programas de pós-graduação respondem por parte significativa desse desenvolvimento. Os números demonstram, sem dúvida, que a pesquisa brasileira adquiriu maturidade, mas para uma projeção internacional significativa é necessário o investimento continuado nos programas de pós-graduação para a formação de recursos humanos, em diferentes áreas do conhecimento.

Outro elemento considerado nas análises é que embora com avanços significativos, os dados refletem as desigualdades educacionais no país, que começam na educação infantil. A saída para dirimir essas diferenças é a universalização do ensino e a melhoria da qualidade, em todos os níveis⁷⁹. Não é possível avaliar a pós-graduação se não se levar em consideração o que vem ocorrendo com a educação infantil, no ensino fundamental, médio, superior e de pós-graduação.

Na pós-graduação, por exemplo, a avaliação trienal realizada pela Capes em 2010 mostrou que 2,7% (o que equivale a 75 cursos) do total dos programas de pós-graduação (mestrado e doutorado) devem ser encerrados por serem de baixa qualidade. Um deles é de comunicação⁸⁰ (embora a lista não esteja oficialmente divulgada - as instituições têm um período para recurso). Esses cursos obtiveram notas 1 ou 2, consideradas insuficientes e que provocam o descredenciamento desses programas. Outros 32% receberam nota 3, que significa desempenho re-

78. Em linhas gerais a Capes avalia a proposta e a inserção social dos programas, a produção individual dos docentes e discentes, o desempenho de cada curso (como um todo) e a base de dados fornecidos à agência de fomento pelas instituições. Dos 75 programas reprovados, 9 receberam a nota mínima 1 e 66 a nota 2, na escala que varia de 1 a 7. Eles terão um mês para pedir a revisão dos conceitos. Depois disso, os programas que continuarem com as notas 1 e 2 não poderão matricular novos alunos - os atuais estudantes, porém, podem concluir o curso regularmente. Porém, é importante assinalar que "A avaliação trienal concedeu a nota máxima 7 a 112 (4,1%) programas de pós-graduação. Outros 186 (6,8%) receberam nota 6. Os dois conceitos máximos são dados apenas a programas que possuam cursos de mestrado e doutorado com desempenho de nível internacional. A nota 5 foi dada a 561 (20,6%) programas; a nota 4, a 914 (33,6%); e a nota 3, a 870 (32%)". (A avaliação pode ser acessada pelo link http://trienal.capes.gov.br/?page_id=100). Fonte: Disponível em <http://www.capes.gov.br/servicos/sala-de-imprensa/36-noticias/4074-qualidade-dos-cursos-de-mestrado-e-doutorado-evolui-entre-2007-e-2010>, acesso em novembro de 2010.

79. Para aprofundar as análises dessas questões podem ser consultadas diversas pesquisas realizadas por várias instituições, nos últimos anos, dentre as quais citamos o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), Ministério da Educação (MEC) e Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP).

80. Há atualmente no site (www.compos.org.br) da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compos) 37 programas na área de Comunicação, incluindo os iniciados em 2010.

gular, atendendo ao padrão mínimo de qualidade. Se comparado com 2007, 10% ficaram com notas inferiores, 71% mantiveram o desempenho e 19% melhoraram o resultado. São esses dados que orientam a distribuição de recursos pelas agências de fomento. Mas é necessário registrar que houve um pequeno aumento dos cursos com nota mais alta possível (7), que equivale ao padrão internacional, se comparada com a avaliação anterior⁸¹.

É necessário relatar que o problema da qualidade da pós-graduação no Brasil está diretamente relacionado com múltiplas questões que antecedem essa formação. As desigualdades de renda, o número de universidades públicas em áreas de carência econômica, os investimentos, entre outros fatores afetam diretamente o acesso da população a educação de qualidade. Mas esse cenário está mudando.

O momento de expansão que atravessa toda a conjuntura econômica brasileira é muito favorável. Vários setores são responsáveis por esse dinamismo, dentre eles: petróleo e gás, energia elétrica, logística, construção habitacional, agronegócios e a emergente indústria de conteúdos digitais. Mas esse fato traz outra preocupação. Até que ponto as instituições, especialmente o ensino superior e a pós-graduação, estão preparadas para acompanhar esse desenvolvimento e atender as múltiplas demandas desses setores?

O alerta acende o botão vermelho do ensino e da pesquisa, mostrando que embora com espaço para avançar, é necessária uma revisão não só na qualidade, mas nos conteúdos, na forma de organização e disponibilização dos cursos. Sem dúvida que “(...) manter as instituições de ensino superior atualizadas com as mudanças socioeconômicas do país é uma difícil tarefa. São vários os modelos para atingir essa condição”, e nesta direção alguns especialistas alertam que é fundamental o investimento na criação de programas de pós-graduação, na qualificação do corpo docente, além de firmar parcerias entre os centros de pesquisa e as empresas, entre outros⁸²; sendo o último um grande desafio, especialmente para a área da Comunicação.

Com referência a avaliação, além da trienal da Capes para os programas de pós-graduação, diversas ações vem sendo empreendidas, nos mais variados níveis de ensino. O Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), em vigor desde 2004, coordenado e supervisionado pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (Conaes) e operacionalizado pelo Instituto do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), é um desses exemplos. O Sinaes pesa as instituições, os cursos e o desempenho

81. No item do texto que trata da pós-graduação foi realizada análise da avaliação da Pós-Graduação em Comunicação, especificamente.

82. Udo Simons. Um desafio do tamanho do Brasil. Disponível em <http://revistaensinosuperior.uol.com.br/textos.asp?codigo=12676>, acesso em novembro de 2010.

dos estudantes (Enade), verificando aspectos que “giram em torno desses três eixos: o ensino, a pesquisa, a extensão, a responsabilidade social, o desempenho dos alunos, a gestão da instituição, o corpo docente, as instalações e vários outros aspectos”, conforme descrição no site da instituição.

O Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) que objetiva avaliar o desempenho do estudante ao fim da escolaridade básica, foi criado em 1998. Também a Educação Básica é analisada pelo Sistema de Avaliação da Educação Básica (Saeb), que verifica o desempenho de estudantes de 4ª a 8ª série (5º a 9º) de escolas públicas e de forma amostral da rede privada. Outro investimento que merece destaque é o Programa Universidade para Todos (ProUni), do Governo Federal, que vem permitindo a acesso de milhares de estudantes a universidade⁸³.

Sem dúvida que “o Brasil está avançando na área da educação”, mas como afirma Jorge Abrahão⁸⁴, do IPEA, “(...) apesar da ampliação do acesso à escola e do aumento de financiamento no setor, as desigualdades regionais entre as diferentes populações permanecem no país”. Para ele outra disparidade é que “(...) os 20% mais ricos já têm 10 anos de estudo, enquanto metade da população brasileira tem cerca de cinco a seis anos de estudo”. Para o pesquisador o analfabetismo⁸⁵ ainda é o grande problema que assola o país.

Esse problema está concentrado entre os mais pobres. Há também grandes diferenças regionais com referência ao analfabetismo. A média nacional é de 10%, de acordo com a última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).

83. O Programa Universidade para Todos (ProUni) tem como finalidade a concessão de bolsas de estudo integrais e parciais em cursos de graduação e sequenciais de formação específica, em instituições privadas de educação superior. Criado pelo Governo Federal em 2004. O programa já atendeu, desde sua criação até o processo seletivo do segundo semestre de 2010, 748 mil estudantes, sendo 70% com bolsas integrais. Desde 2007, o ProUni - e sua articulação com o FIES - é uma das ações integrantes do Plano de Desenvolvimento da Educação – PDE. Assim, o Programa Universidade para Todos, somado ao Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI), a Universidade Aberta do Brasil e a expansão da rede federal de educação profissional e tecnológica ampliam significativamente o número de vagas na educação superior, contribuindo para o cumprimento de uma das metas do Plano Nacional de Educação, que prevê a oferta de educação superior até 2011 para, pelo menos, 30% dos jovens de 18 a 24 anos. Fonte dos dados: <http://www.inep.gov.br/> e http://prouniportal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=124&Itemid=140, acesso em novembro de 2010.

84. Jorge Abrahão resume um dos pontos discutidos durante o seminário “PDE – resultados e desafios”, promovido nos dias 14 e 15 de setembro, em São Paulo, pela Ação Educativa. Disponível em: <http://www.anj.org.br/jornaleeducacao/noticias/promover-a-equidade-e-um-dos-desafios-do-pde/>, acesso em novembro de 2010.

85. Outro problema fundamental no País é o analfabetismo funcional (pessoas que sabem ler, escrever, contar e ocupam cargos administrativos nas empresas, mas não conseguem compreender a palavra escrita de forma adequada). “No Brasil, o índice é medido entre as pessoas com mais de 20 anos que não completaram quatro anos de estudo formal. O conceito, porém, varia de acordo com o país. Na Polônia e no Canadá, por exemplo, é considerado analfabeto funcional a pessoa que possui menos de 8 anos de escolaridade. Segundo a Declaração Mundial sobre Educação para Todos, mais de 960 milhões de adultos são analfabetos, sendo que mais de 1/3 dos adultos do mundo não têm acesso ao conhecimento impresso e às novas tecnologias que poderiam melhorar a qualidade de vida e ajudá-los a adaptar-se às mudanças sociais e culturais. De acordo com esta declaração, o analfabetismo funcional é um problema significativo em todos os países industrializados e em desenvolvimento. No Brasil, 75% das pessoas entre 15 e 64 anos não conseguem ler, escrever e calcular plenamente. Esse número inclui os 68% considerados analfabetos funcionais e os 7% considerados analfabetos absolutos, sem qualquer habilidade de leitura ou escrita. Apenas 1 entre 4 brasileiros consegue ler, escrever e utilizar essas habilidades para continuar aprendendo”. Fonte: <http://www.planetaeducacao.com.br/portal/artigo.asp?artigo=700>, acesso novembro de 2010.

No entanto, a taxa de analfabetos no Nordeste é quase o dobro do índice do país (19,4%). Na região Sudeste, a porcentagem é de aproximadamente 8%.

Além da superação do analfabetismo, especialistas apontam que a desigualdade entre os níveis de ensino, provocada pelo acesso da população a escola é muito grande. Há mais alunos do ensino médio fora da escola (48%), do que no Ensino Fundamental (2%). É necessário buscar a equidade. Outra dificuldade está relacionado a defasagem série-idade e neste sentido a seta aponta na direção da evasão, da reprovação e do não aprendizado.

No nível superior, as desigualdades são ainda mais cruéis. “O sistema educacional brasileiro é perverso. Quem tem menos deve pagar uma universidade, enquanto os mais ricos têm acesso ao ensino público. (...) além das políticas de acesso, o Estado precisa promover políticas de assistência estudantil para a permanência e sucesso dos jovens na graduação”⁸⁶.

Esse breve panorama demonstra que na educação-formação há muito por ser realizado, em todos os níveis. A educação nacional, desde o ciclo básico, precisa entrar como prioridade na agenda nacional. Esse agendamento urgente deve indicar investimentos não só na ampliação de unidades (prédios), mas na qualidade dos currículos, na formação e na reciclagem de professores, no investimento real, possibilitando o acesso das classes menos favorecidas da população a uma educação de qualidade, entre outras demandas urgentes e necessárias. A chamada “nova classe média” precisa não só da ampliação do consumo de bens e serviços como tem sido noticiado pelos setores econômicos, mas e, principalmente, de acesso a uma educação de qualidade.

Traçado esse breve panorama sobre os caminhos do ensino e da pós-graduação no país, abaixo disponibilizamos alguns dados que permitem visualizar o panorama dos Programas na área da comunicação na região. Não seria possível, por uma limitação de espaço, tratar de todos os programas do Sudeste, que concentra, como já dissemos, o maior número de instituições. Assim, optamos por evidenciar em cada estado da região as instituições mais antigas, traçando um breve perfil de seu desenvolvimento.

86. Naomar Monteiro de Almeida é Membro do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social (CDES) e reitor da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Fonte: <http://www.anj.org.br/jornaleeducacao/noticias/promover-a-equidade-e-um-dos-desafios-do-pde/>, acesso em novembro de 2010.

ESTADO DE SÃO PAULO

São Paulo concentra 11 programas na área da comunicação e estão distribuídos conforme quadro a seguir.

QUADRO 1

Programas de Pós Graduação em Comunicação de São Paulo

Programa	Instituição	Data de Criação	Área de Concentração e Linhas de Pesquisa	Coordenação	Conceito Capes
Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	mestrado: 1970 doutorado: 1978	Área de Concentração: Signo e Significação nas Mídias Linhas de Pesquisa: 1) Cultura e ambientes midiáticos; 2) Processos de criação nas mídias; 3) Análise das mídias	Eugênio Rondini Trivinho	5
Pós-Graduação em Ciências da Comunicação	Universidade de São Paulo	mestrado: 1972 doutorado: 1980	Área de Concentração I: Teoria e Pesquisa em Comunicação Linhas de Pesquisa: 1) Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação; 2) Linguagens e Estéticas da Comunicação; 3) Comunicação e Ambiências em Redes Digitais Área de Concentração II: Estudo dos Meios e da Produção Mediática Linhas de Pesquisa: 1) Informação e Mediações nas Práticas Sociais; 2) Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais Área de Concentração III: Interfaces Sociais da Comunicação Linhas de Pesquisa: 1) Comunicação, Cultura e Cidadania; 2) Políticas e Estratégias de Comunicação; 3) Comunicação e Educação	Maria Immacolata Vassallo de Lopes	5
Pós-Graduação em Comunicação Social	Universidade Metodista de São Paulo	mestrado: 1978 doutorado: 1995	Área de Concentração: Processos Comunicacionais Linhas de Pesquisa: 1) Processos Comunicacionais Midiáticos; 2) Processos da Comunicação Científica e Tecnológica; 3) Processos de Comunicação Institucional e Mercadológica	Laan Mendes de Barros	4
Programa de Pós-Graduação em Múltiplos Meios	Unicamp	mestrado: 1986 doutorado: 1998	Área de Concentração: Comunicação Linhas de Pesquisa: 1) História, Estética e Domínios de Aplicação do Cinema e da Fotografia	Francisco Elinaldo Teixeira	4

(Continua)

(Continuação)

Programa	Instituição	Data de Criação	Área de Concentração e Linhas de Pesquisa	Coordenação	Conceito Capes
Pós-Graduação em Comunicação	Universidade Paulista	mestrado: 1997	Área de Concentração: Comunicação e Cultura Midiática Linhas de Pesquisa: 1) Configurações de linguagens e produtos audiovisuais na cultura midiática; 2) Contribuições da mídia para a interação de grupos sociais	Eduardo Peñuela Cañizal	4
Pós-Graduação em Comunicação Midiática	Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho	mestrado: 2001	Área de Concentração: Comunicação Midiática Linhas de Pesquisa: 1) Gestão e políticas da informação e da comunicação midiática; 2) Produção de sentido na comunicação midiática; 3) Processos midiáticos e práticas socioculturais	Mauro de Souza Ventura	4
Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo	Escola Superior de Propaganda e Marketing	mestrado: 2006	Área de Concentração: Comunicação e práticas de consumo Linhas de Pesquisa: 1) Impacto sócio-cultural da comunicação orientada ao mercado; 2) Estratégias de comunicação e produção de mensagens voltadas às práticas de consumo	Rose de Melo Rocha	4
Pós-Graduação em Comunicação	Faculdade Cásper Líbero	mestrado: 2006	Área de Concentração: Comunicação na Contemporaneidade Linhas de Pesquisa: 1) Processos midiáticos - tecnologia e mercado; 2) Produtos midiáticos - jornalismo e entretenimento	Dimas A. Künsch	3
Pós-Graduação em Comunicação	Universidade Anhembi Morumbi	mestrado: 2006	Área de Concentração: Comunicação Audiovisual Linhas de Pesquisa: 1) Análises de Produtos Audiovisuais; 2) Processos Midiáticos na Cultura Audiovisual	Rogério Ferraraz	3
Pós-Graduação em Comunicação e Cultura	Universidade de Sorocaba	mestrado: 2006	Área de Concentração: Comunicação e Cultura Linhas de Pesquisa: 1) Teorias da Comunicação e da Cultura; 2) Análise de Processos e Produtos Mediáticos.	Osvando J. de Morais	3
Pós-Graduação em Comunicação	Universidade Municipal de São Caetano do Sul	mestrado: 2009	Área de Concentração: Comunicação, Inovação e Comunidades Linhas de Pesquisa: 1) Transformações comunicacionais e comunidades; 2) Inovações na linguagem e na cultura midiática	Gino Giacomini Filho	3

Fonte: elaborado pelas autoras, nov. de 2011.

É interessante observar que o desenvolvimento da pós-graduação em comunicação no país teve início na década de 1970. Há duas universidades que se intitulam criadoras do primeiro programa de mestrado na área da Comunicação no Brasil.

O primeiro, Comunicação e Semiótica, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), criando em 1970, embora tenha sido credenciado somente em 1973, pelo parecer CFE 383/73. Com foco mais centrado nos estudos literários, seu mote era permeado pela “(...) análise e interpretação dos processos comunicativos do signo verbal e seus objetos de análise dirigiam-se, preferencialmente, para os estudos literários em geral”. Porém, foi somente cinco anos depois, em 1978, que “transformou-se no atual programa de Comunicação e Semiótica (recredenciado pelo parecer CFE 1258/79)⁸⁷”, criando então o primeiro doutorado na área.

No entanto, foi a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) que em 8 de janeiro de 1972, criou o programa de Ciências da Comunicação. O doutorado surgiu oito anos depois, em 1980⁸⁸. Também o programa Comunicação e Estética do Audiovisual, criado em 1972, tinha como mote central os estudos sobre rádio e televisão. Posteriormente, em 1974, abro-lha o mestrado em cinema e teatro. “Em 1980, foi criado o doutorado em ambos os cursos”. Em seguida, em 1996, ocorre a reformulação da pós-graduação da ECA-USP, “(...) consolidando os dois cursos em uma só área de concentração do programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação”. Em 2009, novamente se institui o programa Meios e Processos Audiovisuais que “(...) reúne aspectos artísticos e industriais, teóricos e práticos da área audiovisual (...)”⁸⁹.

Juarez Bahia, em um texto de 1971, “Por uma universidade de comunicações”, publicado no livro *Pensamento Comunicacional Uspiano* (p. 221)⁹⁰, afirma textualmente que “(...) convênio celebrado entre a Comissão Nacional de Atividades Espaciais e a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, a vigorar a partir de 1971 e que tem por finalidade a ministração de curso de pós-graduação em áreas especializadas de comunicação de massa, constitui um passo (...)” para se falar em uma “ (...) Universidade de Comunicações destinada a formar quadros mais avançados de especialistas (...)”. No mesmo texto, Bahia (p. 222) vivifica o pioneirismo Uspiano no desenvolvimento dos estudos

87. Disponível no site: http://www.pucsp.br/pos/programas/comunicacao_e_semiotica/apresentacao.htm, acesso em jan de 2011.

88. Disponível no site: <http://www.pos.eca.usp.br/index.php?q=pt-br/node/14>, acesso em jan de 2011.

89. Disponível na web, em: <http://www.pos.eca.usp.br/index.php?q=pt-br/node/309>, acesso em jan de 2011.

90. Nota das autoras: *Pensamento Comunicacional Uspiano*. Raízes Ibero-Americanas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP); Confederação Ibero-Americana de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom); Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação (Socicom) e Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), lançado no ano de 2011, durante o I Congresso promovido pela Confibercom.

em comunicação afirmando que a própria revolução da comunicação não poderia ser considerada somente com o olhar nos meios, mas como “(...) uma acelerada modificação de estruturas de ensino (...)”.

Também no discurso de posse do professor Dr. Julio Garcia Morejón (p. 15), na direção da Escola de Comunicações Culturais, em 13 de outubro de 1966 e depois no texto “Diversidade, diálogo e fraternidade” (p. 21) há um detalhado panorama do fenômeno da comunicação, onde estão definidos os princípios da Escola de Comunicações Culturais da USP, que seria a semente do futuro programa de pós-graduação, que nasceria no ano de 1972.

Na leitura dos vários ‘documentos’⁹¹ disponibilizados na publicação, é possível observar que a preocupação da Universidade de São Paulo, mais especificamente da Escola de Comunicações e Artes, com os estudos da comunicação, inicialmente permeados pelos meios de massa, incluindo nesse mote o cinema e o teatro, e em seguida como postulados dentro de ciências consolidadas, como educação, antropologia, comportamento, psicologia, entre outras, ou mesmo para o direcionamento e a compreensão dos currículos dos cursos e das formações específicas (recém criadas nas universidades, na época (1967)), como jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas etc, evidenciavam que o processo de comunicação não era somente um fenômeno da moda, mas uma inquietação de muitos estudiosos frente aos desafios da “era das comunicações”, que começava a nascer naquele momento.

Outro destaque deve ser dado a Universidade Federal do Rio de Janeiro, que institui seu mestrado também no ano de 1972, tendo como foco “Comunicação, Cultura e Novas Tecnologias”, sendo considerado o segundo programa na área específica da comunicação.

Como pode ser observado, dos 39 programas existentes na área da comunicação sete deles que oferecem mestrado e doutorado estão na região Sudeste. “Além dos desequilíbrios regionais, intra-regionais e entre estados, há ainda o desequilíbrio em relação à presença da pós-graduação nos municípios brasileiros: dos 39 mestrados e doutorados, 27, quase 70% do total, estão nas capitais brasileiras. Apenas quatro cidades não-capitais possuem doutorados em comunicação – São Bernardo do Campo (Umesp) e Campinas (Unicamp), no Estado de São Paulo; Niterói, no Rio de Janeiro (UFRJ), e São Leopoldo (Unisinis), no Rio Grande do Sul”⁹².

91. Nota das Autoras. Chamamos de documentos por serem textos históricos, que mostram as raízes de formação do Pensamento Comunicacional Uspiano, além de olhares ampliados sobre a própria formação do campo da Comunicação no Brasil.

92. Itania Maria Mota Gomes; Julio Pinto; Ana Carolina Escosteguy. Recomendações da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação/COMPÓS para o PNPGE 2011/2020. Disponível em <http://www.compos.org.br/>. Acesso em dez de 2010.

É importante assinalar que no Nordeste do país há apenas quatro programas, um na Universidade Federal da Bahia, um no Rio Grande do Norte, um na UFPB e outro na Universidade Federal de Pernambuco. Na região Sul há três doutorados. No Norte há dois programas e no Centro-Oeste apenas na Universidade de Brasília. O restante está na região Sudeste. Sendo que quatro deles estão em São Paulo.

Outra observação importante é que dos 11 programas de São Paulo, nenhum alcançou nota sete (máxima)⁹³, apenas dois têm nota cinco. Também é interessante ressaltar que não há uma relação direta entre o tipo de instituição e as notas de avaliação. Aquela máxima de que as instituições privadas não ofereciam qualidade não se comprova com os dados disponibilizados, pois uma das maiores notas de São Paulo para pós-graduação, de acordo com a avaliação da Capes, pertence a uma instituição privada confessional (Pontifícia Universidade Católica - PUC-SP).

ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Rio de Janeiro concentra quatro programas na área da Comunicação e estão distribuídos conforme quadro a seguir.

QUADRO 2

Programas de Pós Graduação em Comunicação do Rio de Janeiro

Programa	Instituição	Data de Criação	Área e Linhas de Pesquisa	Coordenação	Conceito Capes
Pós-Graduação da Escola de Comunicação	Universidade Federal do Rio de Janeiro	mestrado: 1972 doutorado: 1983	Área de Concentração: Comunicação e Cultura Linhas de Pesquisa: 1) Mídia e Mediações Socioculturais, 2) Tecnologias da Comunicação e Estéticas	Maurício Lissovsky	6
Pós-Graduação em Comunicação	Universidade Federal Fluminense	mestrado: 1997 doutorado: 2002	Área de Concentração: Comunicação Linhas de Pesquisa: 1) Política e análise da Imagem e do Som; 2) Mídia, Cultura e Produção de Sentido; 3) Estéticas e Tecnologias da Comunicação	Simone Pereira de Sá	5 (Continua)

93. Nota das autoras. É importante reforçar que notas 1 (não há nenhum caso na área da Comunicação) e 2 indicam o descredenciamento, enquanto notas 6 e 7 recomendam desempenho excelência. Nos dados acima é possível observar que há uma concentração de programas notas 3 e 4, equivalendo a 74% do total. Considerados nível de excelência, notas 5 e 6, há 9 programas (23% do total). Contudo, mesmo com os primeiros cursos criados na década de 1970 e os níveis 6 e 7 demonstrarem a inserção internacional da Pós-Graduação, “os esforços de integração com a comunidade científica internacional são, entretanto, ainda incipientes e demandam políticas públicas de incentivo à realização de projetos conjuntos de pesquisa entre grupos brasileiros e estrangeiros, buscando a excelência da pós-graduação”. Fonte: Itania Maria Mota Gomes; Julio Pinto; Ana Carolina Escosteguy. Antecedentes, tendências e perspectivas da Pós-Graduação em Comunicação. Texto integrante do Panorama da Comunicação no Brasil. Projeto IPEA/SOCICOM. Sub-Projeto 1 – Estado do Conhecimento. Material publicado no volume 2 - Memória das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação no Brasil, da coleção Panoramas da Comunicação, pg. 63-80.

(Continuação)

Programa	Instituição	Data de Criação	Área e Linhas de Pesquisa	Coordenação	Conceito Capes
Pós-Graduação em Comunicação	Universidade do Estado do Rio de Janeiro	mestrado: 2002	Área de Concentração: Comunicação Social Linhas de Pesquisa: 1) Cultura de Massa, Cidade e Representação Social; 2)Tecnologias de Comunicação e Cultura	Alessandra Aldé Fernando Gonçalves	4
Pós-Graduação em Comunicação Social	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro	mestrado: 2003	Área de Concentração: Comunicação Social Linhas de Pesquisa: 1) Cultura de massa e representações sociais; 2) Cultura de massa e práticas sociais	Miguel Serpa Pereira	4

Fonte: elaborado pelas autoras, nov. de 2011.

Das quatro ofertas de programas de pós-graduação em comunicação no Estado duas oferecem mestrado e doutorado. Outro destaque é que na Universidade Federal do Rio de Janeiro tem o único Programa da região Sudeste com nota de avaliação seis da Capes.

Como pode ser observado no quadro acima, o mestrado em comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro surgiu no ano de 1972 e somente 25 anos depois foi criado o segundo mestrado em comunicação do estado.

A maior concentração de ofertas de cursos ocorre em instituições públicas (três), todas federais e apenas uma delas é privada confessional (PUC-RJ).

ESTADO DE MINAS GERAIS

Minas Gerais concentra 3 programas na área da Comunicação e estão distribuídos conforme quadro a seguir.

QUADRO 3

Programas de Pós Graduação em Comunicação de Minas Gerais

Programa	Instituição	Data de Criação	Área e Linhas de Pesquisa	Coordenação	Conceito Capes
Pós-Graduação em Comunicação Social	Universidade Federal de Minas Gerais	mestrado: 1995 doutorado: 2004	Área de Concentração: Comunicação e Sociabilidade Contemporânea Linhas de Pesquisa: 1) Processos Comunicativos e Práticas Sociais; 2) Meios e Produtos da Comunicação	César Geraldo Guimarães	5
Comunicação Social: Interações Midiáticas	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	mestrado: 2007	Área de Concentração: Interações Midiáticas Linhas de Pesquisa: 1) Linguagem e mediação sociotécnica; 2) Mídiação e processos de interação	Júlio Pinto	4

(Continua)

(Continuação)

Programa	Instituição	Data de Criação	Área e Linhas de Pesquisa	Coordenação	Conceito Capes
Pós-Graduação em Comunicação	Universidade Federal de Juiz de Fora	mestrado: 2007	Área de Concentração: Comunicação e Sociedade Linhas de Pesquisa 1) Comunicação e Identidades; 2) Estética, Redes e Tecnocultura	Iluska Coutinho	3

Fonte: elaborado pelas autoras, nov. de 2011.

O programa mais antigo do estado é o da Universidade Federal de Minas Gerais e tem o único doutorado do estado. Mas é importante observar que a criação da pós-graduação em comunicação em Minas Gerais surgiu 25 anos depois do primeiro mestrado em comunicação da região Sudeste (PUC-SP).

Os outros dois programas foram criados no início do século XXI, completando este ano (2011) quatro anos de existência.

Um ponto de destaque é que dos 21 da região somente três têm menos de cinco anos, mas a partir do ano de 2000 houve uma explosão no número de credenciamento, sendo 11 pós-graduações autorizadas a funcionar. As razões dessas alterações acompanham, de certo, a própria evolução dos programas de pós-graduação da área em todo o país, que subiu de 12 para 39, nos últimos dez anos⁹⁴. Novos programas compreendem, também, novas ações que visam institucionalizar e nuclear pesquisadores em torno de estudos sobre objetos comuns à área comunicacional. Isso demonstra o crescimento e o investimento na formação de docentes e pesquisadores.

ESTADO DE ESPIRITO SANTO

Não há no estado nenhum programa e pós-graduação na área de comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: DESAFIOS DAS ÁREAS DE CONCENTRAÇÃO E LINHAS DE PESQUISA

Um dos grandes desafios para compreender o cenário comunicativo brasileiro no âmbito da pós-graduação é conhecer e reconhecer os temas que cotidianamente provocam pesquisadores, das mais variadas localidades e linhas de investigação. O sentido da palavra tema, utilizado por essa pesquisa, é que se trata de “(...) uma conceituação que não foge àquela ideia primeira, que permeia seu uso geral: o tema diz respeito a um assunto, um tópico sobre o qual se discorre, sobre o qual fala, se pensa etc⁹⁵. Todavia, o que significa tomar o tema não como

94. Dados extraídos da relação de cursos de pós-graduação *stricto sensu* recomendados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), disponível no endereço: <http://dgp.cnpq.br/buscagrupol/>, acesso em novembro de 2010.

95. Em termos epistemológicos a palavra vem do grego *Théma*, significando assunto a ser tratado.

objeto de referência, mas como um objeto de estudo?” O que foi observado nas várias incursões realizadas nesta pesquisa é que de fato os temas são os objetos de estudo. Esses (temas), afirmam Schwaab e Tavares (2009), envolvem de maneira ampliada os “(...) segmentos sociais nos dias de hoje, buscando compreender sua dinâmica de produção de informação, seus sentidos e significados” (p. 182-184). Essa pode ser a justificativa para a escolha dos pesquisadores.

Por ser a área comunicativa ampla, as linhas de pesquisa dos programas de pós-graduação refletem o entrecruzamento dos conceitos estudados. Elas definem os elos entre os aspectos culturais e sociais, nas práticas profissionais, de consumo, nas narrativas, nas políticas da comunicação e da informação, revelando as interfaces históricas, poéticas, estéticas, educativas e as transformações comunicacionais enfrentadas pela comunidade. Seja através de grupos específicos, como cinema, jornalismo impresso, audiovisual, ou ampliados, como meios, estratégias, processos e mediações, essas são capazes de conhecer e reconhecer os impactos socioculturais na sociedade da comunicação e da informação e dos estudos realizados no âmbito da pós-graduação na região.

A chamada “explosão das comunicações” surge com o aparecimento do rádio, da televisão e de outros meios de transmissão da informação, que as tornaram mais rápidas e acessíveis à sociedade. Por outro lado, afirma Marques de Melo, foram as empresas, as entidades (universidades) e o governo que passam a se interessar pelo fenômeno, buscando formas de elucidá-lo, utilizando assim, as pesquisas científicas, contribuindo para a criação de um campo específico de estudos sobre comunicação coletiva.

Raul Fuentes Navarro afirma que a multiplicação das publicações acadêmicas, a participação de pesquisadores nos cenários (eventos) internacionais, a maior discussão dos trabalhos com a comunidade acadêmica, a apresentação dos resultados das pesquisas em busca de outros consensos científicos, o crescente contato com outros investigadores em ciências sociais, o desenvolvimento de cursos de pós-graduação preocupados com a pesquisa em comunicação, a formação de pesquisadores mais jovens, assim como há forte presença de professores-pesquisadores nos programas de doutorado, são indícios claros e precisos de que a configuração do campo se descortina como uma possibilidade real de estabelecer-se como uma especialidade, cuja institucionalização e profissionalização avançam em termos de legitimação acadêmica, tanto científica como social. (2000, p. 54-55).

Para concluir, cabe ressaltar que o processo de legitimação e identidade acadêmica deste campo esta diretamente relacionada com a formação de profissionais competentes para a prática científica, além da efetiva participação desses atores sociais nos cenários acadêmicos, buscando equilíbrio entre a teoria e a prática profissional. Essa assimilação de conteúdos, o aprendizado das metodologias

indispensáveis a produção e difusão científica, a compreensão das teorias relativas aos efeitos sociais e culturais da mídia e de seus sistemas de produção, faz com que o perfil profissionalizante dos cursos de comunicação resulte em estágios, intercâmbios e financiamento de pesquisas, importantes para a difusão e consolidação do campo da comunicação social.

Podemos afirmar que as duas tendências mais fortes que marcaram a pós-graduação brasileira foram a européia, (principalmente na USP) e a norte-americana (ITA, Universidade Federal de Viçosa e Universidade Federal do Rio de Janeiro), sendo esta última a que as principais marcas deixou” (SANTOS, 1997, p. 629). E neste sentido, é possível afirmar que o estado do conhecimento na área da comunicação pode ser dividido em duas sub-áreas: as consolidadas e as emergentes. Assim, as pesquisas científicas evidenciam escolhas, quer dos objetos, metodologias ou mesmo do direcionamento das análises realizadas. Também apresentam resultados, que ampliam o leque de opção, gerando novas reflexões a partir de outros olhares e direcionamentos. As atividades de investigação servem como elos entre a teoria e a prática, permitindo que se apontem semelhanças, dicotomias, identifiquem tendências e lacunas, e por fim, seu ferramental mais precioso é a possibilidade de subsidiarem outras análises.

Os resultados apresentados oferecem uma prática diferenciada, que poderá dar conta da complexidade e da dinâmica do campo da comunicação no país e em especial na região sudeste. Esta prática pode se traduzir pela possibilidade de descrever e diagnosticar a produção do conhecimento comunicativo, analisando o desenvolvimento, na última década, dos setores midiáticos; desenhar o panorama da indústria nacional de informação e comunicação; analisar, mensurar e descrever os setores das profissões legitimadas e das ocupações emergentes no campo, além de traçar o panorama nacional da comunicação, evidenciando os perfis socioeconômico, educativo-cultural, entre outros. Todo esse amplo escopo possibilita a reflexão teórica baseada na construção coletiva prática de novos conhecimentos, fundamentais para o avanço da ciência da comunicação.

Falar do cenário da comunicação é admitir que se trata de uma área que tem vivido constantemente sob a guarda da transição, mas é sobretudo entender diferenças, administrar valores, respeitar a diversidade, sobreviver na pluralidade de opiniões sem perder a perspectiva de que singularidades se apresentam como pontos de confluência entre os saberes, formando o grande campo da comunicação. Tratar de comunicação é administrar a amplitude das possibilidades, é enxergar a polaridade, mas é delimitar fronteiras, entender o cenário e os atores que nele encenam diariamente seus cotidianos.

O professor Marques de Melo (1998) garante que precisamos redimensionar o trabalho científico, “aprofundando a interpretação dos fenômenos já

conhecidos; observar sistematicamente os novos fenômenos, dando-lhes registro crítico-descritivo e cambiar as análises de fenômenos globais com os casos específicos”, dessa maneira será possível o desenvolvimento de pesquisas calcadas nas próprias necessidades e realidades do país, considerando sempre os estímulos externos, mas não os priorizando.

É necessário que a pesquisa em comunicação realizada pelos programas de pós-graduação, possa auxiliar nas transformações sociais, acumulando informações que realmente mostrem o cotidiano, ajudando a construir novos modelos de produção e distribuição das riquezas de criação e reprodução da cultura do país.

REFERÊNCIAS

- AGUIRRE, Jesús Maria. El pensamiento Latinoamericano sobre comunicación. Anagnorisis de una ciencia bastarda. **Revista eletrônica científica PCLA**, n. 1, 1. ed., home-page: www.umesp.com.br/unesco/pcla/index.htm, 1999, acesso em julho de 2010.
- BARBOSA, Marialva. **Comunicação**: a consolidação de uma interdisciplina como paradigma de construção do campo comunicacional. *Paper* apresentado no V Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, realizado na Universidade Diego Portales, em Santiago do Chile, abril de 2000.
- BRASIL. Conselho Federal de Educação. Parecer nº 977/65. Definição dos cursos de pós-graduação. Brasília, DF, 1965.
- BRASIL. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. *Reformulação do Sistema de Avaliação da Pós-graduação: o modelo a ser implantado na avaliação de 1998 (documento em discussão)*. Brasília, DF: CAPES, 1996.
- BRASIL. Ministério da Educação e Cultura. *Plano Nacional de Pós-graduação no Brasil*. Brasília, DF, 1975.
- BRAVO, L. A pós-graduação no Brasil. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**. Brasília, DF, v. 58, n. 128, p. 388-397, 1972.
- CARDOSO, F. H.; FALETTO, E. **Dependência e desenvolvimento na América Latina**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- CHAGAS FILHO, C. Atualidades e perspectivas da pós-graduação. In: **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**. Brasília, DF, v. 58, n. 128, 1972.
- COELHO, E. C. **Sinecura acadêmica**. São Paulo: Vértice, 1985.
- CUNHA, L. A. **A universidade crítica**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1983.

CUNHA, L. A. A expansão do ensino superior: causas e conseqüências. In: **Debate & Crítica**. São Paulo, n. 5, 1975.

CUNHA, L.A. A pós-graduação no Brasil: função técnica e função social. In: **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 14, n. 5, 1974.

DREIFUSS, R. A. *1964: a conquista do Estado*. Petrópolis: Vozes, 1981.

FETTERMAN, D. M. **Ethnography step by set**. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1989.

FOLHA DIRIGIDA. Disponível em: <http://www.folhadirigida.com.br/htmls/hotsites/professor_2003/cad_10/EntNewtonSucupiraFdg.html, acesso em Nov de 2011.

FUENTES NAVARRO, Raúl. El estudio de la comunicación en las universidades latinoamericanas. IN: **Telos**, nº 19, Madrid: Fundesco, 1998.

GOBBI, M. C.; BETTI, J. C. G.; ASSIS, F. Panorama da produção de conhecimento em comunicação no Brasil. In: CASTRO, D.; MARQUES DE MELO, J.; CASTRO, C. **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA, vol. 3, 2010.

GOBBI, M. C. A emergência do campo da comunicação no Brasil. In: CASTRO, D.; MARQUES DE MELO, J.; CASTRO, C. **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA, vol. 1, 2010.

GOBBI, M. C. **Escola Latino-Americana de Comunicação**: o legado dos pioneiros. Tese de doutorado defendida no programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo, sob a orientação do prof. Dr. José Marques de Melo, 2002.

GOBBI, M. C. **A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina**. 30 anos da ALAIC. São Bernardo do Campo: Unesp, 2008.

GÓES, P. Aspectos administrativos da educação pós-graduada no Brasil. In: **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**. Brasília, DF, v. 58, n. 128, 1972.

GOMES, Itania Maria Mota; PINTO, Julio; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Antecedentes, tendências e perspectivas da Pós-Graduação em Comunicação. IN: **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Vol 2 - Memória das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação no Brasil, 2011, pg. 63-80.

GRACIAREMA, J. Pós-Graduação em ciências sociais na América Latina. In: **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**. Brasília, DF, v. 58, n. 128, 1972.

GUIRALDELLI JR., P. **História da educação**. São Paulo: Cortez, 1991.

HAMBURGER, E. **Para que pós-graduação?** Encontros com a civilização brasileira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

LEITE, C. B. A pós-graduação e o papel da Capes. In: **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**. Brasília, DF, v. 58, n. 128, 1972.

MAMMANA, C. Z. O grande equívoco do almejado prestígio científico. In: **Dados & Ideias**. São Paulo, v. 1 n. 5, p. 4-8, 1976.

MARQUES DE MELO, José (org.). **Pensamento Comunicacional Uspiano**. Raízes Ibero-Americanas da Escola de Comunicações Culturais (1966-1972), vol 1. São Paulo: ECA-USP/Confibercom/Socicom/Intercom, 2011.

MARQUES DE MELO, José. **O campo comunicacional**. Disponível em www.ucb.br/comsocial/114.htm. Acesso em outubro de 2010.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

MENDES, D. T. Pesquisa e ensino no mestrado de educação. In: **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**. Brasília, DF, v. 58, n. 128, 1972.

RIVERA, Jorge. **La investigación en comunicación social en la Argentina**. Buenos Aires: Puntosur, 1986.

ROMANELLI, O. O. **História da educação no Brasil**. 15ª ed. Petrópolis: Vozes, 1993.

ROSA, L. P. Universidade, intelectuais e ciência para transformação social existem? In: **O PODER e o saber: universidade em debate**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1984.

ROSSETI, F. Existência do mestrado é questionada. In: **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 21 nov. 1997.

SANTOS, C. M. dos. Tradições e contradições da pós-graduação no Brasil. In: **Educ. Soc.**, Campinas, vol. 24, n. 83, p. 627-641, agosto 2003, Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br>, acesso em Nov de 2011.

SANTOS, C.M. **A proletarianização do trabalho docente: entre o mito, a realidade e a possibilidade**. *Trabalho & Educação*, Belo Horizonte, n. 4, ago./dez. 1998.

SCHWAAB, Reges Toni; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. I N : **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.180-193, dez. 2009.

SONNTAG, Heinz R. **Duda, certeza, crisis**. La evolución de las ciencias sociales de América Latina. Caracas: Nueva Sociedad, 1988.

SONNTAG, Heinz R. **Nuevos temas, nuevos contenidos?** Las ciencias sociales de América Latina y Caribe ante el nuevo siglo. Caracas: Nueva Sociedad, 1989.

SOUZA, Paulo Renato. **Avaliação e qualidade dos cursos superiores.** In: **Folha de S. Paulo**, 23 de maio de 1999.

SOUZA, Paulo Renato. **Ensino Superior cresce com supervisão e controle.** In: O Estado de S. Paulo, 20 de fevereiro de 2000.

WEREBE, M. J. G. **30 anos depois:** grandezas e misérias do ensino no Brasil. São Paulo: Ática, 1994.

ZANCAN, G. Análise da avaliação da Capes. In: **Jornal da Ciência.** Rio de Janeiro, v. 11, n. 360, maio 1997.

Região Sul



A INSTITUCIONALIZAÇÃO DOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL

Maria Berenice da Costa Machado* (UFRGS)

INTRODUÇÃO

Traçar um panorama sobre dos estudos de comunicação na região Sul do Brasil significa conhecer e ordenar cronologicamente as Instituições de Ensino Superior (IES) que inauguraram e mantém cursos de graduação no Rio Grande do Sul (RS), Santa Catarina (SC) e Paraná (PR)⁹⁶. Iniciamos o trabalho pelo site do Ministério da Educação (MEC)⁹⁷, estruturamos uma lista para consultar fontes bibliográficas e documentais visando conhecer a história da criação de cada um dos cursos e as respectivas faculdades de comunicação.

Tivemos acesso a publicações impressas que recuperam a formação e a constituição do campo institucional e acadêmico da comunicação. A maior parte traz referências sobre o cenário nacional e o processo de implantação das habilitações e dos currículos. Poucos são os livros e as revistas científicas com registros, relatos e particularidades acerca dos cursos de comunicação da região Sul, como veremos adiante. Considerando a exiguidade do tempo para aprofundar a pesquisa, que tem caráter quantitativo, a alternativa metodológica foi revisar documentos digitais, publicações e sites, das e sobre as Instituições.

Encontramos 80 instituições de ensino superior que oferecem graduação em comunicação social e suas habilitações na região Sul: 21 no Rio Grande do Sul, 23 em Santa Catarina e 36 no Paraná. Os cursos estão vinculados a universidades, centros universitários, faculdades integradas, faculdades, institutos superiores ou

*Maria Berenice da Costa Machado, Doutora em Comunicação pela PUCRS, é Professora Adjunta da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR). Email: mberem@cpovo.net

96. Simone Magon, estudante do curso de Publicidade e Propaganda da UFRGS, colaborou com a pesquisa nos sites do MEC e das IES.

97. Ministério da Educação. Disponível <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso 10 ago. 2011.

escolas superiores, organizadas sob categorias administrativas ou natureza jurídica em públicas (federais ou estaduais) e privadas. Incluímos no quadro regional apenas os cursos na modalidade presencial, a maioria com quatro anos de duração, e que conferem diploma com o grau de bacharel⁹⁸.

Este capítulo é descritivo, pois são raríssimas as instituições que disponibilizam textos dissertativos e oferecem dados sobre a memória do curso de comunicação (estas serão destacadas). Em geral, as IES exibem nos endereços digitais apenas referências legais e datas dos atos de criação ou autorização do curso e suas habilitações, dos processos de implantação e reconhecimento, o que dificulta uma reflexão mais aprofundada. Como existem lacunas (IES que não divulgam tais informações) fizemos uma segunda busca, desta vez mais refinada, ao site do MEC para completar os dados básicos.

Organizamos o material por unidade da Federação, em quadro estruturado por década de início do curso e/ou da habilitação⁹⁹. Para a classificação, seguimos os atuais critérios nominais do MEC para a área de comunicação¹⁰⁰: jornalismo (JN); publicidade e propaganda (PP); relações públicas (RP); rádio, televisão e internet (RTVI); produção editorial (PE); cinema e audiovisual (CA). Quando necessário, fizemos o enquadramento do nome do curso, tal como está no documento do MEC. Optamos por colocar no quadro apenas as siglas das IES. A lista completa - sigla, nome, cidade-sede e sites – está no Apêndice (p. 14-16).

A INSTITUCIONALIZAÇÃO DOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO NO RIO GRANDE DO SUL

Década de início do funcionamento do Curso de Comunicação Social e suas habilitações no RS

Décadas	Comunicação Social	Jornalismo	Publicidade e Propaganda	Relações Públicas	Rádio, TV e Internet	Produção Editorial	Cinema e Audiovisual
1950	PUCRS UFRGS	PUCRS UFRGS					
1960	UCPEL	UCPEL	PUCRS UCPEL	UCPEL			

(Continua)

98. e-MEC. Disponível <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso 12 ago. 2011.

99. Informamos o nome, porém deixamos de computar nas totalizações as IES (do RS e do PR) em que a data de inauguração do curso de Comunicação Social (segunda coluna) coincide com a da criação de Jornalismo ou de outra habilitação. Exceção são a FAMEG em SC e a IESC-CTBA no Paraná; nestas encontramos no site do MEC somente o curso de Comunicação Social.

100. Disponível: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/consulta_artes.pdf. Acesso 15 set. 2011.

(Continuação)

Décadas	Comunicação Social	Jornalismo	Publicidade e Propaganda	Relações Públicas	Rádio, TV e Internet	Produção Editorial	Cinema e Audiovisual
1970	UFSM	UFSM UNISINOS	UFRGS UFSM UNISINOS	PUCRS UFRGS UFSM UNISINOS FEEVALE UCS			
1980							
1990	URCAMP UPF UNISC	URCAMP UNICRUZ UPF ULBRA UNISC UNIJUI UCS	FACCAT URCAMP UNICRUZ UPF FEEVALE ULBRA UNISC UNIJUI UCS	UNICRUZ ULBRA UNISC UNIJUI	UPF		
2000		UNIFRA IPA- METODISTA UNIVATES UNIPAMPA	FACEBG UNIFRA IPA- METODISTA UNIVATES UNIPAMPA ESPM	FACCAT UNIVATES UNIPAMPA	UNISINOS UNISC		UNISINOS
2010		UFPEL ESPM				UFSM	

Fonte: e-MEC. Disponível <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso 12 ago. 2011.

A Faculdade de Comunicação Social (FAMECOS) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) foi a pioneira no ensino de Comunicação no estado gaúcho. Ela surgiu em 1949, autorizada pelo Decreto-lei nº 29.831/51 e começou efetivamente a funcionar com o curso de Jornalismo em 1952, junto à Faculdade de Filosofia, no prédio do Colégio Nossa Senhora do Rosário, em Porto Alegre¹⁰¹.

O site da Instituição credita sua criação a “pressão de profissionais, entidades e empresários” que desejavam a instalação do “primeiro curso de jornalismo do Sul do país e o terceiro do Brasil”. O plano de implantação seguiu a legislação em vigor: “provas orais e escritas foram realizadas para o ingresso da primeira turma, que iniciou em março, com 64 alunos matriculados nas disciplinas da 1ª série”. Em 1954 houve a colação de grau da primeira turma de 48 bacharéis. O reconhecido do curso pelo governo federal veio em 1956 (Decreto nº 39.008)¹⁰².

101. Disponível: www3.pucrs.br/portal/page/portal/famecosuni/famecosuniCapa/famecosuniApresentacao#historico. Acesso 15 ago 2011.

102. Disponível: www3.pucrs.br/portal/page/portal/famecosuni/famecosuniCapa/famecosuniApresentacao#historico. Acesso 15 ago 2011.

A Escola de Jornalismo, que desde os primeiros anos contava com uma disciplina de Propaganda no currículo, iniciou em 1965 “uma especialização em Propaganda, com duração de três anos, a primeira realizada no país em nível universitário”. Naquele mesmo ano houve transformação da Escola de Jornalismo para Faculdade dos Meios de Comunicação Social; em 1968 a fixação da sede no campus da Avenida Ipiranga¹⁰³.

Devido à resolução nº 11/69 do Conselho Federal de Educação, em 1970 “o Curso de Comunicação Social foi reestruturado com especializações para matrículas de alunos por ocasião do ingresso na Faculdade: Jornalismo (Impresso, Radiofônico, Televisado e Cinematográfico), Relações Públicas e Publicidade/Propaganda¹⁰⁴.

O segundo Curso de Comunicação Social inaugurado no RS foi o da **Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)**. Na publicação que registra os 30 anos de existência da Fabico¹⁰⁵ as autoras observam a “escassez de fontes documentais, principalmente do Curso de Jornalismo” razão pela qual recorreram a fontes pessoais para apontar o ano de criação do Curso de Jornalismo da UFRGS. Segundo Alberto André foi em 1953, “por insistência do Prof. Geraldo Brochado da Rocha, então professor da Faculdade de Direito, um ano após a criação do Curso da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul” (apud SANTOS; SILVEIRA, 2000, p. 276 e 280). No entanto, os sites da Fabico e do MEC apontam 01/03/1952 como data de oficialização¹⁰⁶.

O Curso da UFRGS foi instalado junto à Faculdade de Filosofia. Consulta à Ata de Colação de Grau registra a formatura da primeira turma de jornalistas em 1954 (SANTOS; SILVEIRA, 2000, p. 281). Em 1970, após reforma curricular, Jornalismo passa para 2.700 horas e quatro anos de duração. No segundo semestre de 1985 o Curso de Comunicação Social da UFRGS foi dividido em três habilitações: jornalismo, publicidade e propaganda e relações públicas (SANTOS; SILVEIRA, 2000, p. 282- 284).

Em 1960, a **Universidade Católica de Pelotas (UCPEL)** implanta o Curso de Jornalismo, que havia sido criado pela Mitra Diocesana dois anos antes, também

103. Disponível: www3.pucrs.br/portal/page/portal/famecosuni/famecosuniCapa/famecosuniApresentacao#historico. Acesso 15 ago 2011.

104. Disponível: www3.pucrs.br/portal/page/portal/famecosuni/famecosuniCapa/famecosuniApresentacao#historico. Acesso 15 ago 2011.

105. A Fabico, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, foi criada em 1970 como “decorrência de políticas determinadas pela Reforma Universitária brasileira de 1968”, resulta da unificação dos cursos de Biblioteconomia e Comunicação/Jornalismo, que até então trilhavam trajetórias independentes (SANTOS; SILVEIRA, 2000, p. 275).

106. Disponível: <http://www.ufrgs.br/fabico/jornalismo.htm>. Acesso 15 ago. 2011

Disponível: <http://emec.mec.gov.br/emec/consulta-cadastro/detalhamento/d96957f455f6405d14c6542552b0f6eb/NTgx/9f1aa921d96ca1df24a34474cc171f61/MTc=http://emec.mec.gov.br/emec/consulta-cadastro/detalhamento/d96957f455f6405d14c6542552b0f6eb/NTgx/9f1aa921d96ca1df24a34474cc171f61/MTc>. Acesso 15 ago. 2011

ligado à Faculdade de Filosofia. No final daquela mesma década, o curso, “atendendo o caráter nacional, transformou-se em curso de Comunicação Social”. Publicidade e Propaganda inicia em 1969 dentro da proposta de formação polivalente¹⁰⁷ que se manteve até 1985¹⁰⁸.

No primeiro ano da década de 70 foi a vez da **Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)** inaugurar a sua Faculdade de Comunicação Social (FACOS) com os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. De acordo com o site da IES, desde então formou 1.357 profissionais. No segundo semestre de 2010 a FACOS instalou o quarto curso de Comunicação, Produção Editorial, primeiro nesta habilitação no estado do RS. Ainda nos anos 70, a Unisinos (São Leopoldo) cria três cursos de Comunicação, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Este último é também inaugurado na Feevale/Novo Hamburgo e na UCS/ Caxias do Sul no mesmo período.

Depois de um hiato de dez anos sem novos cursos no RS, chega a década de 90 e com ela ampliam-se as faculdades de Comunicação: UNICRUZ, ULBRA, UNISC e UNIJUÍ implantam as três principais habilitações - Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas; URCAMP e UCS iniciam com Jornalismo e Publicidade e Propaganda, mesmo caso da UPF que agrega ainda o de Rádio e TV; FEEVALE e FACCAT criam o de Publicidade e Propaganda.

A expansão do campo institucional da Comunicação no RS segue nos anos 2000 com a instalação dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas na UNIVATES e UNIPAMPA; Jornalismo e Publicidade e Propaganda na UNIFRA e IPA-METODISTA; Publicidade e Propaganda FACEB e ESPM; Relações Públicas na FACCAT; Rádio e TV (Internet) na UNISC; Comunicação Digital (Internet) e Cinema e Audiovisual na UNISINOS.

No início da década 2010, UFPEL e ESPM oferecem o curso de Jornalismo, resultando em 18 as IES que mantém esta habilitação no RS, 20 a de Publicidade e Propaganda, 14 de Relações Públicas; três de Rádio, Televisão e Internet; uma Produção Editorial; uma Cinema e Audiovisual. Ponto comum que encontramos nos três primeiros cursos de Jornalismo do RS (PUCRS, UFRGS e UCPEL) foi o vínculo com a Faculdade de Filosofia. Outro detalhe a destacar é a natureza das IES precursoras do ensino de Comunicação, entre 1950/70: privadas confessionais (PUCRS, UCPEL, UNISINOS) e públicas federais, caso

107. O Curso de Comunicação Social surgiu em 1969 com cinco habilitações, sendo uma Polivalente, que habilitava o estudante de graduação para o exercício profissional em várias áreas (MOURA:2010).

108. Disponível: <http://www.ucpel.tche.br/portal/index.php?secao=cursos&tipo=1&id=88>. Acesso 20 ago. 2011. No site MEC contam como data de autorização dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas 30/06/1958 e as de início do funcionamento 01/03/1960 (Disponível <http://emec.mec.gov.br/emec/consulta-cadastro/detalhamento/d96957f455f6405d14c6542552b0f6eb/MTg=9f1aa921d96ca1df24a34474cc171f61/MTY40Q>. Acesso 30/9/2011).

da UFRGS e UFSM. A exceção são FEVALE e UCS que instalaram o curso de RP na década 70.

A INSTITUCIONALIZAÇÃO DOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO EM SANTA CATARINA

Década de início do funcionamento do Curso de Comunicação Social e suas habilitações em SC

Décadas	Comunicação Social	Jornalismo	Publicidade e Propaganda	Relações Públicas	Rádio, TV e Internet	Produção Editorial	Cinema e Audiovisual
1950							
1960							
1970		UFSC					
1980							
1990		UNISUL UNIBAN UNIVALI IELUSC	UNISUL UNIBAN UNIVALI IELUSC FURB	UNIBAN UNIVALI			
2000	FAMEG	FACVEST UNOESC UNIDAVI UNOCHA- PECÓ IBES FASATC FACISA – CELER FESSC UNC	IESGF FACVEST UNOESC FASC UNOCHA- PECÓ IBES FAVIM UNIASSELVI FACISA – CELER IFES	FACVEST FASSESC UNIASSELVI UNC	UNOESC UNC		UNISUL
2010		UNIARP					

Fonte: e-MEC. Disponível <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso 12 ago. 2011.

A autorização para a instalação do primeiro curso de Comunicação no estado de Santa Catarina foi para a **Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)** em 1978, durante o regime e a ditadura militar. Segundo texto disponível no site¹⁰⁹, o curso de Jornalismo “ficou conhecido como faculdade alternativa” por sua “proposta pedagógica inovadora” e “comprometido com a democracia”, em um projeto que “aliava à formação científica e técnica, formação política” ou “liberdade, consciência crítica e responsabilidade”, conforme palavras de seu primeiro coordenador, professor Moacir Pereira. A mesma fonte indica que o curso veio suprir “deficiências do mercado de trabalho regional, que obrigava as empresas jornalísticas a requisitar profissionais de outros centros”.

109. Disponível http://www.jornalismo.ufsc.br/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=54. Acesso 18 ago. 2011.

As aulas da primeira turma iniciaram em março de 1979 e a colação de grau do grupo foi em 1982. O diferencial do curso da UFSC foi “o regime de cogestão paritária - o primeiro caso no Brasil de uma escola onde alunos e professores tinham igualdade de direitos na hora de decidir que rumo seguir. Todos seriam responsáveis pelo curso”. A intensa participação na vida política do Estado, segundo a mesma fonte, compromete as áreas técnica e científica e o curso entra em declínio. Foi “reconstruído” em 1988, optando pela ênfase no jornalismo em detrimento da comunicologia (razão também apontada para a não criação de outras habilitações na UFSC até hoje). Nesta IES foi lançada no Brasil a disciplina Teoria do Jornalismo, fruto do trabalho inovador do professor Adelmo Genro Filho¹¹⁰.

A Universidade Federal permaneceu como único curso de comunicação/jornalismo em Santa Catarina até os anos 1990, período em que as Instituições privadas iniciam movimento de criação de novos cursos: UNIVALI e UNIBAN as três principais habilitações (JN, PP e RP); UNISUL e IELUSC Jornalismo e Publicidade e Propaganda, FURB só este último.

Mas a grande expansão no estado de SC foi durante a década 2000, ocasião em que muitas IES privadas inauguram cursos de comunicação: com as três principais habilitações JN, PP e RP – FACVEST; JN, PP e RTVI – UNOESC; JN e PP – UNOCHAPECÓ, IBES, FACISA – CELER; JN, RP e RTVI – UNC; PP e RP – UNIASSELVI; JN – UNIDAVI, FASATC, FESSC; PP – IESGF, FASC, FAVIM, IFES; RP – FASSESC. Na mesma época a UNISUL integra o curso de cinema e audiovisual aos anteriores. Encontramos ainda na relação de IES catarinenses curso de comunicação social da FAMEG, localizada em Guaramirim. Acrescentando o curso de jornalismo da UNIARP, instalado na atual década, contamos 16 cursos de jornalismo em SC, 15 de publicidade e propaganda, seis de relações públicas; dois de rádio, televisão e internet; um cinema e audiovisual e um de comunicação social. Santa Catarina não tem curso de produção editorial e, com exceção do jornalismo na UFSC, todos os demais deste estado estão em instituições de ensino privado.

A INSTITUCIONALIZAÇÃO DOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO NO PARANÁ

Década de início do funcionamento do Curso de Comunicação Social e suas habilitações no PR

Décadas	Comunicação Social	Jornalismo	Publicidade e Propaganda	Relações Públicas	Rádio, TV e Internet	Produção Editorial	Cinema e Audiovisual
1950	PUCPR						
1960		UFPR					

(Continua)

110. Disponível http://www.jornalismo.ufsc.br/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=54. Acesso 18 ago. 2011.

(Continuação)

Décadas	Comunicação Social	Jornalismo	Publicidade e Propaganda	Relações Públicas	Rádio, TV e Internet	Produção Editorial	Cinema e Audiovisual
1970		UEL	UFPR	UFPR UEL			
1980		UEPG PUCPR	PUCPR				
1990	UNICURI-TIBA FCSAC UTP	CESPAR UP UNIANDRA-DE CEUMAR FCSAC UTP	UP UNIAN- DRADE OPET UNOPAR CEUMAR UNICURI- TIBA UTP UNIPAR	UNIUV PUCPR UTP	UFPR CESPAR UTP		
2000	IESC- CTBA	FACCREI FACBRASIL SECAL FASUL OPET UDC UNOPAR UNIUV ESEEI CAMPO REAL FAG FADEP FACNOPAR FANORPI FACINTER PITÁGORAS UNICENTRO	FACBRASIL ALVORADA FASUL FAFIG UDC UNIUV ESEEI CAMPO REAL FAE FAG FADEP FACNOPAR FANORPI FACINTER UNIFAMMA FAPAR PITÁGORAS IESFI UNICENTRO	FACBRASIL UDC ESEEI FACNOPAR UNIFAMMA	ESEEI PITÁGORAS	ESEEI	
2010							

Fonte: e-MEC. Disponível <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso 12 ago. 2011.

Segundo o site¹¹¹, o curso de comunicação social da **Universidade Federal do Paraná (UFPR)** foi “autorizado pelo Egrégio Conselho Universitário no dia 26 de setembro de 1963, teve o primeiro dia de aula da sua primeira turma no dia 1º de abril de 1964”. Em mais de 45 anos de história foram diversas as alterações, “tanto curriculares quanto administrativas” objetivando a formação de alunos para o mercado local e nacional. A mesma fonte segue destacando que o curso da UFPR testemunhou “as profundas mudanças ocorridas no ensino superior brasileiro, ainda marcado por diferenças regionais, em especial na área de comunicação social” e que no mesmo período “retratou as mudanças e os antagonismos vivenciados pela sociedade paranaense, cujas principais lideranças intelectuais, políticas e econômicas foram formadas pela UFPR”. O texto do site¹¹² infere:

111. Disponível <http://www.humanas.ufpr.br/portal/comunicacao/graduacao/>. Acesso 25 set. 2011.

112. Disponível <http://www.humanas.ufpr.br/portal/comunicacao/graduacao/>. Acesso 25 set. 2011.

talvez de forma mais contundente do que em outras capitais há uma valorização ou uma representação significativa da Universidade na trama local, principalmente do curso de Jornalismo, que, durante alguns anos, **foi o único responsável pela formação dos profissionais de Comunicação da cidade** [grifo nosso].

Nos anos 70, ainda sob o regime militar, foram criados na UFPR os cursos de publicidade e propaganda e relações públicas e na Estadual de Londrina (UEL) os de jornalismo e relações públicas. Na década seguinte, anos 1980, foi a vez de outra universidade estadual, a de Ponta Grossa (UEPG) abrir o curso de jornalismo e da PUCPR implantar os cursos de jornalismo e publicidade e propaganda. A PUCPR completa os cursos de comunicação com a habilitação relações públicas na década de 90¹¹³.

Durante os anos 90 são criados cursos de comunicação social: jornalismo na CESPARG, UP, UNIANDRADE, CEUMAR, FCSAC, UTP; publicidade e propaganda na UP, UNIANDRADE, OPET, UNOPAR, CEUMAR, UNICURITIBA, UTP, UNIPAR; relações públicas na UNIUV e UTP; Rádio, TV e Internet na CESPARG, UTP e UFPR. Exceto este último na Universidade Federal, os demais foram iniciativas de IES privadas.

A partir dos anos 2000, é grande a expansão dos cursos de comunicação, mais que dobram as habilitações oferecidas no Paraná. Exceto a UNICENTRO, a terceira universidade estadual do estado a abrir cursos de jornalismo e publicidade e propaganda, todas as outras são privadas. Além da já citada, instalaram curso de jornalismo FACCREI, FACBRASIL, SECAL, FASUL, OPET, UDC, UNOPAR, UNIUV, ESEEI, CAMPO REAL, FAG, FADEP, FACNOPAR, FANORPI, FACINTER, PITÁGORAS; publicidade e propaganda FACBRASIL, ALVORADA, FASUL, FAFIG, UDC, UNIUV, ESEEI, CAMPO REAL, FAE, FAG, FADEP, FACNOPAR, FANORPI, FACINTER, UNIFAMMA, FAPAR, PITÁGORAS, IESFI; relações públicas FACBRASIL, UDC, ESEEI, FACNOPAR, UNIFAMMA; rádio, TV e internet PITÁGORAS e ESEEI, esta última, a única do Paraná, com curso de produção editorial. Ainda nesta década, a IESC inicia bacharelado em comunicação social.

Após 2010 não há registro de cursos novos de comunicação no Paraná, estado que também não tem curso de cinema e audiovisual. Na região Sul é o com

113. A PUCPR tem três registros de Bacharelado em Comunicação Social no site do MEC com as seguintes datas de início do funcionamento do curso 07/03/1956, 01/03/1989, 02/03/1995. A consulta às habilitações indica: Jornalismo – Autorização: 10/08/1955, Reconhecimento: 04/08/1955, Data de início do funcionamento do curso: 01/03/1988, Renovação de Reconhecimento de Curso - 23/12/2004; Publicidade e Propaganda - Autorização: 10/08/1955, Data de início do funcionamento do curso: 01/03/1989, Reconhecimento de Curso - 18/02/1994; Relações Públicas- Autorização: 17/10/1994, Data de início do funcionamento do curso: 02/03/1995, Reconhecimento de Curso - 29/09/1998. Incluímos a PUCPR na coluna Comunicação Social na década de 50, considerando a respectiva data de autorização do Curso. No entanto, para as habilitações JN, PP e RP respeitamos as datas de início do funcionamento dos cursos: década de 80 as duas primeiras e a última na seguinte. Disponível <http://emec.mec.gov.br/emec/consulta-cadastro/detalhamento/d96957f455f6405d14c6542552b0f6eb/MTA=9f1aa921d96ca1df24a34474cc171f61/MTc=>. Acesso 01/10/2011.

maior número de cursos: 27 com habilitação em jornalismo, 29 em publicidade e propaganda, 10 em relações públicas, cinco em rádio, televisão e internet, um produção editorial e um comunicação social.

PANORAMA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO NO SUL

Processo da segunda metade do século vinte, os estudos de comunicação na região Sul do Brasil foram institucionalizados no início da década de 50, a partir do Rio Grande do Sul, com a criação do curso de jornalismo na PUCRS, seguido pela UFRGS. Ambos nasceram ligados à Faculdade de Filosofia das respectivas Instituições; com o tempo adquiriram autonomia e status de Faculdade de Comunicação Social. No Paraná (anos 60) e em Santa Catarina (anos 70) foram as universidades federais que instalaram o primeiro curso de Jornalismo e parece que sem vínculo com outro curso.

A análise comparativa entre os três estados do Sul indica lacuna na década de 80 no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, e que no Paraná os cursos de Comunicação foram incrementados: jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa e na Pontifícia Universidade Católica que abre também publicidade e propaganda. Aceleração e expansão do campo acadêmico da comunicação ocorrem na década de 90 no RS e nos anos 2000 em SC e no PR. No entanto, os dois primeiros estados ainda não contam com cursos de comunicação em universidade estadual, enquanto o Paraná tem três destas IES com habilitações em jornalismo (UEL, UEPG e UNICENTRO), uma em publicidade e propaganda (UNICENTRO) e outra em relações públicas (UEL). Em relação ao curso de jornalismo, cuja legislação brasileira aboliu a exigência de diploma para o exercício profissional a partir de 2009, importa destacar o início de três novos cursos após o ano 2010 na região Sul: UFPEL e ESPM no RS, UNIARP em SC.

Todas as IES que mantém cursos de comunicação na região Sul do Brasil têm sites, embora estes sejam bastante diversificados quanto ao conteúdo e layout. A maior parte deles não traz a história do curso nem das suas habilitações. As IES gaúchas são as que mais publicam suas memórias no ambiente digital, com destaque para a PUCRS que oferece cronologia e informa sobre as realizações da FAMECOS. Entre as catarinenses, apenas o curso de jornalismo da UFSC conta a sua trajetória, detalhando as motivações políticas que estruturaram a habilitação. A Universidade Federal do Paraná também é a única do estado que ilustra a criação do curso de comunicação social em seu site.

Na região Sul do Brasil, o ensino de comunicação, em cinco diferentes habilitações, ocorre, majoritariamente, em instituições privadas criadas a partir do final da década de 90. A análise dos endereços virtuais destas IES indica a preva-

lência de atos legais: números e datas de portarias, resoluções, pareceres, inclusive relativos à publicação no Diário Oficial da União (DOU). Tais aspectos de caráter legitimador fornecem lastro para uma gama de informações, quase sempre adjetivadas, qualificando o perfil do curso e do egresso, habilidades e competências que pretende formar, diferenciais da proposta pedagógica, matriz e regime curricular, carga horária e semestres de duração, número de vagas, calendário escolar e turnos de funcionamento, valor da mensalidade ou do investimento, financiamentos e bolsas de estudo, ementas, disciplinas e respectivos planos de ensino, vagas de estágios e trabalhos de conclusão de curso, nome e contato de coordenador/ professores, suas respectivas titulações, currículo Lattes e produções científicas, infraestrutura com lista de laboratórios, agências, bibliotecas e ambientes virtuais de aprendizagem, análise do mercado de trabalho e áreas de atuação com indicativos de remuneração no início da carreira, vídeos, fotos e depoimentos de egressos/profissionais, produção do curso e prêmios conquistados, conceito do curso (avaliação do MEC, nota Enade e estrelas no Guia do Estudante), links relacionados à área, programas de intercâmbio, localização e contatos da Instituição.

Em sua maioria, os sites de IES privadas que ensinam comunicação são locais para exibição de propostas que visam impactar e persuadir o jovem vestibulando. O que é compatível com o processo de concorrência que observamos no mercado de formação superior. A história que contextualiza a criação do curso, conta sobre a tradição ligada ao ensino, a reputação, as realizações e conquistas, todas características associadas ao ensino de qualidade, estão nas privadas confessionais, caso da PUCRS e da UCPEL.

As IES públicas federais e estaduais que investigamos no RS e PR prescindem da necessidade de “se venderem institucionalmente”, pois a gratuidade e os indicadores positivos de ensino e pesquisa naturalmente atraem os estudantes, o que poderia explicar a falta de registros sobre suas trajetórias em documentos impressos e digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Marques de Melo (2008c) observa que, até a década de 70, o campo da comunicação foi fragmentado. E esta foi uma das motivações deste estudo: contribuir para a reunião de alguns dos fragmentos relativos aos três estados do Sul do Brasil. Organizamos quadros com ordem cronológica, exibindo as IES com cursos de graduação em comunicação social e separadas as cinco habilitações, formato que possibilita compreender a institucionalização do ensino de comunicação no sul como diretamente relacionada à quantidade e à diversidade de oferta que há na região, como mostramos no resumo que segue.

Total de IES de Comunicação Social e Habilitações na Região Sul

Estado	Nº IES	JN	PP	RP	Demais habilitações	Total
RS	21	18	20	14	5	57
SC	23	16	15	6	4	41
PR	36	27	29	10	7	73
Total	80	61	64	30	16	171

São 80 as IES no Sul do país oferecendo 171 cursos de comunicação social: as 21 instituições no RS somam 57 cursos/habilitações, com ligeira prevalência para PP em relação aos de jornalismo e RP. Em SC são 23 as IES com comunicação social; divididas as habilitações somam 41 cursos, majoritariamente de jornalismo e PP. Por último o Paraná, as 36 IES com comunicação social mantêm 73 cursos a maior parte concentrada em PP e jornalismo.

Oportuno registrar ainda que a institucionalização do ensino de comunicação, campo relativamente jovem, ocorreu sob diferentes propostas curriculares (MOURA, 2002), processo contínuo para o aperfeiçoamento dos estudos teóricos, práticos e técnicos, visando formar competências, habilidades e diferentes perfis profissionais para o amplo mercado de trabalho. A dinâmica dos currículos pode ser observada na variação dos nomes das habilitações, agora agrupadas pelo MEC em cinco denominações, conforme referimos e designamos ao longo deste texto. Os cursos mais antigos - jornalismo publicidade e propaganda e relações públicas – são também os mais presentes nas IES do Sul do Brasil.

São escassas as fontes públicas e publicadas sobre o processo de institucionalização dos estudos de comunicação na região Sul do Brasil, indicador que possibilita inferir, também, sobre o espaço que a memória ocupa no campo científico-acadêmico. Majoritariamente jovens, com idade girando ao redor dos 20 anos, os cursos de comunicação nos três estados do Sul precisam transparecer legalidade. No entanto, as dinâmicas e distâncias temporal, física e pessoal dos acontecimentos aprofundam lacunas, e com elas detalhes que dificultam o desenho da história com mais vigor e precisão. Tratando-se de ensino de comunicação, com múltiplos recursos e ferramentas midiáticas, fica a sugestão para futuras investigações que poderiam ser enriquecidas com técnicas de entrevistas (corpos diretivo, docente e discente) e com consulta a fontes e documentos primários.

REFERÊNCIAS

DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS. Portal do Ministério da Educação. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/49201FHGSCCLBAM.pdf>. Acesso 17 set. 2011.

INSTITUIÇÕES DE EDUCAÇÃO SUPERIOR E CURSOS CADASTRADOS. Portal do Ministério da Educação. Disponível em <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso 10 ago. 2011.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação e educação: caminhos cruzados**. São Paulo: Loyola, 1986 (AEC do Brasil v11).

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas da comunicação organizacional**. São Paulo: Summusa, 1997.

MARQUES DE MELO, José. **A Batalha da Comunicação**. Sorocaba/ SP: EDUNISO, 2008a.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MARQUES DE MELO, José. **História Política das Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, Mauad X, 2008b.

MARQUES DE MELO, José (Org.). **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2008c.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

MOURA, Cláudia Peixoto de. Polivalente, Curso de Comunicação. **Enciclopeia Intercom de comunicação**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v. 1 p. 948- 950.

OBERLAENDER, Ricardo. **História da Propaganda no Brasil**. Rio de Janeiro, Shogun Arte, 1984.

PERUZZO, Cícilia Krohling; SILVA, Robson Bastos da (Org.) **Retrato do ensino em Comunicação Social no Brasil**. São Paulo: Intercom, Taubaté; Unitau, 2003.

SANTOS, Jussara Pereira; SILVEIRA, Itália Maria Falceta. Fabico, fragmentos de uma trajetória. **Revista de Biblioteconomia & Comunicação**. Volume 8, janeiro/ dezembro, 2000. p. 275-290.

APÊNDICE

IES Comunicação Social RS - **Nome – SIGLA – Sede – Site**

1. Centro Universitário Franciscano – UNIFRA - Santa Maria- www.unifra.br/Graduacao/Graduacao.asp.
2. Centro Universitário Metodista – IPA- METODISTA - Porto Alegre - www.metodistadosul.edu.br/cursos.
3. Centro Universitário Univates - UNIVATES - Lajeado - www.univates.br/graduacao.
4. Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre – ESPM - Porto Alegre – <http://www.espm.br/ConhecaAESPM/AESPM/Historia/Pages/default.aspx>.
5. Faculdade Cenequista de Bento Gonçalves – FACEBG - Bento Gonçalves - faculdade.cnecebento.com.br/curso/graduacao/publicidade-e-propaganda.
6. Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT - Taquara - <http://comunicacao.faccat.br/index.php/curso/>.
7. Fundação Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA - São Borja - www.unipampa.edu.br/portal/graduacao.
8. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS - Porto Alegre – www3.pucrs.br/portal/page/portal/famecosuni/famecosuniCapa/famecosuniApresentacao#historico.
9. Universidade Católica de Pelotas – UCPEL – Pelotas – www.ucpel.tche.br/portal/index.php.
10. Universidade da Região da Campanha – URCAMP - Bagé - www.urcamp.tche.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=96&Itemid=187.
11. Universidade de Caxias do Sul – UCS – Caxias do Sul - <http://www.ucs.br/site/graduacao/>.
12. Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ - Cruz Alta - www.unicruz.edu.br/cursos-de-graduacao-c12.html.
13. Universidade de Passo Fundo – UPF - Passo Fundo - www.upf.br/site/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=4&Itemid=328.
14. Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC - Santa Cruz do Sul – <http://www.unisc.br/portal/pt/cursos/graduacao/jornalismo/apresentacao.html>.

15. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS - São Leopoldo - www.unisinos.br/graduacao/.
16. Universidade Federal de Pelotas – UFPEL - Pelotas - www.ufpel.edu.br/letras/site/content/ensino/curso.php?curso=12.
17. Universidade Federal de Santa Maria – UFSM – Santa Maria - <http://w3.ufsm.br/prograd/not.php?id=906>.
18. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS - Porto Alegre www.ufrgs.br/fabico/index.htm.
19. Universidade Feevale – FEEVALE - Novo Hamburgo - www.feevale.br/internas/default.asp?intIdSecao=318&intIdConteudo=1520.
20. Universidade Luterana do Brasil – ULBRA - Canoas - www.ulbra.br/graduacao/presencial/.
21. Universidade Regional de Ijuí – UNIJUÍ – Ijuí – <http://www1.unijui.edu.br/cursos/graduacao/presencial/comunicacao-social->

IES Comunicação Social SC - **Nome – SIGLA – Sede – Site**

1. Centro Universitário FACVEST – FACVEST – Lages - www.sle.br/sistema/www/index.php?conexao=5399038cc4440a7d7013d5e239e45596&zona=7
2. Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI - Indaial - <http://www.grupouniasselvi.com.br>.
3. Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí – UNIDAVI - Rio do Sul - www.unidavi.edu.br/?pagina=site_curso&sigla=JOR&area=GR&pg=info.
4. Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FACISA – CELER - Xaxim - www.celer.com.br.
5. Faculdade de Santa Catarina – FASC - São José - www.fasc.edu.br/ensino/graduacao/tradicionais/comsocial_publprop.asp.
6. Faculdade do Vale do Itajaí Mirim – FAVIM - Brusque - www.mundovestibular.com.br/articles/3735/1/Faculdade-do-Vale-do-Itajai-Mirim---FAVIM/Paacutegina1.html.
7. Faculdade Estácio de Sá de Santa Catarina – FESSC - São José - <http://portal.estacio.br/cursos/graduacao>.
8. Faculdade Metropolitana de Guaramirim – FAMEG - Guaramirim - www.ampesc.org.br/ies.php?ies=16&menu=his.

9. Faculdade SATC – FASATC - Criciúma - [www.satc.edu.br/site/?pagina=subareas/educacao/28.asp&i_area=2&parent=8&titulo=Curso de Jornalismo](http://www.satc.edu.br/site/?pagina=subareas/educacao/28.asp&i_area=2&parent=8&titulo=Curso%20de%20Jornalismo).
10. Faculdade União Bandeirante - UNIBAN - São José - www.uniban.br/graduacao/index.asp.
11. Faculdades Integradas Associação de Ensino de Santa Catarina – FAS-SESC - Florianópolis - www.mundovestibular.com.br/articles/2504/1/Faculdades-Integradas-Associacao-de-Ensino-de-Santa-Catarina---FASSESC/Paacutegina1.html.
12. Instituto Blumenauense de Ensino Superior – IBES - Blumenau - www.sociesc.org.br/pt/ibes/.
13. Instituto Cenecista Fayal de Ensino Superior – IFES - Itajaí - <http://www.mundovestibular.com.br/articles/3759/1/Instituto-Cenecista-Fayal-de-Ensino-Superior---IFES/Paacutegina1.html>.
14. Instituto de Ensino Superior da Grande Florianópolis – IESGF - São José - www.mundovestibular.com.br/articles/3801/1/Instituto-de-Ensino-Superior-da-Grande-Florianopolis---IESGF/Paacutegina1.html.cc4440a7d7013d5e239e45596&zona=7.
15. Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus - IELUSC - Bom Jesus - Joinville - <http://www.ielusc.br>.
16. Universidade Alto Vale do Rio do Peixe – UNIARP - Caçador - <http://extranet.uniarp.edu.br/jornalismo/default.asp>.
17. Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ - Chapecó - www.unochapeco.edu.br/cursos/graduacao.
18. Universidade do Contestado – UNC - Mafra - <http://www.unc.br/>.
19. Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC - Joaçaba - São Miguel do Oeste - www.unoesc.edu.br/cursos/graduacao.
20. Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL - Tubarão - Florianópolis - www.unisul.br/cursos/cursos-de-graduacao.html.
21. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI - Itajaí - www.univali.br/.
22. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC - Florianópolis - http://www.jornalismo.ufsc.br/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=54
23. Universidade Regional de Blumenau – FURB - Blumenau - <http://www.furb.br/>.

IES Comunicação Social PR - **Nome – SIGLA – Sede – Site**

1. Centro Universitário Campos de Andrade – UNIANDRADE - Curitiba - http://uniandrade.br/curso_jornalismo.php.
2. Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA - Curitiba - www.unicuritiba.edu.br/principal/home/.
3. Centro Universitário de Maringá – CEUMAR/CESUMAR – Maringá - www.cesumar.br/graduacao/.
4. Centro Universitário de União da Vitória – UNIUV - União da Vitória - www.face.br/graduacao.php.
5. Centro Universitário Franciscano do Paraná – FAE - Curitiba - www.fae.edu/graduacao/index.asp.
6. Escola Superior de Estudos Empresariais e Informática – ESEEI - Curitiba - <http://sites.garlix.com.br/eseei2/>.
7. Faculdade Alvorada de Tecnologia e Educação de Maringá - ALVORADA - Maringá - alvoradamaringa.com.br/curso-publicidade.
8. Faculdade Assis Gurgacz – FAG - Cascavel - www.fag.edu.br/graduacao-fag.
9. Faculdade Campo Real - CAMPO REAL - Guarapuava - www.campo-real.edu.br/index.php?id=curso_pp_dados.
10. Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel – FCSAC - Cascavel - FCSAC/Paacutegina1.html.
11. Faculdade Cristo Rei – FACCREI - Cornélio Procópio - <http://www.faccrei.edu.br/>.
12. Faculdade de Pato Branco – FADEP - Pato Branco - www.fadep.br/graduacao/.
13. Faculdade Dinâmica das Cataratas – UDC - Foz do Iguaçu - www.udc.edu.br/graduacao/index.html.
14. Faculdade do Norte Novo de Apucarana – FACNOPAR - Apucarana - www.facnopar.com.br.
15. Faculdade do Norte Pioneiro – FANORPI - Santo Antônio da Platina - www.fanorpi.com.br.
16. Faculdade Foz do Iguaçu – FAFIG - Foz do Iguaçu - www.fafig.edu.br/ensino/graduacao.
17. Faculdade Internacional de Curitiba – FACINTER - Curitiba - facinter.grupouninter.com.br/cursos-presenciais.php.

18. Faculdade Maringá – CESPARG - Maringá - www.faculdadesmaringa.br/v4/?mod=cursos&id_curso=6.
19. Faculdade Metropolitana de Maringá – UNIFAMMA - Maringá - www.unifamma.edu.br/graduacao.php.
20. Faculdade OPET - OPET - Curitiba - www.opet.com.br/cursos/.
21. Faculdade Paranaense – FAPAR - Curitiba - www.fapar.edu.br.
22. Faculdade Pitágoras de Londrina - PITÁGORAS - Londrina - www.faculdadepitagoras.com.br/Londrina/cursos/Graduacao.
23. Faculdade Santa Amélia – SECAL - Ponta Grossa - www.secal.edu.br/?id=22.
24. Faculdade Sul Brasil – FASUL - Toledo - www.fasul.edu.br.
25. Faculdades Integradas do Brasil – FACBRASIL - Curitiba - www.unibrasil.com.br/detalhe_categoria.asp?id=242.
26. Instituto de Ensino Superior de Curitiba – IESC - Curitiba - www.mundovestibular.com.br/articles/1801/1/Instituto-de-E ensino-Superior-de-Curitiba---IESC/Paacutegina1.html.
27. Instituto de Ensino Superior de Foz do Iguaçu – IESFI - Foz do Iguaçu - www.cesufoz.edu.br/ensino/graduacao/tradicionais/com_social.asp.
28. Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR - Curitiba - www.pucpr.br/graduacao/index.php.
29. Universidade Estadual de Londrina – UEL - Londrina - www.uel.br/prograd/index.php?content=cursos-graduacao/lista_cursos.html.
30. Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG - Ponta Grossa - http://www.uepg.br/uepg_cursos/.
31. Universidade Estadual do Centro Oeste – UNICENTRO - Guarapuava - www.unicentro.br/proen/grades/COMUNICAÇÃO%20SOCIAL.pdf.
32. Universidade Federal do Paraná – UFPR – Curitiba - http://www.ufpr.br/adm/templates/p_index.php?template=1&Cod=148&hierarquia=6.3.2
33. Universidade Norte do Paraná – UNOPAR - Londrina - www2.unopar.br/graduacao/.
34. Universidade Paranaense – UNIPAR - Umuarama - www.unipar.br/cursos/.
35. Universidade Positivo – UP - Curitiba - www.up.com.br/graduacao/conteudo/2077/cursos.aspx.
36. Universidade Tuiuti do Paraná – UTP - Curitiba - www.utp.br/cursos/cursos.asp?id=1.

Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Editorial

Coordenação

Cláudio Passos de Oliveira

Njobs Comunicação

Supervisão

Inara Vieira

Thayse Lamera

Revisão

Assessoria de Imprensa e Comunicação do Ipea e Socicom

Editoração

Anderson Reis

Daniela Rodrigues

Larita Arêa

Marília Assis

Capa

Shine Comunicação

Livraria

SBS – Quadra 1 – Bloco J – Ed. BNDES, Térreo

70076-900 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3315 5336

Correio eletrônico: livraria@ipea.gov.br

Missão do Ipea

Produzir, articular e disseminar conhecimento para aperfeiçoar as políticas públicas e contribuir para o planejamento do desenvolvimento brasileiro.



ipea Instituto de Pesquisa
Econômica Aplicada

SAE

SECRETARIA DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS
DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA